



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS**

CONTADOR PÚBLICO - AUDITOR

**TEMA: EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO
ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL
BEBIDAS (SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL) POR EL
MARCO REGULATORIO DE LA SALVAGUARDIA
GENERAL ARANCELARIA EN EL AÑO 2015 Y
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS
SECTORIALES, PROVINCIA DE COTOPAXI**

**AUTORES: GEOVANNA KARINA BERMEO AVEIGA
ISRAEL ALEXANDER CUITO BALAREZO**

DIRECTORA: ING. ERLINDA ELISABETH JIMÉNEZ MBA.

LATACUNGA

2017



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL BEBIDAS (SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL) POR EL MARCO REGULADORIO DE LA SALVAGUARDIA GENERAL ARANCELARIA EN EL AÑO 2015 Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS SECTORIALES, PROVINCIA DE COTOPAXI”** realizado por la señorita **GEOVANNA KARINA BERMEO AVEIGA** y el señor **ISRAEL ALEXANDER CUITO BALAREZO** ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la **ING. ELISABETH JIMÉNEZ SILVA MBA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 10 de febrero del 2017

**ING. ERLINDA ELISABETH JIMÉNEZ SILVA MBA.
DIRECTORA**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **GEOVANNA KARINA BERMEO AVEIGA** con cédula de identidad N° 0503379331 e **ISRAEL ALEXANDER CUITO BALAREZO** con cédula de identidad N°, declaramos que este trabajo de titulación **“EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL BEBIDAS (SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL) POR EL MARCO REGULATORIO DE LA SALVAGUARDIA GENERAL ARANCELARIA EN EL AÑO 2015 Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS SECTORIALES, PROVINCIA DE COTOPAXI”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 10 de febrero del 2017

Geovanna Karina Bermeo Aveiga
C.C.: 0503379331

Israel Alexander Cuito Balarezo
C.C.:0502777451



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **GEOVANNA KARINA BERMEO AVEIGA** e **ISRAEL ALEXANDER CUITO BALAREZO**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la Biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL BEBIDAS (SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL) POR EL MARCO REGULATORIO DE LA SALVAGUARDIA GENERAL ARANCELARIA EN EL AÑO 2015 Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS SECTORIALES, PROVINCIA DE COTOPAXI”** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Latacunga, 10 de febrero del 2017

Geovanna Karina Bermeo Aveiga
C.C.: 0503379331

Israel Alexander Cuito Balarezo
C.C.:0502777451

DEDICATORIA

Después de un largo caminar, tropiezos, caídas a nuestro alrededor están personas que nos ayudan a levantarnos y a seguir adelante transmitiendo su experiencia, haciéndonos creer en nuestra capacidad y habilidad para seguir adelante. Pero por sobre todas las cosas Dios es el único que siempre está con nosotros dándonos la fortaleza. Es por ello que este trabajo va dedicado a Dios quien es el motor fundamental en mi vida, el mismo que me ayuda día a día a seguir adelante y gracias a él he podido cumplir uno de mis sueños, además es él quien me dio unos maravillosos seres humanos que puso en mi caminar, mi entrañable tía Darla Aveiga la cual siempre supo guiar mis pasos y darme todo su amor incondicional y poner cada granito de arena para construirme un futuro mejor mientras estuvo a mi lado y a la persona incondicional Fernando Terán quien ha sido mi apoyo y mi fuerza cada día para no rendirme y seguir tras mis metas, gracias a ellos he podido concluir este objetivo.

Kary.

DEDICATORIA

Luego de un largo andar, de triunfos y fracasos siempre tendremos junto a nosotros personas que siempre nos darán su mano para salir adelante y culminar con nuestras metas.

Por ello este trabajo va dedicado a Dios nuestro padre creador quien es el motor fundamental de mi vida, a mis padres que con su esfuerzo y sacrificio me han podido dar la educación, con su amor y apoyo he logrado llegar a mi meta y mi sueño propuesto, mil gracias.

Israel Cuito

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a mí Dios por todas las bendiciones que ha derramado a lo largo de mi vida y sobre todo por haberme dado la sabiduría e inteligencia necesaria para poder culminar uno de mis objetivos.

A mi madre Sisinia Aveiga por todo su amor, paciencia, respaldo, por ver siempre lo mejor para mí y sobre todo por darme la vida, ya que gracias a todas sus enseñanzas me enseñaron hacer una persona fuerte y a no darme por vencida en ningún momento hasta llegar a cumplir mis metas y sueños.

A mi novio Fernando, por acompañarme en este arduo proceso y formar gran parte de mi vida universitaria, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, brindándome su apoyo y amor incondicional.

A mis verdaderos amigos y amigas por estar siempre a mi lado apoyándome en el transcurso de mi carrera, motivándome para seguir adelante, a pesar de los obstáculos y desmotivaciones presentadas.

A la Ingeniera Elisabeth Jiménez, docente tutor del trabajo de titulación quien además de ser una gran profesional y persona, supo guiarme con sus conocimientos brindándome su apoyo y a la vez impulsarme en momentos difíciles, gracias a sus palabras de aliento y motivación.

Kary.

AGRADECIMIENTO

Díos, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

Mis padres Lucía Balarezo y Patricio Cuito, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron, gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se los debo a ustedes.

Mis abuelos Silvia Paez (QEPD) y Salvador Balarezo (QEPD), por quererme, apoyarme siempre y ser uno de los pilares fundamentales de mi vida, esto también se lo debo a ustedes.

Mis hermanos, Patricia Cuito y Jordy Cuito, por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.

Todos mis amigos, Boris Farfán, Javier Ortiz, Diego Guevara, Luis Pazmiño, Jorge García, por compartir los buenos y malos momentos en toda esta trayectoria.

Ingeniera Elisabeth Jiménez, docente tutor del trabajo de titulación quien además de ser una gran profesional y persona, supo guiarme con sus conocimientos brindándome su apoyo y a la vez supo impulsarme en momentos difíciles, gracias a sus palabras de aliento y motivación.

Todos aquellos familiares y amigos que no recordé al momento de escribir esto. Ustedes saben quiénes son.

Israel Cuito

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
RESUMEN	xxviii
ABSTRACT	xxixix

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES DE LA APLICACIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS DEL ECUADOR EN EL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y BEBIDAS CON ALCOHOL	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Contextualización.....	1
1.1.2. Análisis Crítico	3
1.1.3. Prognosis	6
1.1.4. Formulación del Problema	7
1.2. Introducción	7
1.3. Justificación	9
1.4. Importancia	10
1.5. Objetivos	10
1.5.1. Objetivo General	10
1.5.2. Objetivos Específicos.....	11
1.6. Alcance de la investigación.....	11

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO PARA EL ENTORNO DE LAS	
---	--

SALVAGUARDIAS Y LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS

SECTORIALES.....	12
2.1. Antecedentes investigativos.....	12
2.2. Fundamentación teórica.....	16
2.2.1. Organización mundial del comercio (OMC)	16
2.2.2. Legislación y puesta en marcha de las salvaguardias	23
a. Alba y el Ecuador	23
b. Sistema Único de Compensación Regional de Pagos (SUCRE)	23
c. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	24
d. Comercio y Aduanas.....	25
e. Reformas y Derogatoria de la Ley Orgánica de Aduanas	25
f. PRO Ecuador.....	26
2.3. Fundamentación conceptual	27
2.4. Hipótesis	38
2.5. Señalamiento de la variable de la hipótesis	39
2.5.1. Variable Independiente	39
2.5.2. Variable Dependiente.....	39
2.6. Operacionalización de variables	40

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA – IMPACTO ECONÓMICO-SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR EL MARCO REGULATORIO DE LA SALVAGUARDIA GENERAL ARANCELARIA.....	42
3.1. Modalidad básica de la investigación.....	42
3.1.1. Investigación de campo.....	42
3.1.2. Investigación bibliográfica – documental	43
3.2. Tipos de investigación.....	43
3.2.1. Investigación descriptiva	43
3.2.2. Investigación exploratoria.....	44
3.2.3. Investigación correlacional.....	44
3.2.4. Técnicas de investigación	45

3.2.5.	Métodos	45
3.3.	Población	46
3.4.	Muestra	47
3.5.	Recolección de datos	48
3.5.1.	Instrumentos	49
3.5.2.	Validez y confiabilidad	49
3.6.	Técnicas de análisis de datos	50
3.7.	Análisis e interpretación de los resultados	550
3.8.	Hipótesis	51

CAPÍTULO IV

4.	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR LA ADOPCIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO 2015.....	52
4.1.	Análisis del macroambiente del ecuador y países involucrados	52
4.1.1.	Análisis PESTA	622
a.	Fuerzas políticas, gubernamentales y legales (P)	622
b.	Fuerzas económicas y financieras (E)	66
c.	Fuerzas sociales, culturales y demográficos (S)	911
d.	Fuerzas tecnológicas y científicas (T)	95
e.	Fuerzas Ecológicas y Ambientales (A).....	98
4.2	Diagnóstico del micro ambiente del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol del ecuador	100
4.2.1.	Análisis e interpretación de resultados.....	100
a.	Encuestas comercializadoras de bebidas sin alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi.....	101
b.	Encuestas comercializadoras de bebidas con alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi.....	111
c.	Informe crítico	121
4.2.2.	Análisis del mercado ecuatoriano de bebidas sin alcohol y con alcohol	127
a.	Distribución porcentual del mercado	139

4.3.	Análisis interno.....	148
4.3.1.	Administración y gerencia (A)	149
4.3.2.	Marketing y ventas (M).....	151
4.3.3.	Operaciones y logística, infraestructura (O).....	152
4.3.4.	Finanzas y contabilidad (F)	154
4.3.5.	Recursos humanos (H)	156
4.3.6.	Sistemas de información y comunicaciones (I)	157
4.3.7.	Tecnología e investigación y desarrollo (T).....	157
4.4.	Análisis situacional FODA del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol referente a la adopción de medidas arancelarias sobre las salvaguardias	158

CAPÍTULO V

5.	EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR LA ADOPCIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO 2015.....	182
5.1.	Evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador.....	182
5.1.2.	Efecto de la aplicación de las salvaguardias en el sector comercial de bebidas en el Ecuador.....	187
5.2.	Impacto económico social.....	187
5.2.1.	Efectos en la balanza de pagos	187
5.2.2.	Efectos en el sector laboral.....	189
5.3.	Evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol en Cotopaxi.....	194
5.4.	Informe.....	274
5.5.	Reflexiones	281

CAPÍTULO VI

6.	PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA
-----------	--

**DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y
CON ALCOHOL POR EL EFECTO DE LA LEY
DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO**

2015	284
6.1. Antecedentes de la propuesta	284
6.2. Justificación	285
6.3. Objetivos de la propuesta	285
6.4. Desarrollo de la propuesta	285
6.4.1. Herramienta financiera: evolución de los precios antes y después de la aplicación de salvaguardias	285
6.4.2. Estrategias Financieras sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol	293

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	301
7.1. Conclusiones	301
7.2. Recomendaciones	302
BIBLIOGRAFÍA	304
LINKOGRAFÍA	312
ANEXOS.....	312

Anexo A Encuesta comercializadoras de bebidas sin alcohol

Anexo B Encuesta comercializadoras de bebidas con alcohol

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Resumen de objetivos de la OMC.....	20
Tabla 2	Variable Independiente: La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria	40
Tabla 3	Variable dependiente: Impacto económico - social del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol	41
Tabla 4	Distribución de encuestas	48
Tabla 5	Instrumentos	49
Tabla 6	Validez y Confiabilidad.....	49
Tabla 7	Exportaciones totales de ecuador hacia regiones comerciales 2010 - 2016	53
Tabla 8	Importaciones totales de ecuador desde regiones comerciales	54
Tabla 9	Sobretasas arancelarias aplicadas a bienes y productos	65
Tabla 10	Producción Nacional crudo anual en campo 2013-2015 Ecuador	67
Tabla 11	Producción Nacional de crudo diaria en campo 2013-2015 Ecuador	68
Tabla 12	Tasas de interés vigentes hasta junio 2016	74
Tabla 13	Importaciones del Ecuador 2012-2015	80
Tabla 14	Balanza comercial del Ecuador 2012 - 2015.....	87
Tabla 15	Variación de las operaciones internas e importaciones del IVA 2014-2015.....	89
Tabla 16	Variación de las operaciones internas e importaciones del ICE 2014-2015	90
Tabla 17	Variación del Impuesto a la Salida de Divisas 2014-2015	91
Tabla 18	Estructura de la ocupación por rama de actividad	92
Tabla 19	Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardias	101
Tabla 20	El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol.....	102

Tabla 21	Volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la Ley de Salvaguardias en su negocio	103
Tabla 22	Tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes.....	104
Tabla 23	Porcentaje de bebidas sin alcohol de origen nacional	105
Tabla 24	Competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas	106
Tabla 25	Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol	107
Tabla 26	Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias	108
Tabla 27	Disminución de la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi	109
Tabla 28	La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente.....	110
Tabla 29	Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardia	111
Tabla 30	El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol	112
Tabla 31	Volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio.....	113
Tabla 32	Tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes	114
Tabla 33	Porcentaje de bebidas con alcohol de origen nacional	115
Tabla 34	Competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas	116
Tabla 35	Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol.....	117
Tabla 36	Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias	118
Tabla 37	Disminución de la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi	119

Tabla 38	La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente.....	120
Tabla 39	Tabla de contingencia pregunta 2 y 8 para el sector de bebidas sin alcohol.....	122
Tabla 40	Tabla de Pruebas de chi-cuadrado para el sector de bebidas sin alcohol.....	123
Tabla 41	Tabla de contingencia pregunta 2 y 3 para el sector de bebidas con alcohol.....	125
Tabla 42	Pruebas de chi-cuadrado para el sector de bebidas con alcohol.....	125
Tabla 43	Partidas y sub partidas arancelarias bebidas alcohólicas y no alcohólicas	128
Tabla 44	Lista de los principales mercados proveedores para un producto importado por Ecuador	129
Tabla 45	Lista de los principales mercados proveedores partida 2203 importado por Ecuador en valores.....	133
Tabla 46	Lista de los principales mercados proveedores partida 2204 importado por Ecuador en valores.....	134
Tabla 47	Lista de los principales mercados proveedores partida 2205 importado por Ecuador en valores.....	135
Tabla 48	Lista de los principales mercados proveedores partida 2206 importado por Ecuador en valores.....	135
Tabla 49	Lista de los principales mercados proveedores partida 2207 importado por Ecuador en valores.....	136
Tabla 50	Lista de los principales mercados proveedores partida 2208 importado por Ecuador en valores.....	137
Tabla 51	Lista de los productos importados partida 2208 importado por Ecuador en valores.....	138
Tabla 52	Lista de los productos importado por Ecuador en valores (partida 2209).....	138
Tabla 53	Lista de las empresas importadoras en Ecuador 2015 para el producto Bebidas sin alcohol y con alcohol	150

Tabla 54	Clasificación CIIU 4.0 para bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador.....	154
Tabla 55	Partidas Arancelarias del sector de bebidas 2015	155
Tabla 56	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) sin alcohol	160
Tabla 57	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) con alcohol.....	161
Tabla 58	Matriz de Posición Competitiva bebidas sin alcohol (MPC) .	162
Tabla 59	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) bebidas sin alcohol	164
Tabla 60	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) bebidas con Alcohol	165
Tabla 61	Matriz FODA Para el sector de bebidas sin alcohol.....	167
Tabla 62	Matriz FODA para el sector de bebidas con alcohol	168
Tabla 63	Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas sin alcohol.....	171
Tabla 64	Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del Sector de Bebidas sin Alcohol.....	173
Tabla 65	Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas con alcohol.....	177
Tabla 66	Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas con alcohol.....	179
Tabla 67	Importaciones Trimestrales partida 22 (2014-2016) en (USD millones)	182
Tabla 68	Exportaciones Trimestrales partida 22 (2014-2016) en (USD millones)	184
Tabla 69	Saldo Comercial Trimestral partida 22 (2014-2016) en (USD millones)	185
Tabla 70	Balanza de Pagos Ecuador (2014-2016) en (USD millones).....	188
Tabla 71	Indicadores Desempleo Ecuador (2014-2016) en %.....	189
Tabla 72	Estado de Situación Financiera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	195

Tabla 73	Estado de Resultados FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	198
Tabla 74	Composición del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	205
Tabla 75	Evaluación del Efectivo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	206
Tabla 76	Diagnóstico de Cartera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	207
Tabla 77	Evaluación Inventario año 2015 – 2016.....	209
Tabla 78	Composición del Pasivo y Patrimonio	210
Tabla 79	Composición del Pasivo.....	211
Tabla 80	Evolución de las Cuentas x Pagar	212
Tabla 81	Participación de las Ventas 2015-2016 FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	213
Tabla 82	Evolución de la Utilidad Bruta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	214
Tabla 83	Evolución de la Utilidad Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	215
Tabla 84	Evolución de la Utilidad Neta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	215
Tabla 85	Liquidez Corriente FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	216
Tabla 86	Prueba Ácida FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	218
Tabla 87	Endeudamiento del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	219
Tabla 88	Endeudamiento Patronal FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	220
Tabla 89	Endeudamiento del Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	221
Tabla 90	Apalancamiento FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	222
Tabla 91	Rotación de Cartera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC .	223
Tabla 92	Rotación de Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	224

Tabla 93	Rotación de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC..	225
Tabla 94	Periodo Promedio de Cobro FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	226
Tabla 95	Periodo Promedio de Pago FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	227
Tabla 96	Impacto gastos administrativos y ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	228
Tabla 97	Rentabilidad neta del activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	229
Tabla 98	Margen Bruto FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	231
Tabla 99	Margen Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	232
Tabla 100	Rentabilidad Neta de Ventas (Margen neto) FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	233
Tabla 101	Rentabilidad Operacional al Patrimonio FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	234
Tabla 102	Estado de Situación Financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	235
Tabla 103	Estado de Resultados LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	238
Tabla 104	Estado de Situación Financiera 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	244
Tabla 105	Composición del Activo 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	245
Tabla 106	Evaluación Efectivo año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	246
Tabla 107	Evaluación Cartera año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	247
Tabla 108	Evaluación Inventario año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	248
Tabla 109	Composición del Pasivo y Patrimonio LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	250

Tabla 110	Composición del Pasivo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	251
Tabla 111	Evolución de las Cuentas x Pagar LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	252
Tabla 112	Participación de las Ventas 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	253
Tabla 113	Evolución de la Utilidad Bruta LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	254
Tabla 114	Evolución de la Utilidad Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	254
Tabla 115	Liquidez Corriente DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	255
Tabla 116	Prueba Ácida DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	256
Tabla 117	Endeudamiento del Activo DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	257
Tabla 118	Endeudamiento Patronal LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	259
Tabla 119	Endeudamiento del Activo Fijo DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	260
Tabla 120	Apalancamiento Licores Ecuatoriano LICOREC S.A	261
Tabla 121	Rotación de Cartera de licores ecuatoriano LICOREC S.A.....	262
Tabla 122	Rotación de Activo Fijo de licores ecuatoriano LICOREC S.A.....	263
Tabla 123	Rotación de Ventas de licores ecuatoriano LICOREC S.A ...	264
Tabla 124	Periodo Promedio de Cobro de licores ecuatoriano LICOREC S.A.....	265
Tabla 125	Periodo Promedio de Pago LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	266
Tabla 126	Impacto gastos administrativos y ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	267

Tabla 127	Impacto carga financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	268
Tabla 128	Rentabilidad neta del activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	269
Tabla 129	Margen Bruto LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	270
Tabla 130	Margen Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	271
Tabla 131	Rentabilidad Neta de Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A.....	272
Tabla 132	Rentabilidad Operacional al Patrimonio LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A	273
Tabla 133	Resultados Finales.....	275
Tabla 134	Calculo del ICE y arancel especifico	287
Tabla 135	Cálculo del ICE Ad -valorem	288
Tabla 136	Ejemplo del costo de la mercancía importada de vino sin salvaguardia	288
Tabla 137	Ejemplo del costo de la mercancía importada de vino con salvaguardia	289
Tabla 138	Ejemplo del costo de la mercancía importada de whisky sin salvaguardia.....	289
Tabla 139	Ejemplo del costo de la mercancía importada del whisky con salvaguardia.....	290
Tabla 140	Comparación de Precios en cada país	292
Tabla 141	Tabla Intereses Financieros Ganados por Depósito Plazo Fijo: Efectivo y sus Equivalentes	295
Tabla 142	Supuesto para la reducción de la cartera.....	299
Tabla 143	Participación de las Ventas 2015-2016.....	300
Tabla 144	Cálculo de ventas netas proyectadas para 5 años	300

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol de Problemas	5
Figura 2	Liberación de los Mercados Internacionales.....	17
Figura 3	Balanza comercial por regiones comerciales.....	54
Figura 4	Balanza comercial del Ecuador con Estados Unidos.....	55
Figura 5	Balanza comercial de Ecuador con Chile	56
Figura 6	Balanza comercial de Ecuador con Perú	56
Figura 7	Balanza Comercial de Ecuador con Colombia.....	57
Figura 8	Balanza Comercial de Ecuador con China	57
Figura 9	Balanza comercial de Ecuador con Rusia	58
Figura 10	Balanza Comercial de Ecuador con Panamá	59
Figura 11	Balanza Comercial de Ecuador con Italia	59
Figura 12	Balanza Comercial del Ecuador con Japón	60
Figura 13	Balanza Comercial de Ecuador con Venezuela.....	61
Figura 14	Balanza Comercial de Ecuador con Argentina	61
Figura 15	PIB del Ecuador 2013-2015.....	66
Figura 16	Exportaciones de Petróleo Empresas Públicas (millones de barriles) 2008-2015	68
Figura 17	Exportaciones de Petróleo Empresas Públicas y de las Compañías Privadas 2014-2016 en (millones de barriles)	69
Figura 18	Precios promedio del crudo ecuatoriano y del mercado internacional 2007-2015 (usd por barril)	70
Figura 19	Inflación Anual del Ecuador 2006-2015	71
Figura 20	Inflación Mensual del Ecuador 2015-2016.....	72
Figura 21	Inflación Anual del IPC 2015 y por Divisiones de Consumo ...	72
Figura 22	Variación Anual del IPP Nacional 2006-2015	73
Figura 23	Índice de Cambio de Oferta de Crédito.....	75
Figura 24	Índice de Cambio de Demanda de Crédito	76
Figura 25	Evolución de las exportaciones totales (miles USD FOB)	77
Figura 26	Exportaciones primarias e industrializadas (miles USd FOB).....	77
Figura 27	Evolución de las exportaciones petroleras.....	78

Figura 28	Evolución de las exportaciones no petroleras.....	78
Figura 29	Importaciones en Valores FOB y % de Participación de Bienes importados por CUODE del Ecuador 2014-2015.....	81
Figura 30	Bienes de Consumo No Duradero y Duradero del Ecuador 2012-2015	82
Figura 31	Importaciones - Materia Prima del Ecuador 2012-2015.....	83
Figura 32	Importaciones – Bienes de Capital del Ecuador 2012-2015 ...	84
Figura 33	Importaciones – combustibles y lubricantes del ecuador 2012-2015	85
Figura 34	Balanza Comercial Petrolera y No Petrolera del Ecuador 2012-2015	88
Figura 35	PEA del Ecuador 2010-2016	92
Figura 36	Índice de Confianza del Consumidor 2008-2015.....	93
Figura 37	Ciclo del IDC (Industria) 2008-2015.....	93
Figura 38	Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Comercio).....	94
Figura 39	Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Construcción)	94
Figura 40	Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Servicios).....	95
Figura 41	¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?	101
Figura 42	El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol.....	102
Figura 43	Volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la Ley de Salvaguardias en su negocio	103
Figura 44	Tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes	104
Figura 45	Porcentaje de bebidas sin alcohol de origen nacional	105
Figura 46	Competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas	106
Figura 47	Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol.....	107
Figura 48	Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias	108

Figura 49	Disminución de la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi	109
Figura 50	La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente	110
Figura 51	Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardia	111
Figura 52	El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol	112
Figura 53	Volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio	113
Figura 54	Tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes	114
Figura 55	Porcentaje de bebidas con alcohol de origen nacional	115
Figura 56	Competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas	116
Figura 57	Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol	117
Figura 58	Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias	118
Figura 59	Disminución de la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi	119
Figura 60	La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente	120
Figura 61	Distribución ji-cuadrado para el sector comercial de bebidas sin alcohol	123
Figura 62	Distribución ji-cuadrado para el sector comercial de bebidas con alcohol	126
Figura 63	Productos importados por Ecuador	130
Figura 64	Lista de mercados proveedores para un producto importado por Ecuador partida 2201	131
Figura 65	Lista de mercados proveedores para un producto importado por Ecuador, producto 2002	132
Figura 66	Participación del mercado de importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2014	139

Figura 67	Participación del mercado de importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2015.....	140
Figura 68	Participación del mercado de exportaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2014.....	140
Figura 69	Participación del mercado de exportaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2015.....	141
Figura 70	Participación valor importaciones en % a Ecuador 2014	142
Figura 71	Participación valor importaciones en % a Ecuador 2015	142
Figura 72	Participación valor en las exportaciones en % partida 22 a Ecuador 2014	143
Figura 73	Participación valor en las exportaciones en % partida 22 a Ecuador 2015	144
Figura 74	Participación del mercado por producto partida 22 importada Ecuador 2014	144
Figura 75	Participación del mercado por producto partida 22 importada Ecuador 2015	145
Figura 76	Participación del mercado por producto partida 22 exportada Ecuador 2014	146
Figura 77	Participación del mercado por producto partida 22 exportada Ecuador 2015	147
Figura 78	Saldo Comercial de la partida 22 Ecuador 2014.....	147
Figura 79	Saldo Comercial de la partida 22 Ecuador 2015.....	148
Figura 80	Ingresos de Bebidas en el Ecuador 2014	152
Figura 81	MIE del sector de bebida sin alcohol	169
Figura 82	MIE del sector de bebida con alcohol	170
Figura 83	Tasa de crecimiento en % Importaciones partida 22	183
Figura 84	Tasa de crecimiento en % Exportaciones partida 22	184
Figura 85	Balanza de Pagos Cuenta Corriente Ecuador (2014-2016)...	188
Figura 86	Indicadores Laborales Desempleo Ecuador (2014-2016).....	190
Figura 87	Indicadores Laborales Subempleo Ecuador (2014-2016).....	191
Figura 88	Indicadores Laborales Empleo Adecuado/Pleno Ecuador (2014-2016)	192

Figura 89	Empleo Adecuado/Pleno por Actividad Ecuador (2014-2016)	193
Figura 90	Evolución de Activo, Pasivo y Patrimonio	204
Figura 91	Composición del Activo.....	205
Figura 92	Evolución Efectivo 2015 – 2016.....	207
Figura 93	Evaluación Cartera año 2015 -2016	208
Figura 94	Evaluación inventario año 2015 - 2016.....	209
Figura 95	Composición del Pasivo y Patrimonio.....	210
Figura 96	Composición del Pasivo.....	211
Figura 97	Evolución de las Cuentas por pagar	213
Figura 98	Comparativo liquidez corriente SAN FELIPE S.A. SANLIC ..	217
Figura 99	Comparativo prueba ácida SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	218
Figura 100	Comparativo Endeudamiento del Activo SAN FELIPE S.A...	219
Figura 101	Comparativo Endeudamiento Patronal SAN FELIPE S.A.....	221
Figura 102	Comparativo Endeudamiento del Activo Fijo SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	222
Figura 103	Comparativo Apalancamiento SAN FELIPE S.A. SANLIC....	223
Figura 104	Rotación de Cartera SAN FELIPE S.A. SANLIC	224
Figura 105	Comparativo Rotación de Activo Fijo SAN FELIPE S.A.....	225
Figura 106	Comparativo Rotación de Ventas SAN FELIPE S.A.....	226
Figura 107	Comparativo Periodo Promedio de Cobranza SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	227
Figura 108	Comparativo Periodo Promedio de Pago SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	228
Figura 109	Comparativo Gastos Administrativos y Ventas SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	229
Figura 110	Comparativo Rentabilidad neta del activo SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	230
Figura 111	Comparativo Rentabilidad Margen Bruto SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	231
Figura 112	Comparativo Margen Operacional SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	232

Figura 113	Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas SAN FELIPE S.A. SANLIC.....	233
Figura 114	Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio SAN FELIPE S.A. SANLIC	234
Figura 115	Evolución de Activo, Pasivo y Patrimonio	244
Figura 116	Evolución efectivo 2015 – 2016	246
Figura 117	Evaluación cartera año 2015 – 2016	247
Figura 118	Evaluación del inventario	249
Figura 119	Composición del pasivo y patrimonio.....	250
Figura 120	Composición del pasivo	251
Figura 121	Evolución de las cuentas por pagar	252
Figura 122	Liquidez corriente LICOREC S.A.....	256
Figura 123	Comparativo Prueba Ácida LICOREC S.A	257
Figura 124	Comparativo Endeudamiento del Activo LICOREC S.A	258
Figura 125	Comparativo Endeudamiento Patronal LICOREC S.A.....	259
Figura 126	Comparativo Endeudamiento Activo Fijo LICOREC S.A	260
Figura 127	Comparativo Apalancamiento LICOREC S.A	261
Figura 128	Comparativo Rotación de Cartera LICOREC S.A.....	262
Figura 129	Comparativo Rotación de Activo Fijo LICOREC S.A	263
Figura 130	Comparativo Rotación de Ventas LICOREC S.A.....	264
Figura 131	Comparativo Periodo Promedio Cobranza LICOREC S.A....	265
Figura 132	Comparativo Periodo Promedio de Pago LICOREC S.A	266
Figura 133	Comparativo Gastos Administrativos y Ventas LICOREC S.A.....	267
Figura 134	Comparativo Carga Financiera LICOREC S.A	268
Figura 135	Comparativo Rentabilidad neta del activo LICOREC S.A.....	269
Figura 136	Comparativo Rentabilidad Margen Bruto LICOREC S.A	270
Figura 137	Comparativo Margen Operacional LICOREC S.A	271
Figura 138	Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas LICOREC S.A ...	272
Figura 139	Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio LICOREC S.A.....	273
Figura 140	Resumen del cálculo del costo de bebidas con alcohol.....	290

RESUMEN

La importancia de esta investigación reside en poder utilizarla como guía de estudio hacia los empresarios de Cotopaxi, para dar a conocer la evaluación financiera y medir el impacto económico social del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol; por la aplicación de la ley de salvaguardia general arancelaria dispuesta por Decreto Ejecutivo en marzo de 2015, a 2800 productos, con tiempo de terminación de 15 meses; para eso se realizó una revisión de la fundamentación teórica y conceptual del entorno que involucra a las salvaguardias, para continuar con la metodología de investigación que es base para el levantamiento de la información dentro de la provincia de Cotopaxi, aplicada a los siete cantones realizando las encuestas, la misma que estuvo dirigida para las bebidas a una muestra de 337 empresas de bebidas sin alcohol y con alcohol de dicho sector; seguidamente se validó la hipótesis alternativa de que el marco regulatorio de las salvaguardia general arancelaria si afecta al sector comercial de bebidas en Cotopaxi, luego se realizó una evaluación financiera de las empresas comercializadoras de bebidas registradas en la SUPERCIAS, lo que nos sirvió para comparar con el sector comercial de bebidas de Ecuador para poder realizar un informe; para lo cual se ha procedido con el desarrollo de las propuestas enfocadas a las estrategias financieras sectoriales, para lo que se creó una herramienta financiera para comparar los precios con y sin salvaguardias, y se aplicó dichas estrategias en supuestos en las empresas del sector objeto de estudio; finalmente se realizaron las conclusiones y recomendaciones de nuestra tesis.

PALABRAS CLAVE:

- **ESTRATEGIAS FINANCIERAS**
- **SALVAGUARDIAS**
- **EVALUACIÓN FINANCIERA**
- **IMPACTO SOCIOECONÓMICO**
- **BEBIDAS – INDUSTRIA Y COMERCIO**

ABSTRACT

The importance of this research resides in being able to use it as a study guide for the Cotopaxi entrepreneurs, to make known the financial evaluation and to measure the social economic impact of the commercial sector of soft drinks and alcohol; by the application of the general tariff safeguard law provided by executive decree in march 2015 to 2800 products with a 15-month completion time; for that, a review of the theoretical and conceptual basis of the environment involving the safeguards was carried out, in order to continue with the research methodology that is the basis for the collection of information within the province of Cotopaxi, applied to the seven cantons carrying out the surveys, the same one that was directed to the drinks to a sample of 337 companies of soft drinks and with alcohol of that sector; we then validated the alternative hypothesis that the regulatory framework of the general tariff safeguard if it affects the commercial beverage sector in Cotopaxi, then a financial evaluation of the beverage companies registered in the SUPERCIAS was carried out, which served to compare us with the commercial sector of beverages of Ecuador to be able to make a report; for which we have proceeded with the development of the proposals focused on the sectoral financial strategies, for which a financial tool was created to compare the prices with and without safeguards, and these strategies were applied in assumptions in the companies of the sector object of study; finally the conclusions and recommendations of our thesis were made.

KEYWORD:

- **FINANCIAL STRATEGIES**
- **SAFEGUARDS**
- **FINANCIAL EVALUATION**
- **SOCIOECONOMIC IMPACT**
- **BEVERAGES - INDUSTRY AND COMMERCE**

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES DE LA APLICACIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS DEL ECUADOR EN EL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y BEBIDAS CON ALCOHOL

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

Es importante para el Ecuador que tome como referencia, el traspasó a un proceso de dolarización en el año 2000, que dejó de contar con un valioso instrumento de política económica, como es la política monetaria. Y por consecuencia al no poder devaluar la moneda, la competitividad relativa del Comercio Exterior del país se afectó considerablemente.

Ecuador ha prestado atención a cierta incertidumbre en políticas de Comercio Exterior en los últimos años y en la última década se establecieron políticas comerciales inclinadas a reducir barreras al intercambio internacional.

Estos cambios en políticas comerciales contienen reformas arancelarias a favor de la liberalización comercial, reducciones en las restricciones a las importaciones, leyes para promover exportaciones, renovación de instituciones ligadas al Comercio Exterior y reducción de sus procedimientos para el intercambio de mercaderías.

En consecuencia, en los últimos años de la economía ecuatoriana (2010 a la actualidad) se han caracterizado por la aplicación de restricciones a la entrada de bienes extranjeros a través de impuestos, aranceles y en otros casos barreras no arancelarias a ciertas importaciones para proteger los intereses nacionales y en teoría mejorar la matriz productiva del país.

La teoría del Comercio Exterior denomina a este conjunto de políticas comerciales como proteccionistas; la intervención de los gobiernos puede ser una reacción ante cambios de políticas comerciales promovidas por otros

países, o puede reconocer simplemente a un interés por salvaguardar un sector industrial nacional poco desarrollado.

En el Ecuador las salvaguardias componen un instrumento de política económica que forman algunas medidas de restricción para la protección del sector productivo nacional, que se ve debilitada por el crecimiento constante de las importaciones, por lo que muchos de nuestros productos aún no están preparados para cubrir la demanda con los productos que son importados, es por esta razón que debe promover el desarrollo de la matriz productiva, de conformidad con la oferta y demanda de bienes y/o servicios y tratando de proteger la producción nacional.

En marzo de 2015, el Ministro de Comercio Exterior, Diego Aulestia, anunció la fijación de una salvaguardia general arancelaria a las importaciones de 2.800 productos, por un lapso de 15 meses, con el objetivo de proteger la Balanza de Pagos.

El gobierno se ha visto en la necesidad de tomar estas decisiones por el "difícil" entorno que afronta la economía nacional, completamente dolarizada desde el año 2000 y golpeada por la caída drástica del precio del petróleo el principal producto de exportación del país, así como por la apreciación del dólar.

Ecuador ha empezado a poner en práctica políticas comerciales como las salvaguardias, destinadas a la restricción de importaciones de bienes de consumo a través de un mayor arancel nacional con sobretasa, para promover el desarrollo y la producción de las industrias nacionales.

En la cuestión de economía ecuatoriana, esta se ha diferenciado por la "dependencia económica a los sectores primarios, con una peligrosa concentración en torno al petróleo y las materias primas que evidencian un modelo concentrador con un deterioro de términos de intercambio en un mercado mundial cada vez más globalizado" (Ministerio Coordinador de la Producción, 2013).

Las salvaguardias se plantearon con el propósito de atenuar los efectos adversos de la liberación del comercio; sin embargo, la efectividad del mecanismo ha sido duramente cuestionada por los propios países de convertirse en una medida distorsionante del comercio y de la economía de los sectores productivos, afectándose el verdadero espíritu de la

salvaguardia de brindar una protección temporal a todos los sectores que requieren desarrollo.

Argumentan que la sobretasa impositiva es progresiva; es decir, el mayor impuesto se aplica a importaciones menos importantes para el consumidor y viceversa.

La medida nos dice el gobierno actual que está destinada a que los consumidores puedan sustituir esas importaciones con otros productos similares de producción nacional, se dirige a que los ciudadanos prioricen su consumo hacia actividades más relevantes para la producción nacional y el empleo y sostienen, además que esta decisión busca corregir el desequilibrio externo y fortalecer la dolarización.

La provincia de Cotopaxi en los últimos años ha demostrado un crecimiento empresarial importante, debido a inversiones en algunos sectores estratégicos que ha optado el gobierno actual, al promocionar la comercialización de algunos productos elaborados dentro del país, pero a nivel de agronomía y bienes primarios, obteniendo grandes resultados económicos dentro y fuera del país.

Pero dentro del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol en Cotopaxi y todo el país, no se podría hacer estos debido a que la materia prima que conllevan la elaboración de dichas bebidas se los debe adquirir fuera del Ecuador.

1.1.2. Análisis Crítico

Las leyes sobre la salvaguardia general arancelaria sirven para estabilizar la Balanza de Pagos, tiene su meta proteger la producción nacional mejorando la matriz productiva solo ha sido en teoría, ya que mejor se ha formado una descompensación de dicha balanza, ya que algunas ocasiones no se tiene la capacidad de producción de algunos productos con sobretasa y porque el consumidor ecuatoriano no tiene identidad cultural en los productos elaborados nacionalmente, por la creencia de que estos productos extranjeros son de mayor calidad y marca.

Los consumidores en general que compran o distribuyen las bebidas sin alcohol y con alcohol han verificado que los comerciantes han elevado progresivamente los precios a los productos nacionales y productos extranjeros, por lo que existe una disminución en las ventas y poca rotación de inventario; ocasionando que las recaudaciones en impuestos sean menos de las esperadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Las salvaguardias aportaron consigo una disminución en la actividad económica, menos generación de empleo y eso representa disminución en la demanda para los productos nacionales.

El dólar tiene mayor poder adquisitivo que las monedas de los países vecinos como Colombia y Perú, esto hace que gran cantidad de gente se traslade hasta las ciudades fronterizas de estos países y adquieran mercadería, pero este dinero no regresa, y como nuestro país no puede elaborar dinero éste empieza a dejar de ser circulante.

La apreciación del dólar también afecta las exportaciones, pues los precios de los productos ecuatorianos se encarecen en comparación con los de otros países, la peligrosa situación económica que se ha formado a partir de lo anterior y la aplicación de salvaguardias a las importaciones no solo pone en peligro el normal desenvolvimiento de la economía interna sino a la dolarización misma.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

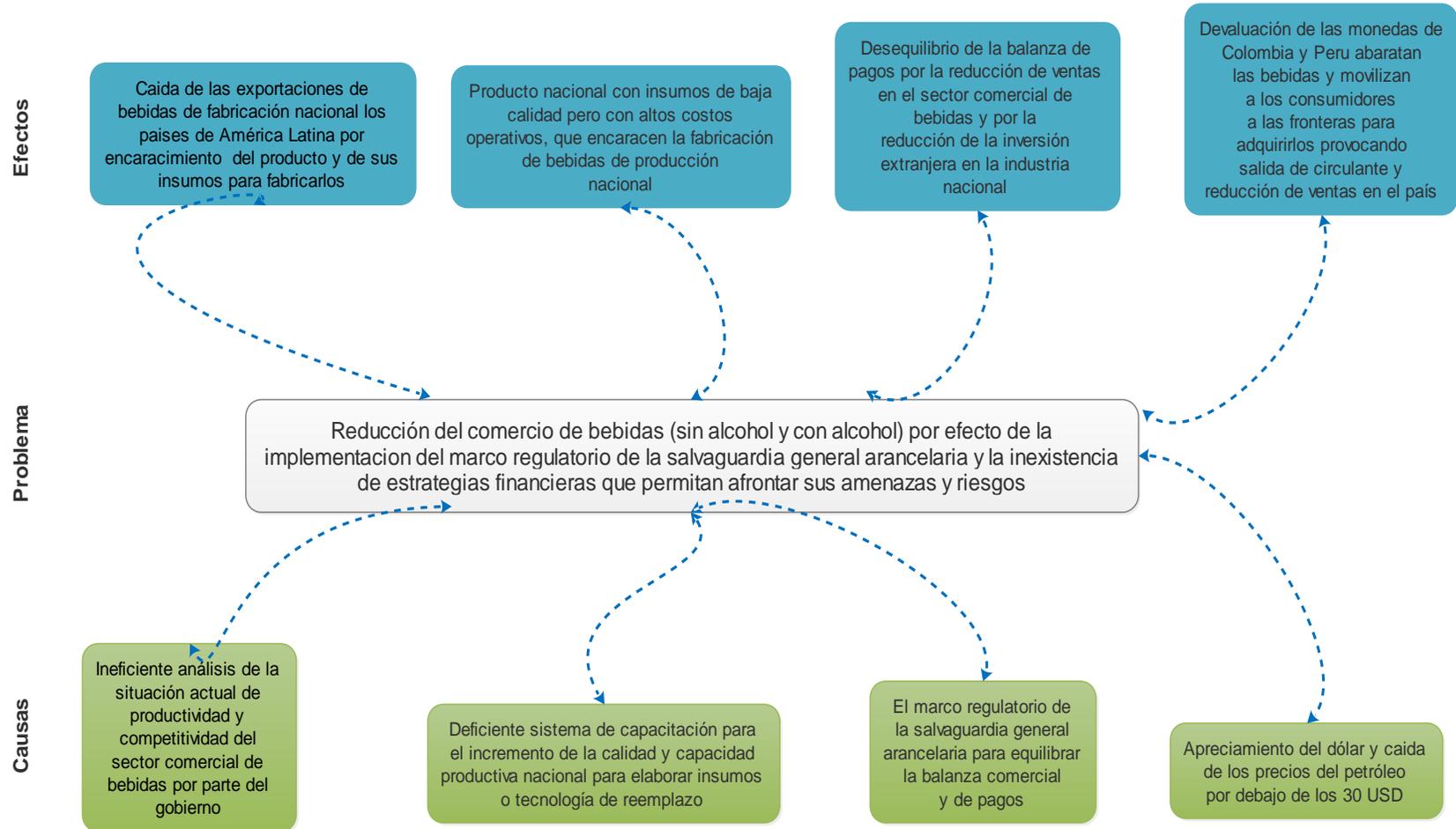


Figura 1 Árbol de Problemas

1.1.3. Prognosis

Al no encontrar una alternativa de solución al alza de los productos importados para el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol, se percibirá el bajo el crecimiento de los negocios y ocasionará otros efectos que queremos analizar posteriormente en esta investigación, por lo cual resulta importante realizar un diagnóstico de las salvaguardias para proponer estrategias que ayuden a mitigar los riesgos en dicho sector.

Dentro del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol las empresas no han tomado las precauciones adecuadas dentro del entorno cambiante, y no han tomado decisiones a dichos cambios, como es la aplicación de la ley de salvaguardias arancelarias a las importaciones a 2800 productos.

La exigencia de las medidas de salvaguardias ha estimulado que los productos terminados, manufactura e insumos utilizados por el sector de bebidas tuviesen elevación en sus costos. Además, esta medida ha creado un efecto adicional en el mercado nacional como es el alza de precios de productos nacionales, para igualar el costo de los insumos importados.

La caída de las exportaciones de los productos de costos altos, en comparación con los productos de características similares de país vecinos, conlleva a un desequilibrio en la Balanza de Pagos ocasionando inseguridad en los empresarios que pueden dejar de invertir e incluso llegar a quebrar empresas, generando desempleo en nuestro país y disminución del PIB del Ecuador.

Los insumos, materiales y maquinaria de baja calidad al ser utilizados para elaborar bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol pueden ocasionar desprestigio de las empresas, como también pérdida de la marca y decrezca el sector comercial de bebidas y de comida en nuestro país, originando incertidumbre en el ámbito comercial y laboral.

1.1.4. Formulación del Problema

Por lo que nuestra investigación basado en que el gobierno actual en el año 2015, ha aplicado salvaguardias a las importaciones tanto de bienes de capital como materias primas y bienes de consumo; nos planteamos evaluar financieramente y el impacto económico social dentro del sector comercial de bebidas sin alcohol (agua mineral y gaseada, energizantes, bebidas azucarantes o aromatizadas), y bebidas con alcohol (vino, cerveza de malta, vodka, cremas de licor, aguardiente, pisco, extractos para producir brandy, whisky, vino, ron, gin y ginebra), aplicando el marco regulatorio de la salvaguardia general de aranceles en año 2015 (COMEX, 2015).

De esta manera se realizará la investigación respondiendo a la siguiente pregunta:

¿Al realizar una evaluación financiera y medir el impacto económico-social en el sector comercial de bebidas (sin alcohol y con alcohol), cómo afecta la aplicación del marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria en el año 2015?

Interrogantes específicas:

- ¿Cómo afecta la implementación de la salvaguardia general arancelaria en la economía - social que poseen los comerciantes?
- ¿Se debe realizar una valoración del impacto económico - social en los comerciantes?
- ¿Se debe aplicar una evaluación financiera al sector comercial de bebidas (sin alcohol y con alcohol)?
- ¿Se necesita plantear una propuesta de estrategias financieras sectoriales para mitigar los riesgos encontrados en los comerciantes de bebidas (sin alcohol y con alcohol)?

1.2. Introducción

La economía global desde el año 2002 viene cambiando en altas tasas de crecimiento, sin embargo, en el año 2008 su desempeño se vio

suspendido por la desaceleración de la economía de Estados Unidos, la explosión de la burbuja inmobiliaria de este país dio principio a una de las crisis financieras más peligrosas para los países desarrollados desde los años 30.

Esta recesión económica empezó con una devaluación del dólar, que trasladando las inversiones especulativas a otras monedas, lo que obligó al alza, básicamente, los precios del petróleo, oro, minerales y materias primas en general; desincentivando el consumo a nivel global que contagio a todo el planeta; más, a finales de 2008 las expectativas cambian ante la reducción del consumo, y las inversiones especulativas retornaran al dólar, estimulando un desplome en los precios del petróleo y apreciando de nuevo esta moneda.

En el entorno de la globalización actual, los efectos de la recesión impactaron sin distinción en la economía de los países, según su organización y nivel de comercio internacional. En nuestro caso del Ecuador que atravesó un proceso de dolarización en 2000 y que su economía se ha especializado por una dependencia a los sectores primarios, su liquidez está en función de la Balanza de Pagos (exportaciones, transferencias por remesas, créditos, entre otros); en consecuencia, la economía ecuatoriana es mucho más sensible a los eventos del Comercio Exterior.

Durante los últimos 20 años (1995-2014), el Comercio Exterior se ha visto influido por muchos componentes, como los adelantos en la tecnología, nueva crisis financiera, la ampliación del número de miembros de la OMC, los desastres naturales y los conflictos políticos; dichos componentes han inducido a la volatilidad en los precios de los productos básicos y una creciente jerarquía del comercio de servicios.

Los comercializadores también se ven afectados al tener que pagar un mayor precio por los bienes importados y por la pérdida de su poder adquisitivo, mientras que determinados productores nacionales se podrían favorecer por la medida ya que al aumentar los precios de los bienes extranjeros sus productos se vuelven más competitivos, estimulando el fomento de la producción nacional.

De la misma manera hay que analizar si las partidas o cuentas que ingresaron con restricción por salvaguardia corresponden a bienes de

consumo, y no a materias primas que infieran en la cadena productiva, provocando la pérdida de competitividad de un sector trasladado en un aumento de los precios.

Nuestra investigación tiene como propósito indagar y comparar la situación actual de las actividades de Comercio Exterior en Ecuador con respecto al sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol por el marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria en el año 2015 dentro de la provincia de Cotopaxi, con el objetivo de planear propuestas a través de estrategias financieras que ayuden a mejorar la productividad del sector que comercializan bebidas, con el fin de apoyarles en su desarrollo local e internacionalización de sus productos, minimizando el riesgo que traen consigo estas actividades.

1.3. Justificación

La contribución desde el punto de vista económico-social está enfocado a los comerciantes, evaluando el impacto de la salvaguardia general arancelaria en el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol con la aplicación de estrategias financieras que traten de mejorar la productividad y el sector empresarial de Cotopaxi; lógicamente esto será beneficio para el consumidor por ser el que adquiere los productos diariamente.

Se confía en que esta investigación no será solamente un requisito de graduación, sino una contribución para lograr que el sector empresarial pueda afrontar la situación actual de recesión económica que nos encontramos, a través de esto se busca una utilidad que constituirá una herramienta importante para todos los actores en el ámbito del comercio en la provincia de Cotopaxi y del país, puedan tomar buenas decisiones estratégicas que den valor agregado a la matriz productiva de nuestro país.

Por lo tanto, es valioso la investigación que se va a realizar, ya que son mercados con pocos estudios de carácter técnico en el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol, en los cuáles existe una variedad de oportunidades de negocios y sobre todo contar con una visión hacia el futuro.

1.4. Importancia

El trabajo de investigación propuesto, es de suma importancia al constituirse una contribución directa para que las empresas que se dedican a ejecutar actividades de comercialización en el sector de bebidas y conozcan cuáles son las líneas de acción que pueden incidir en sus operaciones y así tomar decisiones convenientes que les permita ampliar las ventas dentro de su negocio, minimizando el riesgo y apoyando a su permanencia en el mercado contribuyendo al avance del sector empresarial del país y sobre todo a la provincia de Cotopaxi objeto de estudio.

Actualmente la globalización provoca a que las empresas de alrededor del mundo se integren como un todo y en el caso ecuatoriano se hace decisivo el que las pequeñas y medianas empresas obtengan una mayor ventaja competitiva, para que puedan mantenerse en el tiempo enfocándonos al desarrollo de la provincia de Cotopaxi y sus cantones.

Es trascendental precisar que se ha escogido un sector empresarial específico (bebidas con alcohol y sin alcohol), debido a que estos afectan significativamente en las transacciones de la Balanza Comercial.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Desarrollar una evaluación financiera e impacto social de la salvaguardia general arancelaria, su influencia en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol y con el fin de proponer estrategias financieras sectoriales para la provincia de Cotopaxi que mitiguen sus riesgos.

1.5.2. *Objetivos Específicos*

- Determinar la situación actual de los sectores productivos ecuatorianos que se beneficiaron o perjudicaron por la medida de salvaguardia.
- Estudiar el mercado del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol para conocer su impacto económico-social, con respecto a la aplicación de las salvaguardias.
- Realizar una evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador y en la provincia de Cotopaxi.
- Establecer las estrategias financieras sectoriales a los comerciantes que sirven de base para mejorar su productividad dentro de la provincia de Cotopaxi y sus cantones.

1.6. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es del tipo descriptivo y la valoración reposa sobre el análisis de las estadísticas disponibles sobre producción, comercio y precios en el contexto regional e internacional del sector de bebidas con alcohol y sin alcohol del Ecuador y la provincia de Cotopaxi.

- **Campo:** Comercio Internacional.
- **Área:** Financiera.
- **Aspecto:** Salvaguardias arancelarias a las importaciones.
- **Delimitación Temporal:** Enero a diciembre 2016.
- **Delimitación Espacial:** Zona 3 del Ecuador.
- **Delimitación Poblacional:** Comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol, ubicadas en Ecuador, provincia de Cotopaxi.

El estudio llega hasta el análisis del impacto de los mecanismos de salvaguardia sobre la comercialización en bebidas sin alcohol y con alcohol y finalmente se proponen estrategias financieras para mejorar el desempeño de los negocios y por ende mitigar sus riesgos beneficiando indirectamente a los consumidores.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO PARA EL ENTORNO DE LAS SALVAGUARDIAS Y LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS SECTORIALES

2.1. Antecedentes investigativos

Se ha analizado algunas tesis relacionadas con las salvaguardias aplicadas a algunos sectores importantes de la economía ecuatoriana.

“Evaluación de la salvaguardia aplicada en Ecuador en el año 2009, periodo de análisis 2000-2010”. Elaborado por Mazón López, Christian Andrés, en la universidad PUCE, Quito, durante el año 2009. Nos da como resumen, que el Ecuador desde sus inicios como república ha sido un país exportador de bienes primarios.

Los modelos de acumulación han caracterizado las distintas épocas de la vida republicana ecuatoriana. Paz y Miño asevera que con Gabriel García Moreno nace el sistema de hacienda y plantación de cacao, contexto que solidifica la división internacional del trabajo y enmarca al Ecuador como un país primario exportador. Ya en el primer cuarto del siglo XX, a través de la Revolución Juliana, se hace el primer intento de industrialización en el país, pero con resultados poco alentadores y que más tarde se desvanecen con la producción y exportación del banano (Paz y Miño, 2007, p. 8-10) mencionado por (Mazón López, 2011).

Con Guillermo Rodríguez Lara se establece un Estado Nacional Centralista fundamentado en el petróleo, confirmando una estrategia de desarrollo que se ha sustentado principalmente en la acumulación de riqueza, a través de la producción de bienes primarios que se han colocado en el mercado externo y que con la llegada del petróleo no fue más que otra forma de reprimarización, que volvió aún más extractivista a la economía

ecuatoriana (Acosta, 2006, p. 157-162) mencionado por (Mazón López, 2011).

Desde entonces el petróleo se ha convertido en el sostén de la economía ecuatoriana. A esto se suma la última crisis económica desatada en los Estados Unidos que ha tenido efectos en la mayor parte de economías del mundo. De acuerdo a Stiglitz, la fuerte relación entre los mercados internacionales tiene consecuencias inmediatas en cualquier parte del planeta. El sector financiero es el primer afectado y desencadena sus secuelas en la parte real de la economía (Stiglitz, 1998, p. 3-15) mencionado por (Mazón López, 2011).

De ahí Mazón López (2011) menciona que el gobierno ecuatoriano implantó medidas para resguardar el accionar económico de país. Estas disposiciones ante todo buscan garantizar liquidez en el sistema financiero. Se realiza un análisis del impacto de la salvaguardia cambiaria en el Ecuador en el sector comercial, especialmente en las fronteras como son Carchi, estudiando su impacto social y económico.

“Análisis de las importaciones ecuatorianas de bienes de consumo para evaluar la aplicación de salvaguardias en el marco de la OMC”. Elaborado por Noboa Reyes, Marvin Jair en la FLACSO Sede Ecuador, Quito durante el año 2010. Nos indica como resumen, en el presente trabajo de investigación, se realiza un análisis comercial de las importaciones de bienes de consumo en el Ecuador bajo una sola óptica, que consiste en identificar los principales productos importados por el país cuyos volúmenes hayan sufrido incrementos súbitos y significativos durante los últimos años y que, por su naturaleza de consumo inmediato, no aportan a la producción nacional sino por el contrario compiten contra él.

Bajo este contexto, dicho estudio se basa en los mecanismos comerciales que contempla la OMC en materia de defensa comercial, específicamente lo que respecta a medidas de salvaguardia a nivel multilateral y que nacen como respuesta de las necesidades que posee un país Miembro de restringir, de manera temporal, sus importaciones cuando determinado bien cause o amenace causar un daño grave a la rama de producción nacional que elabora el producto similar o directamente competidor (Noboa Reyes, 2014).

Es así que el desarrollo de la presente tesis se focaliza en determinar, en base a la mejor información disponible en el Ecuador, los principales condicionantes que prevé el Acuerdo sobre Salvaguardias de la OMC y su correspondiente normativa nacional en este tema a fin de crear conciencia en el país sobre las posibles amenazas que podrían representar la importación, en grandes volúmenes, de determinados bienes de consumo, y; a la vez brindar los remedios comerciales más adecuados que minimicen cualquier efecto nocivo sobre la producción nacional (Noboa Reyes, 2014).

“Análisis del impacto en la comercialización de vehículos después de la aplicación de las medidas arancelarias y salvaguardias impuestas por el gobierno del presidente Rafael Correa durante el periodo 2008-2010 en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi”. Elaborado por Medina Rosero, Diego Sebastián, realizada en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito en el año 2011, que nos informa que este estudio está dirigido a analizar el impacto que tuvo el incremento de los aranceles enfocándonos a los tres actores principales involucrados en este sector económico: el Gobierno Nacional, las casas comerciales y los consumidores.

Se realizó una comparación histórica entre las ventas y recaudación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) por concepto de vehículos en el país en un periodo que va desde el año 2005 al 2010, al analizar estas dos variables se pudo constatar que las ventas de vehículos no se redujeron en este periodo, lo que se observó es un crecimiento constante en el periodo de estudio, en el caso del ICE la recaudación subió aproximadamente en un 50% a partir de la reforma de la Ley de Equidad Tributaria, este incremento era el objetivo primordial del Gobierno Nacional, el generar mayores ingresos por recaudación de impuestos para la inversión pública (Medina Rosero, 2011).

Las ventas de vehículos se componen de vehículos importados y vehículos de producción nacional, para ambos sectores las ventas se incrementaron, pero las ventas de vehículos de producción nacional tuvieron un crecimiento mayor en relación a años anteriores a la reforma a la Ley de Equidad Tributaria (Medina Rosero, 2011).

Este efecto se dio ya que el incremento en el ICE encareció los vehículos importados manteniendo el precio de los vehículos de producción nacional, y

de esta manera, al aumentar la demanda de vehículos de producción nacional se generó un crecimiento en la producción local de vehículos. Al momento en que se buscó equiparar la balanza comercial, es decir mantener igualdad entre importaciones y exportaciones, las exportaciones de vehículos sufrieron una baja, ya que un buen porcentaje de la producción local se quedaba para consumo interno (Medina Rosero, 2011).

"Impacto causados por la medida de salvaguardia de balanza de pagos en el Ecuador (2009)", realizado por Grandes Ayala, Paola en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en Quito, durante el año 2012. En este estudio se analizó el impacto que la medida de salvaguardia por balanza de pagos tuvo en las principales variables económicas del país: importaciones, precios, empleo y ventas e inversión societaria.

Teniendo como escenario el 2009, un año de crisis a nivel internacional, que se caracterizó por un estancamiento de la economía mundial y que también afectó a la demanda global del país. Se identificó y observó el comportamiento de las importaciones de las partidas a las que se aplicó la restricción por salvaguardia. Posteriormente, se cruzó esta información con las bases de datos disponibles en la Superintendencia de Compañías y el Instituto Nacional de Estadística y Censos, con el objetivo de observar el impacto que la medida ocasionó en las variables económicas de estudio (Grandes Ayala, 2012).

La medida de salvaguardia de balanza de pagos logró reducir las importaciones de las partidas en restricción, en un monto superior a lo esperado, evitando un mayor déficit de la balanza de pagos al 2009. Más, esta medida tuvo otros efectos en la economía del país, como un incremento de precios, principalmente por un fenómeno especulativo, que afectó directamente al poder adquisitivo de los consumidores (Grandes Ayala, 2012).

Se identificaron sectores que se beneficiaron indirectamente por la protección que les brindó la salvaguardia, y aumentaron su nivel de ventas y empleo, resaltándose calzado, textiles, y cerámicos. Y, por otro lado, el sector de ensamblaje y comercialización de vehículos automotores fue uno de los principales afectados por la restricción (Grandes Ayala, 2012).

“Análisis de la incidencia de la normativa de Comercio Exterior en las Pymes ecuatorianas y propuestas para el mejoramiento de su internacionalización”. Elaborado por Baquero Zúñiga, María Fernanda y realizada en UTPL Sede Quito en el año 2014, el presente trabajo muestra un análisis del sector empresarial ecuatoriano, a fin de determinar tamaño, tipo, actividad y situación geográfica de las empresas del Ecuador.

Se presenta información estadística del comercio exterior del país: importaciones, exportaciones y balanza comercial; principales productos de importación y exportación; y, principales destinos y orígenes de las exportaciones e importaciones. Identifica la normativa y operaciones más relevantes que han incidido en las actividades de importación y exportación en los últimos diez años y una breve descripción de los mismos (Baquero Zúñiga, 2014).

Traslada los comentarios extraídos de empresarios encuestados, a fin de determinar si los temas expuestos han constituido un beneficio o una afectación para las actividades de comercio exterior en las empresas del país en general y en las pymes ecuatorianas (Baquero Zúñiga, 2014).

Finalmente, plantea las siguientes propuestas para el mejoramiento de la internacionalización de las pymes ecuatorianas: generación de encadenamientos productivos, utilización de los regímenes aduaneros, búsqueda de apoyo en organismos especializados de comercio exterior, capacitación y utilización de nuevas tecnologías para promoción (Baquero Zúñiga, 2014).

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Organización mundial del comercio (OMC)

“La Organización Mundial del Comercio (OMC) se ocupa de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Su principal función es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible” (“Organización Mundial del Comercio -Principal”, 2014).

Después de finalizar la Segunda Guerra Mundial, surge la necesidad de estructurar un dispositivo de cooperación económica internacional que colabore para asegurar la paz en la comunidad internacional.

De esta manera es como se decide crear un organismo en el seno de las Naciones Unidas que administre todos los temas relacionados con el Comercio Exterior, y además otro sector que se ocupe de gestionar los temas referentes a la reducción de aranceles aduaneros.

De esta manera surge la idea de que se debe iniciar una liberalización de los mercados del comercio internacional que ayude al crecimiento económico de todos los países por medio de la transparencia, previsibilidad y estabilidad en el orden de comercio internacional.



Figura 2 Liberación de los Mercados Internacionales

- *Doble tendencia en comercio internacional*
 - a. Consenso generalizado para la proyección hacia el logro de una mayor riqueza económica.
 - b. Los países han ido introduciendo obstáculos para limitar la libertad en los intercambios comerciales que permitan dirigirse hacia ese objetivo común de riqueza económica.

Algunos de los motivos han sido los siguientes:

- Independencia económica
- Seguridad nacional

- Protección a la producción nacional menos competitiva
- Recaudación de impuestos
- Política inflacionista
- Regulación del mercado laboral interno

A causa de esta doble tendencia ambigua surgen disputas en los intereses de los diferentes países, de manera que surge la gran necesidad de generar mecanismos de regulación internacional que sean de carácter homogéneo que sea beneficioso para todos.

- *Carta de la Habana (1948)*

Este es el primer documento creado para diseñar un sistema que englobe los elementos anteriormente mencionados. En este acontecimiento se empezó a prever la elaboración de una organización internacional del comercio (OCI), aunque no llegó a entrar en vigor puesto que no se consiguió un acuerdo con EEUU, país muy reticente por el temor a la pérdida de omnipotencia en las decisiones sobre su política comercial exterior.

No obstante, se consigue después de largas negociaciones sobre la reducción de las tarifas aduaneras el desarrollo de un acuerdo: Acuerdo General sobre el Comercio de Aranceles (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT).

De 1948 a 1994, el GATT estableció las normas aplicables a gran parte del comercio mundial. Durante este periodo hubo momentos en los que se llegaron a registrar algunas tasas de las más altas de crecimiento del comercio internacional. Sin embargo, a pesar de su apariencia de solidez, el GATT durante esos 47 años de acuerdo, fue una organización de naturaleza provisional.

Principios del GATT

- *Artículo I: Trato comercial no discriminatorio:* Cualquier ventaja, favor, privilegio o inmunidad acordada por una Parte Contratante a cualquier producto originado en o destinado a otro país, debe ser concedido inmediatamente e incondicionalmente al mismo producto originado o destinado a los territorios de todas las demás partes contratantes.

- *Artículo III: Trato nacional:* Cuando los productos importados han accedido al mercado interno, deben tener el mismo trato que el resto de los productos nacionales, es decir, no discriminación interna.

- *Artículo XI: Prohibición de restricciones cuantitativas:* Queda prohibido el uso de cualquier tipo de restricción cuantitativa, ya sea cupos, contingentes o licencias de importación o exportación.

Rondas comerciales de GATT

Durante el transcurso de la existencia del GATT se llevaron a cabo un conjunto de rondas de negociación que dieron como resultado una serie de acuerdos. Estos acuerdos están relacionados con la reducción de las tarifas aduaneras en el comercio entre los países.

Llegados a este punto, la creación de la OMC se origina por medio de una propuesta en Canadá, secundada por la Unión Europea, en la que se concluye la necesidad de organizar una configuración estable, con entidad propia y con poder de decisión, que pueda hacerse cargo de los nuevos frentes del comercio internacional en el siglo XX.

Los principios fundamentales de la OMC

Los principios fundamentales y rectores de la OMC siguen siendo la apertura de las fronteras, la garantía del principio de la nación más favorecida y del trato no discriminatorio entre los Miembros, así como el compromiso de lograr la transparencia en sus actividades.

La apertura de los mercados nacionales al comercio internacional, con excepciones justificables o con la flexibilidad adecuada, fomentará y favorecerá el desarrollo sostenible, mejorará el bienestar de las personas, reducirá la pobreza y promoverá la paz y la estabilidad.

Al mismo tiempo, esa apertura de los mercados debe ir acompañada de políticas nacionales e internacionales racionales que contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo en consonancia con las necesidades y aspiraciones de cada uno de los Miembros.

Tabla 1

Resumen de objetivos de la OMC

1	Marco Jurídico	Crear un marco jurídico que esté unificado, el cual supervise la aplicación de los acuerdos alcanzados en la Ronda de Uruguay
2	Adaptación	Capacidad de adaptación para actuar frente a los nuevos frentes neo económicos en los que los países emergentes y los menos desarrollados deben ejercer un papel más activo.
3	Ecología	Hacer compatible el objetivo fundamental que es el crecimiento de la riqueza a través de la expansión del comercio internacional, con las preocupaciones ecológicas.
4	Normas Sociales	Estructurar regulaciones homogéneas entre países y aceptadas en los temas que hacen referencia a los Derechos del Trabajo, Derechos Humanos, etc.
5	Acceso a mercados	Consensuar estrategias que ayuden a conseguir una liberación del comercio exterior internacional, y así evitar políticas comerciales que fomentan la discriminación y la desventaja competitiva.

Fuente: Wto.org. (2014)

Desde el 30 de noviembre de 2015, la OMC está compuesta por 162 países miembros al mismo tiempo que 24 mantienen la condición de observadores.

En el caso de los países de la Unión Europea han decidido delegar a la Comisión Europea el poder de negociación en el ámbito de la OMC.

Existen un conjunto de organizaciones internacionales que se identifican como observadores internacionales, son los siguientes:

- Organización de Naciones Unidas (ONU)
- Banco Mundial (BM)
- Organización Mundial para la propiedad intelectual (OMPI)
- Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura (FAO)
- Organización de cooperación y desarrollo económico (OCDE)
- Conferencia de Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo
- Fondo Monetario Internacional (FMI)

Un gran número de países toman la iniciativa de integrar los intereses nacionales con los intereses regionales y así llegar a la obtención de mayores beneficios por medio de los mercados de una dimensión mayor.

Los beneficios relacionados con la libertad del comercio no serían posibles sin que los diferentes estados colaboraran con ciertos niveles de independencia o autonomía para conseguir formas de organización más amplias. Se ha podido observar cómo han ido apareciendo movimientos de integración económica en todos los continentes por medio de acuerdos económicos que liberalizan la circulación de mercancías, mano de obra, capital y servicios, y lo han hecho por medio de las fronteras de un grupo determinado de países.

Varios expertos anuncian que este proceso de creación de grandes bloques económicos regionales dará lugar a un acontecimiento novedoso, una nueva división del orden económico internacional en la que aparecen; supra estados en lo que existe una liberalización comercial dentro de sus fronteras, y que al mismo tiempo establezcan barreras comerciales al resto de grupos económicos externos.

Grados de integración de los proyectos de integración económica:

1. Creación de una auténtica economía global donde todos los países comparten una moneda común y establecen unas normas que fomentan la libertad en la circulación de productos, servicios y factores de producción.
2. Permanecen los intereses nacionales, se aplican normas medidas reguladoras liberalizadoras de tipo sectorial.

El área de libre comercio, es una manera de integración económica entre países es flexible y poco restrictiva, en la cual hay un grado de integración de baja intensidad.

Algunos ejemplos son los siguientes:

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI),
- Comunidad Andina (CAN),
- Comunidad del Caribe (CARICOM),
- Mercado Común del Sur (MERCOSUR),
- Organización de Estados Americanos (OEA),
- Sistema Interamericano de Derechos Humanos,
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA),
- Unión de Naciones Sudamericanas (UNASUR), entre otros.

- Los procesos de integración país por país (sección en construcción)

Ventajas del área de libre comercio

- Economías de escala: creación de un gran mercado interior.
- Eficiencia de los flujos logísticos: se establece una técnica simple del transporte de mercancías, con ello se consigue; rapidez, aproximación de los centros de aprovisionamiento y consumo.
- Eficiencia en la ordenación del mercado: mejor acceso a factores de producción más competitivos.

Limitaciones de las zonas de libre comercio

- a. Limitación en el desarrollo equitativo del conjunto de la economía: producido por una disminución de la libertad de comercio interior de algunos países miembros en ciertos productos y servicios.
- b. Falta de normas comunes con los países no miembros: se produce una situación en la cual hay riesgo de que los países que establezcan menores tarifas aduaneras obtengan una ventaja frente a los demás países miembros.
- c. Competencia desleal: relacionado con el punto anterior, los países con menos tarifas aduaneras se convierten en puntos referentes para acceder al resto del mercado, como sería el caso de México y EEUU y Canadá. Deberían establecerse procedimientos y regulaciones en la que tengan los países presentar certificados de origen, exigir un porcentaje mínimo de participación, etc.
- d. Políticas de discriminación: la falta de libertad de movimiento de mano de obra y los capitales conlleva a políticas de discriminación y una falta de eficiencia de ciertos factores de producción.
- e. Países menos desarrollados: al no existir normas comunes que regulen la actividad económica fomentan las carencias estructurales de los países menos desarrollados.
- f. Autonomía: la autonomía propia de cada país, en cuanto a ordenación política interna se refiere; política monetaria y fiscal, puede dar inducir distorsiones en los niveles de intercambio comercial entre los diferentes países miembro del área de libre comercio; devaluación, diferencial inflación, fiscalidad, subvenciones de las empresas, etc.

2.2.2. Legislación y puesta en marcha de las salvaguardias

A continuación se especifica la normativa y ordenamientos más relevantes que han incidido en las actividades de importación y exportación en los últimos diez años:

El Tribunal Constitucional (9 de septiembre de 2008) concedió la demanda de inconstitucionalidad trazada por el Presidente y excluyó la participación del sector privado en el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI). El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Registro Oficial Suplemento 351 de diciembre 29 de 2010) se instauraron el Comité de Comercio Exterior (COMEX) integrado exclusivamente por delegados del sector público; el cual sustituye al COMEXI.

a. *Alba y el Ecuador*

Se referencia en junio de 2009, en que el Presidente de Venezuela anunció el ingreso del Ecuador a la Alternativa Bolivariana para América Latina y el Caribe (ALBA), organización que se constituyó en La Habana (Cuba) el 14 de diciembre de 2004 por el acuerdo de los presidentes de Venezuela y Cuba. En Ecuador, la Corte Constitucional dictaminó que el tratado internacional "Declaración Conjunta de la Alternativa Bolivariana para las Américas - ALBA" es compatible con la Constitución, y que se continúe con el proceso de ratificación (Registro Oficial Suplemento 97 de diciembre 29 de 2009). Sus integrantes son: Bolivia, Cuba, Dominica, Honduras, Nicaragua, Venezuela, San Vicente y las Granadinas, y, ahora, Ecuador.

b. *Sistema Único de Compensación Regional de Pagos (SUCRE)*

Alrededor de abril de 2009, se suscribió el 'Acuerdo Marco del Sistema Único de Compensación Regional de Pagos (SUCRE), en Venezuela. La Asamblea Nacional aprobó el Tratado Constitutivo del SUCRE el 3 de junio

de 2010 (Registro Oficial 216 de julio 17 de 2010) y fue ratificado mediante Decreto Ejecutivo 395 (Registro Oficial 229 de julio 6 de 2010).

El Banco Central dispuso el uso del SUCRE para operaciones de comercio exterior con los países de la ALBA. La disposición afecta a las instituciones financieras públicas y privadas controladas por la Superintendencia de Bancos que mantengan cuenta corriente activa en el Banco Central del Ecuador, para que puedan realizar operaciones de comercio exterior, a través del SUCRE (Baquero Zúñiga, 2014).

c. *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*

Como menciona Baquero Zúñiga (2014), este entró en vigencia el 29 diciembre de 2010 (Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de diciembre de 2010). Uno de sus fines es el de: Potenciar la sustitución estratégica de importaciones (Art. 4 (n)).

El Código se encuentra conformado por: un título preliminar; seis libros:

1. Del desarrollo productivo, mecanismos y órganos de competencia
2. Del desarrollo de la inversión productiva y de sus instrumentos
3. Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción
4. Del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos
5. De la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera
6. Sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema

El *libro IV 'Del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos'* está compuesto por cuatro títulos:

1. De la institucionalidad en materia de comercio exterior
2. De las medidas arancelarias y no arancelarias para regular el comercio exterior
3. De las medidas de defensa comercial; y,
4. Del fomento y la promoción de las exportaciones.

El *libro V 'De la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera'* está compuesto por cinco títulos:

1. Del fomento y promoción de los sectores estratégicos claves para la infraestructura productiva
2. De la facilitación aduanera para el comercio de lo sustantivo aduanero
3. De las sanciones a las infracciones aduaneras
4. De la administración aduanera
5. Auxiliares de la administración aduanera

d. Comercio y Aduanas

A finales del año 2007, entró en vigencia el nuevo procedimiento con relación a registro de importadores y exportadores en Aduana (ya no en el Banco Central del Ecuador) y de firmas de la Declaración Andina del Valor (solamente por el importador y no por el agente de aduana) (Baquero Zúñiga, 2014).

A partir del año 2013 entra en vigencia el nuevo sistema de la Aduana Ecuapass, en reemplazo del Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), con el cual se busca mejorar los tiempos de despacho de las mercancías y entrar a un esquema de comercio exterior cero papeles (Baquero Zúñiga, 2014).

Para el registro de usuarios en el sistema aduanero Ecuapass y para realizar operaciones de comercio exterior, todo operador de comercio exterior (incluyendo empleados que se vayan a registrar en el Ecuapass) deben contar, de forma individual y personal, con un certificado digital válido para firma electrónica y autenticación, que debe adquirirse en dispositivos tipo token HSM (Hardware Security Module) para el almacenamiento seguro de dichos certificados (Baquero Zúñiga, 2014).

e. Reformas y Derogatoria de la Ley Orgánica de Aduanas

Según Baquero Zúñiga (2014) en el 2007 se reformó la Ley Orgánica de Aduanas, estableciendo, entre otros aspectos:

1. Eliminación de la participación de las empresas verificadoras en el proceso de verificación de mercancías.
2. Implementación del sistema de perfiles de riesgo.
3. Implementación de los controles: anterior, concurrente y posterior.
4. Eliminación del certificado de inspección en origen y visto bueno del Banco Central del Ecuador, como documentos de acompañamiento.
5. Inclusión del Ministerio Público como organismo de control y ejecutor de acciones legales por hechos de los que se desprenden delitos tributarios aduaneros y de personas detenidas por delito flagrante.
6. Finalmente, en el 2010, con el Código de la producción se derogó la Ley Orgánica de Aduanas (disposiciones derogatorias q).

Se reformó el Reglamento General a la Ley Orgánica de Aduanas, estableciendo cambios, entre otros temas, con relación a las garantías de consolidadoras y agentes de aduana.

f. *PRO Ecuador.*

Es mencionado por Baquero Zúñiga (2014), donde el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, crea el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), parte del Ministerio de Comercio Exterior (en lugar de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones – CORPEI), encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional.

Cuenta con una amplia red de oficinas:

1. 7 oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales.
2. 31 oficinas internacionales y 3 agregadurías comerciales, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que benefician al Ecuador.

Los objetivos estratégicos de PRO ECUADOR que menciona Baquero Zúñiga, (2014) son:

- Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.
- Lograr la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.
- Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.
- Lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria.

2.3. Fundamentación conceptual

Actores Internacionales

El actor internacional es aquella unidad del sistema internacional (entidad, grupo, individuo) que goza de habilidad para movilizar recursos que le permitan alcanzar sus objetivos, que tiene capacidad para ejercer influencia sobre otros actores del sistema y que goza de cierta autonomía (Barbé, 2003, p. 21).

Aduana

Órgano de la administración con oficinas en las fronteras encargadas de vigilar y registrar el paso de las personas y bienes a través de dichos límites su tarea principal es cobrar los derechos e impuestos a las mercancías importadas (Rosemberg, 1994).

Dirige las operaciones de comercio exterior donde se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal (Vergara, 2010).

Ad Valorem (Sobre el Valor)

Prefijo de origen latino con el cual se identifica a los tributos cuya base imponible está constituida por cada una de los valores convencionalmente

utilizados en el comercio internacional. Así, por ejemplo, la expresión 20% ad valorem – CIF, indica que el tributo considerando debe calcularse sobre el valor del CIF del producto gravado. Son establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes que se aplican sobre el valor de las mercaderías (Olivares Rendón, 2011).

Anti dumping

En la tesis de Cisneros Navarrete y Heras Velásquez (2015) nos dice que las medidas antidumping son el derecho condicional a adoptar medidas para corregir los efectos de distorsión causados por una práctica de empresas privadas denominada dumping (como se citó en Vergara, 2010).

Arancel

El arancel de aduana es un instrumento económico y jurídico que regula el intercambio comercial de un país o zona aduanera con el resto de los países (Riesco, 2007, p. 11).

Balanza de Pagos (BP)

La Balanza de Pagos es el documento contable donde se registran y resumen todas las transacciones de los residentes de un país con los de otras naciones en un periodo determinado, por lo general un año. Estas transacciones pueden ser en bienes, servicios y activos financieros. Su objetivo es “informar a las autoridades monetarias sobre la posición internacional de la nación y guiar a los actores económicos vinculados en el comercio y las finanzas internacionales para la toma de decisiones” (Larraín, 2002, p. 410).

Balanza Comercial

La Balanza Comercial forma parte de la Balanza de Pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías de un país durante un periodo, es decir, no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales.

El saldo de la Balanza Comercial será el resultado de restar las importaciones a las exportaciones realizadas dentro del país y describe el equilibrio de este tipo de transacciones (Larraín, 2002, p. 412).

Este resultado puede reflejar:

- Superávit: Cuando hay más exportaciones que importaciones.
- Déficit: Cuando se importa más mercancías de las que se exporta.

Barrera Arancelaria

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional (“¿Qué son barreras arancelarias? | PRO ECUADOR”, 2016).

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos (“¿Qué son barreras arancelarias? | PRO ECUADOR”, 2016).

Barrera No Arancelaria

La idea principal que plantea (“¿Qué son barreras no arancelarias? | PRO ECUADOR”, 2016):

Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Barrera Proteccionistas

La idea principal de PRO ECUADOR (2016), que plantea es:

Restricciones a las importaciones

Medidas proteccionistas: Obstáculos al comercio internacional que imponen los gobiernos asignándoles cuotas de importación, boicot, bloqueo y embargo.

Cuotas de importación: Cantidades máximas de cierto tipo de mercancías que un país ha determinado admisible importar de otro país o región

Boicot: Negativa por parte de un país o varios países de comprar o vender cierto tipo de mercancías a otro país con el objeto de presionar para que se realicen concesiones y acciones en el ámbito internacional o interno.

Bloqueo: Acción política, militar y comercial agresiva que impide a un país relaciones comerciales con otros países en forma unilateral. Ejemplo: el que U.S.A le ha impuesto a Cuba (“¿Qué son barreras proteccionistas? | PRO ECUADOR”, 2016).

Restricción a la exportación de mercancías

Todos los productos ecuatorianos son susceptibles de exportación con excepción de:

Los que sean del patrimonio nacional, cultural, artístico, histórico y arqueológico.

La flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos, excepto los que se realicen con fines científicos, educativos o de intercambio internacional con instituciones científicas, previa la autorización del MAGAP.

Aquellas que se encuentren sujetas a límites de cuotas o restricciones otorgadas por convenios, ya sean bilaterales o multilaterales, o para evitar el desabastecimiento interno de productos de primera necesidad (¿Qué son barreras proteccionistas? | PRO ECUADOR, 2016).

CIF

(Cost, Insurance & Freight - Costo, Seguro y Flete), el término costo, seguro y flete, determina que el vendedor deberá de entregar la mercancía a bordo del buque (en su caso transporte fluvial) en el puerto de embarque marítimo. El vendedor contratará y pagará el costo del seguro y del flete principal para transportar la mercancía hasta el puerto de destino convenido. (“Términos Comerciales Internacionales - INCOTERMS 2010”, 2010).

Comercio Internacional

El estudio del comercio internacional aplicado al principio de la ventaja competitiva. Según este principio, todos los países pueden beneficiarse del comercio porque este permite a cada uno especializar en lo que mejor hace (Mankiw, 2004, p. 111).

Es el intercambio de bienes y servicios entre los países (Mochón, 2000, p. 734).

Contrabando

En la tesis de Cisneros Navarrete y Heras Velásquez (2015), dice que el ingreso o salida clandestina de mercancías del territorio aduanero (como se citó en Economía48, 2012).

Movilización de mercancías extranjeras dentro de zona secundaria sin el documento que acredite la legal tenencia de las mismas, siempre y cuando no pueda justificarse el origen lícito de dichas mercancías dentro de las 72 horas posteriores al descubrimiento, salvo prueba en contrario (como se citó en Vergara, 2010).

Derechos Específicos

Corresponden al importe que se obtiene mediante la aplicación de una suma fija (en dólares estadounidenses), por unidad de medida (metros, pares, kilogramos, etc.). Los derechos de importación específicos podrán operar como derecho de importación único, o bien como máximo, mínimo o adicional de un derecho de importación ad-valorem. Los derechos específicos deben ser establecidos por ley, sin embargo, para determinadas situaciones existen facultades delegadas por el Poder Ejecutivo Nacional a fin de que disponga su establecimiento (GCS Comercial, 2016).

Estrategia

Conjunto de decisiones que la empresa toma y pone en marcha para adaptarse al entorno y alcanzar sus objetivos a largo plazo. ¿Cómo lograr los objetivos declarados? Es la forma de conseguir los objetivos a partir de la misión y visión de la empresa (teniendo en cuenta los valores). Toda decisión de la cual dependa la situación a largo plazo de la empresa. La estrategia es la forma de alcanzar una ventaja competitiva” (Hernández, 2004, p.49).

Estrategia Competitiva

La formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente y comprende una acción ofensiva o defensiva para crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas en el sector industrial en que está presente y obtener así un rendimiento superior sobre la inversión de la empresa. Estrategia que se adjetiva así dada su perspectiva externa, propia de la Economía Industrial (Porter, 1982).

Estrategia Financiera

Las estrategias financieras son las metas, patrones o alternativas trazadas en áreas de perfeccionar y optimizar la gestión financiera de una empresa con un fin predeterminado, el de mejorar los resultados existentes y alcanzar o acercarse a los óptimos, mediante la generación de valor para la organización.

Es decir, las estrategias financieras ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización (Gitman, 2012, p. 38).

Exportaciones

Bienes producidos en un país y que son vendidos a otros. Venta de productos y otros bienes a clientes del exterior (Rosemberg, 1994).

Finanzas

La disciplina que, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios, los trabajadores y la sociedad (Ortega, 2002, p. 14).

FOB

(Free on Board - Libre a bordo), significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque. En este término también debe de realizar el despacho aduanero de exportación. Este término es comúnmente utilizado erróneamente por muchas empresas, por el uso de medios de transporte como el carretero,

ferrocarril, incluso aéreo. Ya que este término es exclusivamente para los medios de transporte marítimo o fluvial. (Términos Comerciales Internacionales - INCOTERMS 2010, 2010).

FODINFA

Es una tasa destinada a un fondo de desarrollo infantil, la misma que es del 0,5%. El valor del CIF de la mercadería se lo multiplica por 0,5% (Términos Comerciales Internacionales - INCOTERMS 2010, 2010).

Globalización de los Mercados

La globalización ha sido definida en diferentes trabajos de Beck (1998), Castell (1996 y 2002), Dehesa (2000), Zolo (2000), Trigo et al (2003), como una aceleración de independencia económica; como interacción a distancia; como un cambio de las coordenadas del tiempo y el espacio; como una reordenación del mundo; como integración global; como reordenación de las restricciones de poder interregionales; como fase actual de la evolución del capitalismo (Miró, 2003, p. 67).

ICE

El Impuesto a Consumos Especiales, el mismo que se aplicará de los bienes y servicios de procedencia nacional o importada o productos de fabricación nacional (ICE - Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2016).

Importaciones

Las importaciones y la influencia de la teoría tradicional del comercio que incluye los modelos y explican las causas del comercio en función de las diferencias entre países: diferencias de tecnología y de dotaciones factoriales, son fuente de ventajas comparativas en un marco de competencia perfecta (Blanco, 2011, p. 5).

Incoterms

Son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países (Lobejon, 2011).

Intercambio Comercial

Se entiende como intercambio comercial las relaciones de las cuales participan dos o más países en función de sus necesidades económicas y comerciales; es decir, el intercambio mutuo de bienes y servicios.

El acto de intercambio internacional es un evento que se presenta desde casi los orígenes del hombre, sin embargo, la integración del mundo en un solo mercado es un acto gradual y que presenta su mayor actividad en la actualidad, con una gran cohesión de los mercados (Astete y Sanhueza, 2011).

IVA

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados (IVA - Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2016).

El Impuesto al Valor Agregado: 0% - 12%. La base imponible del IVA es la suma del CIF + ADV + FODINFA + Salvaguardia + ICE (“¿Cómo se calculan los impuestos a pagar de los bienes tributales?”, 2010).

Medidas de Defensa Comercial

Estas medidas suelen ser adoptadas como un arancel adicional ad valorem y por ello son su propio equivalente arancelario.

Existen dos tipos de medidas y las más utilizadas son las siguientes: las medidas antidumping, y las salvaguardias (Paguay, 2016).

1. Medidas Antidumping.

El Dumping se trata de una práctica desleal de comercio internacional, se considera que un producto es objeto de dumping, cuando su precio de exportación al exportarse de un país a otro, sea menor que el precio comparado durante las operaciones comerciales de un producto similar destinado al consumo en el país exportador (Paguay, 2016).

Por lo tanto, antidumping es una acción legal destinada a la protección de los mercados internos de competencia desleal que proviene del exterior,

derivada del uso de precios que no llegan a cubrir los costos de producción (Paguay, 2016).

2. Medida de Salvaguardia.

Son disposiciones que favorecen el establecimiento de barreras proteccionistas, el Acuerdo sobre Salvaguardias, las medidas de salvaguardia se definen como medidas de “urgencia” con respecto al aumento de las importaciones de determinados productos cuando esas importaciones causen o amenacen causar daño grave a la rama de producción nacional del miembro importador. Esas medidas pueden consistir en restricciones cuantitativas de las importaciones. Los principales acuerdos con respecto a las medidas de salvaguardia (Paguay, 2016) son los siguientes:

- Deberán ser temporales, se podrán imponer cuando se determine que las importaciones causan o amenazan causar un daño grave a una rama de producción nacional competidora. Se aplicarán de manera no selectiva en régimen de la nación más favorecida.
- El país miembro que imponga esta medida deberá otorgar compensaciones a los países cuyo comercio se vea afectado.

Se aplicará medidas de salvaguardia con las condiciones (Paguay, 2016) siguientes:

- Aumento de las importaciones.
- Cuando exista daño grave o amenaza de daño grave causado por ese aumento; también se aplicará en régimen de la nación más favorecida.

Medición de Riesgos Financieros

Medición del riesgo financiero de una inversión va a estar relacionada de manera directa a la moneda en que se invierta, la tasa de interés del mercado y por último el tipo de instrumento que se utilice. En ese sentido, existen dos maneras en que se puede medir el riesgo: Histórico y Calificadoras de Riesgo (“¿Cómo medir el riesgo financiero de una inversión?”, 2015).

Mitigación del Riesgo Financiero

Una vez conocida la importancia de cada factor de riesgo financiero, debemos proceder a la mitigación de aquéllos que pueden ser relevantes.

Mitigar significa reducir o eliminar el riesgo. Para ello, es necesario crear un comité de Riesgo Operacional cuya misión consistirá en analizar las diferentes opciones posibles, en términos de costo/beneficio. No tendría ningún sentido mitigar riesgos cuyos efectos costarán menos dinero que la mitigación en sí (LA DECISIÓN DE MITIGACIÓN DEL RIESGO, 2010).

Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) se ocupa de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Su principal función es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible (“OMC | ¿Qué es la OMC?”, 2016).

Planificación Estratégica

La idea principal que el autor Hernández (2014), plantea es:

La planificación estratégica nos ayudara a definir los objetos y metas que queremos lograr, a trazar las líneas de acción para alcanzarlos y a establecer los tiempos, concretos y explícitos que deben ser cumplidos para que el plan sea exitoso.

Esta estrategia o plan de acción, se enfocará en aquellos objetivos factibles de lograr utilizando una herramienta muy efectiva que en el ámbito empresarial se denomina FODA.

FODA es el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, considerando los factores externos de la empresa, por ejemplo, los factores económicos, políticos, sociales y culturales. La previsión de las oportunidades y amenazas posibilita la construcción de escenarios anticipados que permitan reorganizar el rumbo de la empresa si fuera necesario. Conocer cuáles son las fortalezas con las que se cuenta y cuáles son las debilidades es parte del ámbito interno de la institución.

Riesgos Financieros

El riesgo financiero se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización. El concepto debe entenderse en sentido amplio, incluyendo la posibilidad de que los resultados financieros sean mayores o menores de los esperados.

De hecho, habida la posibilidad de que los inversores realicen apuestas financieras en contra del mercado, movimientos de éstos en una u otra

dirección pueden generar tanto ganancias o pérdidas en función de la estrategia de inversión (AEC - Riesgos Financieros, 2016).

Riesgo de Liquidez o de Financiación

Se refiere al hecho de que una de las partes de un contrato financiero no pueda obtener la liquidez necesaria para asumir sus obligaciones a pesar de disponer de los activos, que no puede vender con la suficiente rapidez y al precio adecuado, y la voluntad de hacerlo (AEC - Riesgos Financieros, 2016).

Riesgo de Mercado

Es el riesgo de pérdidas por movimientos en los precios de los mercados de capitales, ya sea en precios de renta variable, materias primas, tipos de interés, tipos de cambio, spreads de crédito, entre otros (Administración de riesgos financieros: reto al cierre de 2015, 2012).

Salvaguardias

Las medidas de salvaguardia son instrumentos comerciales de emergencia, que permiten la suspensión parcial de acuerdos internacionales de libre comercio. Esta se sustenta en las altas y permanentes tasas de crecimiento en las importaciones que afectan a la producción de un determinado sector. Por tal motivo, se ha constituido como una importante herramienta para controlar economías en proceso de liberalización comercial (Grandes Ayala, 2012).

Las salvaguardias son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Las medidas de salvaguardias a diferencia de las medidas antidumping y las medidas compensatorias no requieran una determinación de práctica desleal (“OMC | Salvaguardias - Información técnica”, 2016).

La OMC, es la organización internacional que se ocupa de las normas y políticas que rigen el comercio entre los países. Las salvaguardias se encuentran reguladas de manera general por el artículo XIX del GATT y por el Acuerdo sobre Salvaguardias (“OMC | Salvaguardias - Información técnica”, 2016).

Salvaguardia Provisional

La salvaguardia provisional se aplica cuando existen circunstancias críticas, donde cualquier demora entrañaría un daño a la rama de producción nacional del producto similar o directamente competidor. Para el efecto, debe determinarse el aumento sustancial de las importaciones durante los últimos seis meses, ocasionando una acumulación de inventarios del producto nacional y un descenso en las ventas y la rentabilidad de la industria (Salvaguardias, 2010).

Salvaguardia Definitiva

La salvaguardia definitiva es una medida que se aplica como resultado de la decisión final de la investigación y que consiste en un gravamen arancelario. Cuando este no es viable, puede aplicarse la medida en la forma de una restricción cuantitativa a las importaciones (Salvaguardias, 2010).

Sector Comercial

Representa la principal fuente de empleos en la economía local. El sector se ha diversificado y ha adquirido nuevas tendencias para lograr un desarrollo económico, integrado y acelerado; capaz de propiciar un aumento en el número de empleos creados. Este sector da prioridad al desarrollo de una nueva visión donde se amplían los incentivos a los pequeños y medianos empresarios con facilidades y recursos para fomentar la labor de servicios (SECTOR COMERCIAL, 2000).

2.4. Hipótesis

- Ho: La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria NO afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.
- Ha: La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

2.5. Señalamiento de la variable de la hipótesis

2.5.1. Variable Independiente

La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria.

2.5.2. Variable Dependiente

Impacto económico-social del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol.

2.6. Operacionalización de variables

Tabla 2

Variable Independiente: La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Item´s	Técnicas/Instrumentos
Establecer el Impacto económico-social en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol con la implementación del nuevo marco regulatorio de la implementación de la ley de salvaguardias.	Rentabilidad	Nivel de ventas (sin alcohol)	Volumen de Ventas trimestral de bebidas sin alcohol.	Análisis Financiero e Indicadores Financieros.
		Nivel de Ventas (con alcohol)	Volumen de Ventas trimestral de bebidas con alcohol.	Nivel de comparación entre dos periodos. Encuesta y cuestionario a las comercializadoras de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi.
		Margen de nivel de compra	Impacto en el precio antes y luego de las salvaguardias	Encuesta y cuestionario a las comercializadoras de bebidas con alcohol en el provincia de Cotopaxi.

Tabla 3

Variable dependiente: Impacto económico-social del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol.

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Item´s	Técnicas/Instrumentos
Como ha afectado a los precios y crecimiento en periodos de tiempo para establecer y mantener operaciones de compra o venta, y que sirven para desarrollar estrategias financieras sectoriales para mitigar sus riesgos.	Demanda del producto	Nivel de Preferencia	Nacional Importado	Estadísticas de Comercio Internacional.
	Producto	Estándares de Calidad	Grado de satisfacción del cliente	
	Precio	Nivel de precio con salvaguardias	Número de unidades Importadas	Encuesta y cuestionario a las comercializadoras de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi.
		Nivel de precio sin salvaguardias	Número de unidades Exportadas	
	Calidad	Nivel de satisfacción	Número de unidades adquiridas por clientes	Encuesta y cuestionario a las comercializadoras de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA – IMPACTO ECONÓMICO-SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR EL MARCO REGULATORIO DE LA SALVAGUARDIA GENERAL ARANCELARIA

3.1. Modalidad básica de la investigación

En la presente investigación se utilizó las siguientes modalidades de investigación:

La investigación de campo, con el propósito de tener un contacto directo con las comercializadoras, ya que ayudó a obtener datos formales y claros acerca del problema en estudio, mediante la aplicación de encuestas que se realizó a los mismos, lo cual permite recolectar información veraz y adecuada.

La investigación bibliográfica-documental, ya que permite enriquecer nuestros conocimientos y sustentó la información mediante la lectura de libros, tesis de grado, revistas, internet y otros documentos.

3.1.1. Investigación de campo

“La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí sus carates de investigación no experimental” (Arias F., 2012, p. 31).

El presente proyecto de investigación se realiza bajo la modalidad de investigación de campo debido a que para el análisis de la variable dependiente el impacto económico-social del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol y la variable independiente la implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria, se aplicará

encuestas en las comercializadores de bebidas de Cotopaxi para sustentar eficientemente la investigación obteniendo respuesta de los actores.

3.1.2. Investigación bibliográfica – documental

“En una investigación documental se emplean datos secundarios, provenientes de fuentes bibliográficas a partir de los cuales se elabora el marco teórico” (Arias F., 2012, p. 32).

Tiene el propósito de conocer, comparar, ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).

3.2. Tipos de investigación

El tipo de investigación que se aplicó fue "Descriptiva", "Exploratoria" y la "Correlacional", ya que se describe la problemática presentada para llegar a la comprensión y entendimiento del mismo.

3.2.1. Investigación descriptiva

Las investigaciones descriptivas constituyen el punto de partida de las líneas de investigación, su objetivo es determinar la situación de las variables involucradas en el estudio en un momento dado con relación a su presencia o ausencia, la frecuencia con que se presenta un fenómeno (incidencia o prevalencia), características de las personas, lugar y periodo donde ocurre.

“La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer sus comportamientos. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos” (Arias, 2012, p. 24).

Puesto que en el presente proyecto de investigación se podrá determinar si la implantación de estrategias financieras sectoriales para mitigar los riesgos del marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria en el estado financiero y económico-social del sector comercial de bebidas (sin alcohol y con alcohol) y si han contribuido de manera positiva o de forma negativa en este sector.

Por lo tanto, se busca describir el impacto económico-social en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en el marco regulatorio de las salvaguardias, a través de la aplicación de encuestas, para así obtener resultados según las respuestas de las empresas comercializadoras de bebidas en la provincia de Cotopaxi.

3.2.2. Investigación exploratoria

“La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto poco estudiado o desconocido, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (Arias, 2012, p. 25).

La investigación sirve para familiarizar al investigador con un objeto desconocido; por lo tanto, esta investigación llegará a ese nivel debido a que se analizará por primera vez el impacto de las salvaguardias a las bebidas en el período marzo 2015 a junio 2016.

3.2.3. Investigación correlacional

Indica que su finalidad es determinar el grado de relación existente entre dos o más variables (Arias F., 2012, p. 25).

Puesto que se podrá analizar cómo influyen en el impacto socio-económico la aplicación de la ley de salvaguardias a los productos importados a las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol en Cotopaxi.

3.2.4. Técnicas de investigación

Para todo proceso de investigación se requiere del uso de diversas técnicas que le permitan al investigador obtener toda la información o datos que requiere para el desarrollo del mismo.

De acuerdo a lo antes señalado las técnicas utilizadas para el desarrollo del presente trabajo fueron las siguientes:

La observación directa: Para este trabajo de investigación se aplicó la técnica de la observación directa ya que el investigador pudo evidenciar y visualizar de cerca la problemática que acarrea el entorno del problema de investigación.

“La observación directa es aquella a través de la cual se puedan conocer los hechos y situaciones de la realidad social” (Sabino, C., 1997, p. 134).

La encuesta: Es considerada como una rama de la investigación social científica orientada a la valoración de poblaciones enteras mediante el análisis de muestras representativas de la misma.

La instrumentación consiste en el diseño de un cuestionario elaborado para medir opiniones sobre eventos o hechos específicos.

3.2.5. Métodos

Para poder realizar el análisis de nuestra investigación es importante utilizar los siguientes métodos que a continuación se detallan:

Método Deductivo-Inductivo: Se parte del aspecto general sobre estudios sobre las importaciones, exportaciones en el Ecuador y Cotopaxi, formulando la hipótesis correspondiente hasta llegar a los aspectos específicos sobre la evaluación financiera y el impacto económico – social de la ley de salvaguardias en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de Cotopaxi comprobando la hipótesis y generalizando en conclusiones y recomendaciones para dichos sectores comerciales, proponiendo estrategias financieras que mitiguen su riesgo.

Lo cual representa, que se estudiarán las variables partiendo de lo general a lo específico (método deductivo), y en otros casos se partirá de lo particular a fin de conseguir algunas generalidades (método inductivo).

Método Analítico: Este método permitirá analizar la información recopilada para entender el comportamiento de la Balanza de Pagos, la Balanza Comercial, las Importaciones y Exportaciones del Ecuador antes y después de la aplicación de la ley de salvaguardias, utilizando las bases de datos del Banco Central de Ecuador, OMC, Aladi.org, entre otros.

Método Sintético: Con este método se logra obtener la unión de cada uno de los temas de estudio, factores, relaciones y situaciones estudiadas en la Balanza Comercial de los países que se tienen acuerdos comerciales, y revisando el impacto económico – social al sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador y Cotopaxi por la adopción de la ley de salvaguardias a 2800 productos y en especial a la partida de bebidas sin alcohol y con alcohol.

Método Histórico: Será utilizado en la investigación al analizar la evolución de las importaciones y exportaciones del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol desde el año primer trimestre del año 2014 hasta el primer trimestre del año 2016.

3.3. Población

“La población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones” (Levin y Rubin, 1996, p. 45).

Población finita es la “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran, además, existe un registro documental de dichas unidades” (Arias F., 2012, p. 82).

En el Ecuador hay 843.644 empresas están registrados en sitio web de Ecuador en Cifras (2014)¹ donde que menciona que el SRI en el año 2014, el total de empresas que han declarado actividad económica se tiene que el

¹ Directorio de Empresas y Establecimientos. (2014). Ecuadorencifras.gob.ec. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf

36,6% se dedican a actividades relacionadas con alimentos y bebidas, que nos da un total de 308.774 empresas.

De éstos datos , un 5.4% está relacionado con la elaboración de productos alimenticios, un 68,4% se dedica al comercio al por mayor y menor; y un 26,2% realiza actividades relacionadas a servicios de alimentos y bebidas; como nuestro objeto de estudio es para el sector comercial de bebidas es de 68,4% que nos da 211.201 empresas, y por último el sector de Cotopaxi representa el 1,3% de dicho sector con 2.746 empresas dedicadas al comercio al por mayor y menor de bebidas en la provincia de Cotopaxi (INEC, 2014)².

3.4. Muestra

Para el cálculo de la muestra se considera la siguiente fórmula, debido a que el tamaño de la población es conocida:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p) \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times (1 - p)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza, 95%, que en la tabla de la curva normal es 1,65.

p = 0,50 de éxito de la investigación.

N = Tamaño del universo son 2.746 empresas.

E = Margen de error es del 5%.

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5) \times 2.746}{0,05^2 \times (2.746 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}$$

$$n = 337 \text{ encuestas}$$

Por lo que en Cotopaxi se realizará 337 encuestas a empresas dedicadas al sector de comercialización de bebidas sin especificar que son: sin alcohol

² Censo Nacional Económico, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Inec.gob.ec. Recuperado de http://www.inec.gob.ec/cenec/index.php?option=com_content&view=article&id=231&Itemid=125&lang=es

y con alcohol, por lo que se dividirá las encuestas con la fórmula $n/2$ con aproximación por defecto.

De tal manera el estudio será a 168 empresas dedicadas a la comercialización de bebidas sin alcohol y 168 empresas dedicadas a la comercialización de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi, a quienes se direccionará el formato de las encuestas.

Tabla 4
Distribución de encuestas

Cantones	Población	Porcentaje	Número de encuestas
Latacunga	170.489	41,66%	70
La Mana	42.216	10,32%	17
Pangua	21.965	5,37%	9
Pujilí	69.055	16,88%	28
Salcedo	58.216	14,23%	24
Saquisilí	25.320	6,19%	10
Sigchos	21.994	5,37%	9
Total:	409.205	100,00%	168 encuestas

Fuente: INEC (Población por Provincia, Cantón y Parroquia, 2016)

Para la distribución del número de encuestas para empresas dedicadas a la comercialización de bebidas sin alcohol y con alcohol en la provincia de Cotopaxi, al no existir estadísticas por parte del INEC, se utilizará la población de la provincia de Cotopaxi de 409.205 y con su respectiva población para cada cantón, luego se debe sacar el porcentaje relativo de cada cantón con respecto al total de 168 encuestas para el número de encuestas por cantón de una manera técnica para las empresas dedicadas a la comercialización de bebidas sin alcohol y con alcohol.

3.5. Recolección de datos

"Consiste en un medio utilizado para registrar la información que se obtiene durante el proceso de recolección" (Acuña R., 2012, p. 307).

Para la presente investigación las personas que serán sujetos de estudio son los propietarios de las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi.

3.5.1. Instrumentos

Para el presente proyecto de investigación se ha diseñado cuestionarios para la aplicación a las comercializadoras de bebidas de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 5
Instrumentos

Instrumento	Técnica	Procedimiento
Cuestionario	Encuesta	¿Cómo? Método Inductivo
		¿Dónde? Comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi
		¿Cuándo? La aplicación de encuestas será ejecutada el tercer trimestre año 2016

3.5.2. Validez y confiabilidad

Tabla 6
Validez y Confiabilidad

Preguntas	Procedimiento
¿Para qué?	Para conocer el impacto socio económico de la aplicación de la ley de salvaguardias.
¿De qué personas y objetos?	Comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol de Cotopaxi
¿Qué aspectos?	Impacto socio – económico de las salvaguardias
¿Quién?	Geovanna Bermeo y Israel Cuito
¿Cuándo?	Tiempo de investigación: Marzo-Agosto del 2016
¿Dónde?	Provincia de Cotopaxi
¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
¿Con qué instrumentos?	Cuestionario (Ver Anexo 1 y 2)
¿En qué situación?	Período de aplicación de la ley de salvaguardias

Las encuestas a través de los cuestionarios respectivos se obtendrán gracias al apoyo de las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi, los cuales nos apoyaran y desean formar parte de esta investigación proporcionando información detallada y transparente para que el análisis sea efectuado de manera correcta.

3.6. Técnicas de análisis de datos

Para este proyecto de investigación se utilizará un análisis estadístico de los datos se usó la estadística descriptiva como la estadística inferencial, y se utilizará el software estadístico SPSS para tabular y realizar el análisis respectivo.

Después de la aplicación de las diferentes técnicas e instrumentos permitirá emitir opiniones y comparaciones a través de bases numéricas con cálculos estadísticos, llegando a conclusiones verídicas y para el resultado de la investigación pueda tener la profundidad y relevancia en el ámbito estudiado.

3.7. Análisis e interpretación de los resultados

El análisis e interpretación de los resultados es para las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi, dividida en los siete cantones con 168 encuestas para las bebidas sin alcohol y 168 para las bebidas con alcohol.

Estos datos se mostrarán en una tabla simple con el detalle, frecuencia y porcentaje obtenidos y los resultados en gráficas de pastel con su respectivo análisis donde se interpretarán los resultados de la encuesta dirigida a dichas comercializadoras de bebidas en la provincia de Cotopaxi.

El proceso es el siguiente:

1. Formulación de la pregunta.

2. La tabla con la frecuencia y el porcentaje respectivo.
3. El gráfico donde se muestra los resultados tabulados.
4. Interpretación y análisis de los datos.

3.8. Hipótesis

Paso 1: Formulación de la hipótesis para bebidas sin alcohol y con alcohol

Se procederá a plantear la hipótesis positiva o alterna (H_a) y la hipótesis nula o negativa (H_0).

H_0 : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria NO afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

H_a : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

Paso 2: Definición del nivel de significación

El nivel de significación escogido es de 0,05.

Paso 3: Elección de la prueba estadística

Chi Cuadrado

Paso 4: Aplicación de preguntas de cada encuesta.

Preguntas de la encuesta

Paso 5: Cálculo de la prueba estadística.

Utilización de SPSS

Paso 6: Aceptación o rechazo de la hipótesis.

Análisis

CAPÍTULO IV

4. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR LA ADOPCIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO 2015

4.1. Análisis del macroambiente del Ecuador y países involucrados

En este apartado vamos a analizar los acuerdos comerciales vigentes que tienen con el Ecuador, luego aplicaremos el análisis *PESTA* para conocer más a detalle los cambios en la economía ecuatoriana, hasta la adopción de las salvaguardias y luego crear la *Matriz Evaluación de Factores Externos (MEFE)* sobre la aplicación de la ley de salvaguardias en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador en el año 2015.

Actualmente, Ecuador tiene acuerdos comerciales con las siguientes regiones:

- *Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)*: Conformada por trece países miembros Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Cuba y Panamá.
- *Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA)*: Conformada en la zona de libre comercio, Antigua y Barbuda, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, Santa Lucía, San Vicente y Las Granadinas, y Venezuela.
- *Sistema Unitario de Compensación Regional (SUCRE)*: Integrada en la zona de libre comercio, Bolivia, Cuba, Dominica, Ecuador, Honduras, Nicaragua, San Vicente y Las Granadinas; y, Venezuela.
- *Comunidad Andina de Naciones (CAN)*: Integrada en la zona de Libre Comercio, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú.

- *Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC):* Conformada en la zona de Libre Comercio: Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Jamaica, México, Nicaragua, Paraguay, Panamá, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay; y, Venezuela.
- *Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR):* En la zona de libre Comercio, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guyana, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay; y, Venezuela.

Los acuerdos comerciales señalados son de doble vía, tanto para importación como para exportación y sin duda hay ayudado a reducir las barreras al comercio, permitiendo el incremento de las importaciones y exportaciones; dinamizando la actividad de los sectores productivos; y, aumentando la inversión en el país, entre otros aspectos (Baquero Zúñiga, 2014).

Para eso presentamos a continuación las tablas de Exportaciones e Importaciones del Ecuador con los socios comerciales por regiones.

Tabla 7

Exportaciones totales de Ecuador hacia regiones comerciales 2010 - 2016
(Valores en miles de USD)

Área Comercial	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ALADI	6.400.824	6.781.671	7.363.998	6.828.642	7.373.210	4.184.994	1.582.740
ALBA	1.124.636	1.527.353	1.064.477	535.574	632.846	456.474	108.370
CAN	2.142.323	2.814.434	3.068.972	2.836.887	2.559.243	1.754.696	672.851
CELAC	6.945.113	7.395.719	7.850.238	7.278.341	7.690.330	4.423.259	1.673.941
UNASUR	4.166.860	5.629.437	6.323.274	6.053.636	5.806.027	3.567.384	1.252.504
TOTAL	6.869.576	7.378.802	7.831.389	7.260.701	7.670.404	4.349.043	1.640.818

Nota: En el año 2016 contiene 5 meses.

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Tabla 7 se muestra las Exportaciones totales de Ecuador desde el año 2010 – 2016 hacia las regiones comerciales que se tiene actualmente tratados, siendo el CELAC la más importante en los últimos años, seguida de ALADI, luego con UNASUR donde es importante reforzar estos mercados.

Tabla 8

Importaciones totales de Ecuador desde regiones comerciales
(valores en miles de USD)

Área Copartícipe	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ALADI	7.030.624	8.811.772	7.714.810	7.776.644	7.324.973	5.616.179	1.665.183
ALBA	689.998	1.145.461	402.495	292.928	250.675	253.302	81.855
CAN	2.931.693	3.186.688	3.121.753	3.347.783	3.164.741	2.541.616	796.411
CELAC	7.488.965	9.115.572	7.990.398	8.038.181	7.654.152	5.747.515	1.708.454
UNASUR	5.522.110	6.259.806	5.453.463	5.388.978	5.213.576	4.212.856	1.333.025
TOTAL	7.485.031	9.106.178	7.990.037	8.025.126	7.647.299	5.742.702	1.704.722

Nota: En el año 2016 contiene 5 meses.

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Tabla 8 se muestra las Importaciones totales de Ecuador desde el año 2010 – 2016 desde las regiones comerciales que se tiene actualmente tratados, siendo el CELAC la más importante en los últimos años, continuando con ALADI, luego con UNASUR donde es importante fortalecer estos mercados.

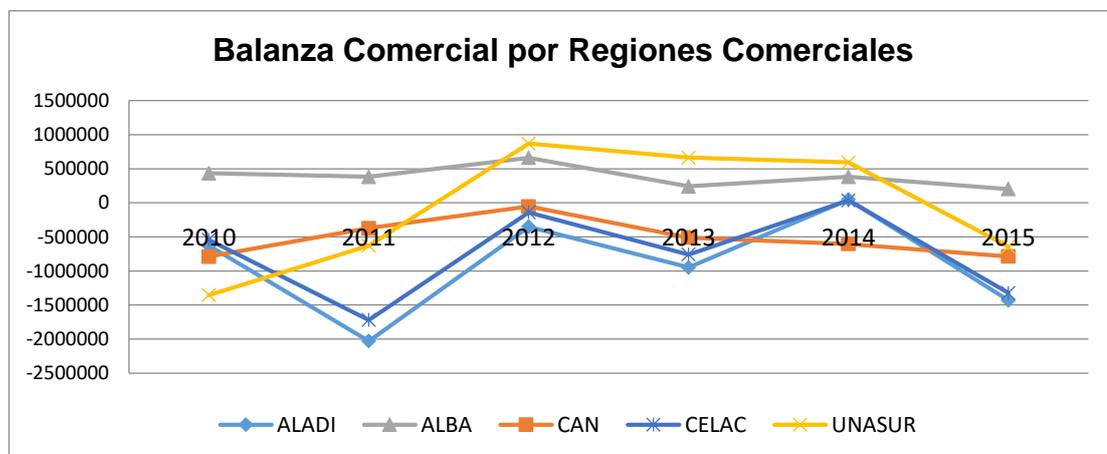


Figura 3 Balanza comercial por regiones comerciales

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 3 se muestra la Balanza Comercial de Ecuador con las Regiones Comerciales desde el año 2010 – 2015, todas dichas áreas ha en el año 2014 estaba en crecimiento, pero en el año 2015 por la aplicación de las salvaguardias en marzo afecto en todos los acuerdos comerciales.

Y también es trascendental analizar la Balanza Comercial de los países más importantes como socios comerciales, en las siguientes figuras para su mejor entendimiento como se muestra a continuación:

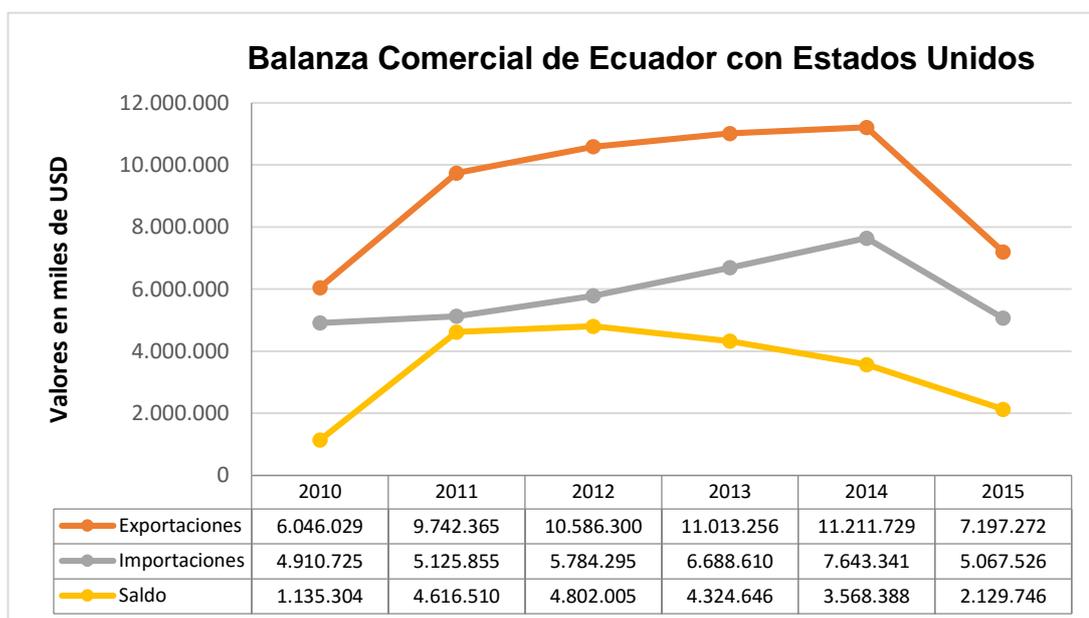


Figura 4 Balanza comercial del Ecuador con Estados Unidos

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 4 se muestra la Balanza Comercial con Estados Unidos desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 7.643.341 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 5.067.526 en miles de dólares por la afectación de las salvaguardias puestas en marcha desde marzo del 2015.

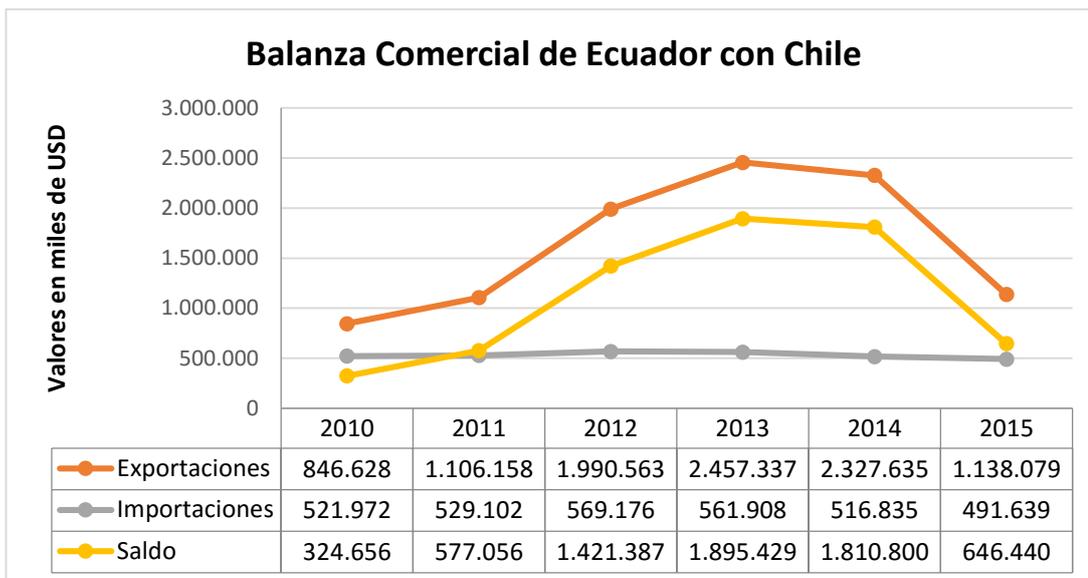


Figura 5 Balanza comercial de Ecuador con Chile

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 5 se muestra la Balanza Comercial con Chile desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 516.835 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 491.639 en miles de dólares por la afectación de las salvaguardias colocadas desde marzo del 2015.

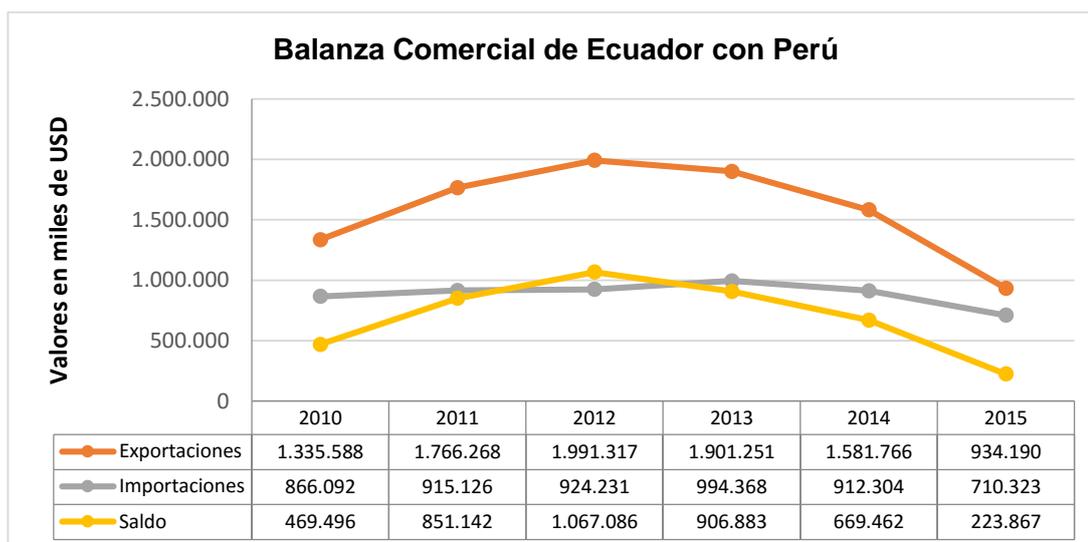


Figura 6 Balanza comercial de Ecuador con Perú

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 6 se muestra la Balanza Comercial con Perú desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 912.304 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 710.323 en miles de dólares por la afectación de las salvaguardias colocadas desde marzo del 2015.

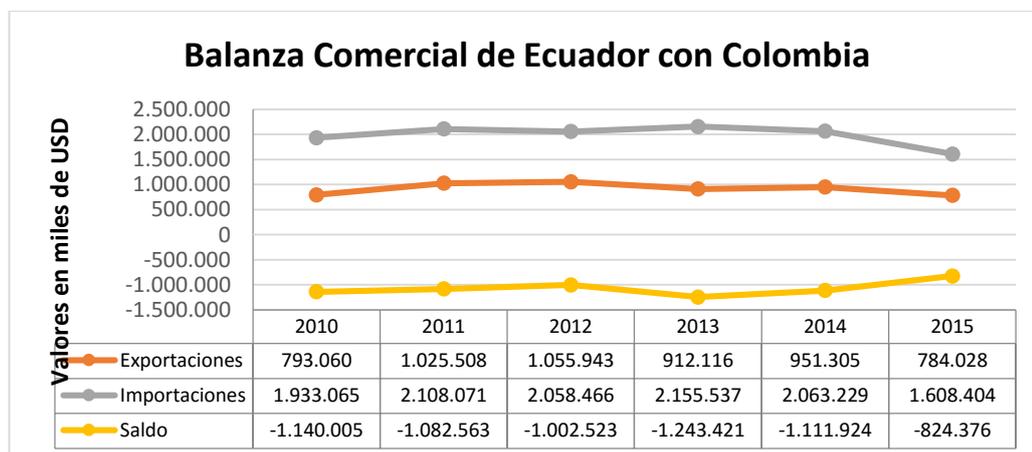


Figura 7 Balanza Comercial de Ecuador con Colombia

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 7 se muestra la Balanza Comercial con Colombia desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 2.063.229 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 1.608.404 en miles de dólares por la afectación de las salvaguardias colocadas desde marzo del 2015.

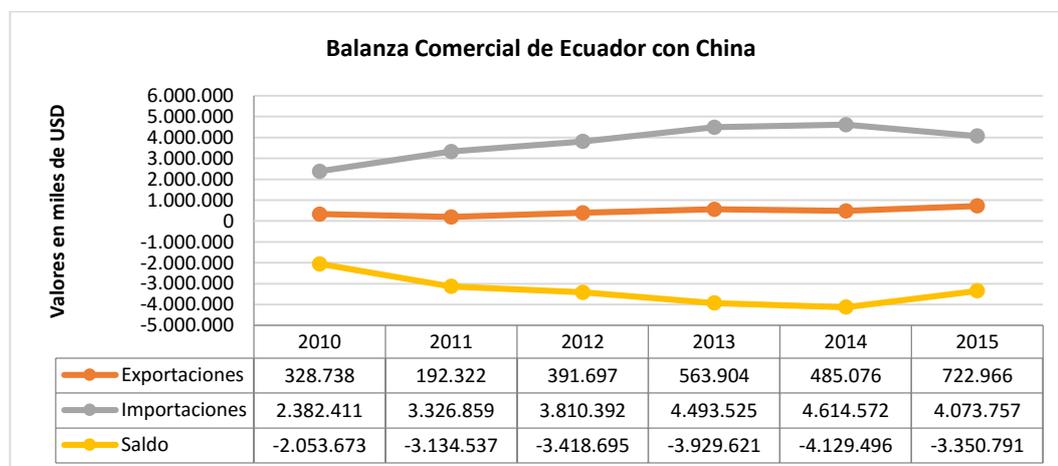


Figura 8 Balanza Comercial de Ecuador con China

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 8 se muestra la Balanza Comercial con China desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 4.614.572 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 4.073.757 en miles de dólares por la afectación de las salvaguardias colocadas desde marzo del 2015 y como observación no se tiene acuerdos comerciales vigentes con China en la actualidad.

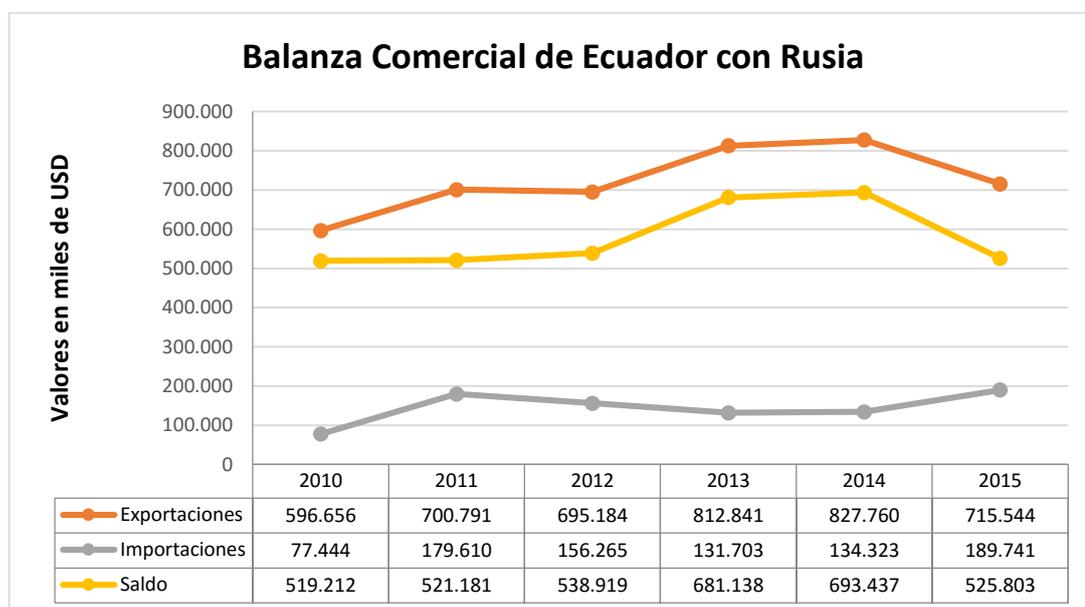


Figura 9 Balanza comercial de Ecuador con Rusia

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 9 se muestra la Balanza Comercial con Rusia desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 134.323 en miles de dólares subieron en el año 2015 a USD 189.741 en miles de dólares por lo que es un importante mercado no explorado y como observación no se tiene acuerdos comerciales vigentes con Rusia en la actualidad.

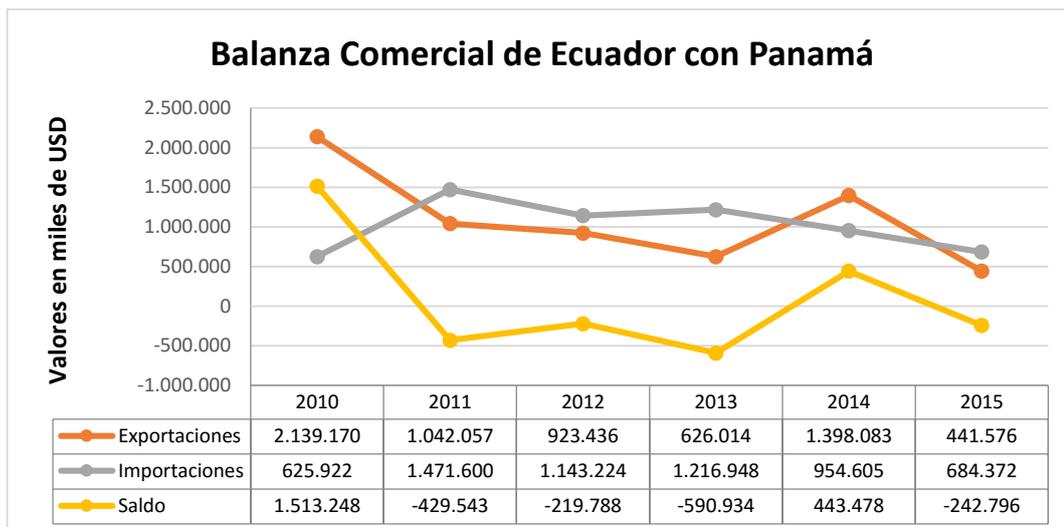


Figura 10 Balanza Comercial de Ecuador con Panamá

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 10 se muestra la Balanza Comercial con Panamá desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 954.605 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 684.372 en miles de dólares por la afectación de la aplicación de la ley de salvaguardias en marzo de 2015.

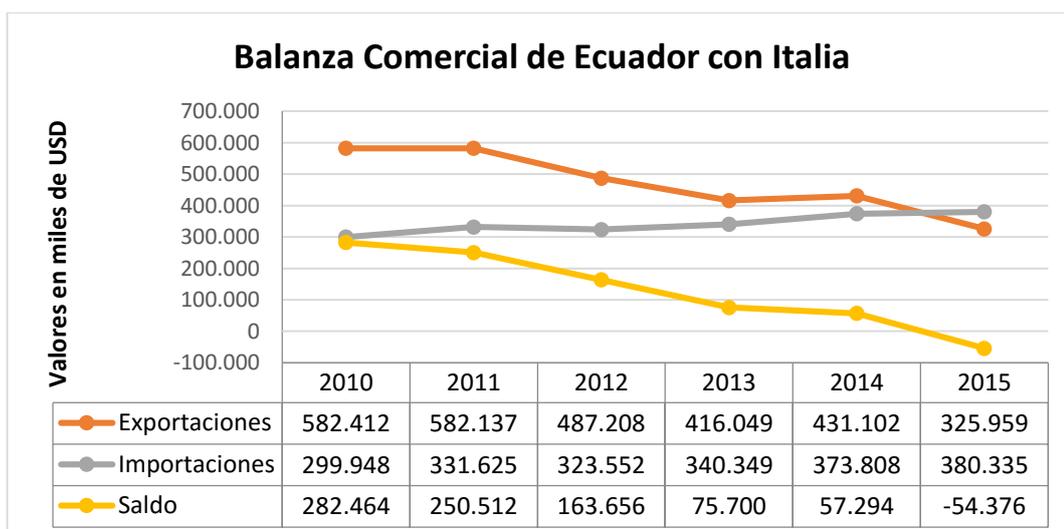


Figura 11 Balanza Comercial de Ecuador con Italia

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 11 se muestra la Balanza Comercial con Italia desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 373.308 en miles de dólares subieron en el año 2015 a USD 380.335 en miles de dólares, cabe notar que no se tiene acuerdos comerciales con este país, por lo que es importante hacer referencia.

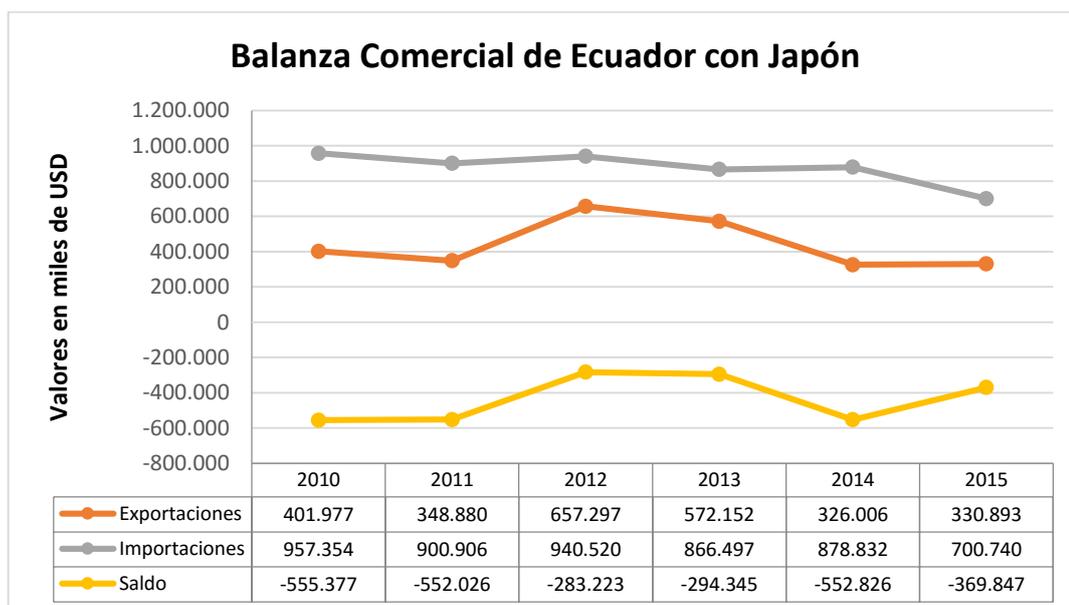


Figura 12 Balanza Comercial del Ecuador con Japón

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 12 se muestra la Balanza Comercial con Japón desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 878.832 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 700.740 en miles de dólares, por la afectación de la ley de salvaguardias en marzo de 2015 y cabe notar que no se tiene acuerdos comerciales con este país, por lo que es importante hacer referencia.

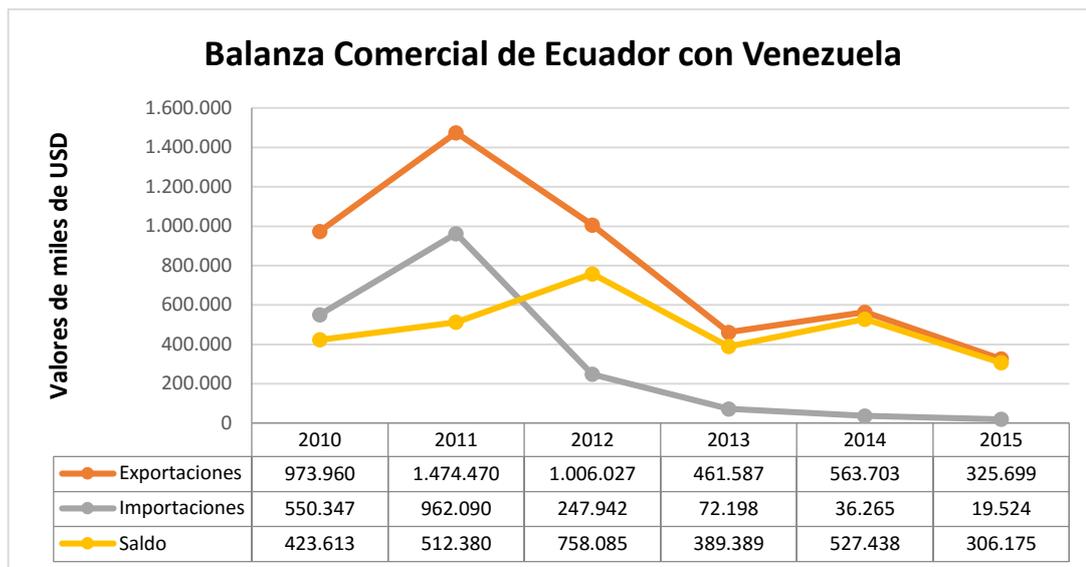


Figura 13 Balanza Comercial de Ecuador con Venezuela

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016)

En la Figura 13 se muestra la Balanza Comercial con Venezuela desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 36.265 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 19.524 en miles de dólares, por la afectación de la ley de salvaguardias en marzo de 2015.

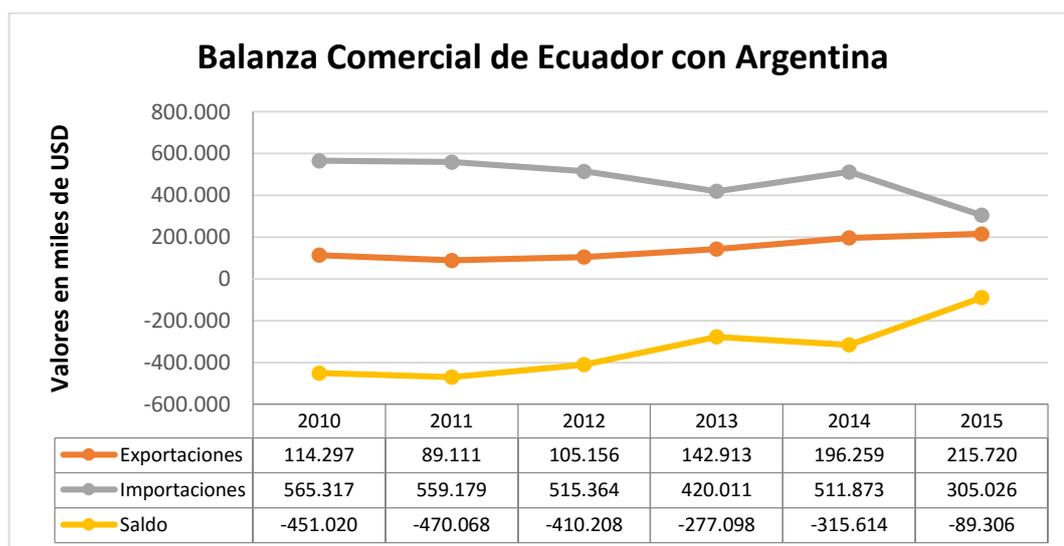


Figura 14 Balanza Comercial de Ecuador con Argentina

Fuente: SISTEMA DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR (SICOEX, 2016).

En la Figura 14 se muestra la Balanza Comercial con Argentina desde el año 2010 – 2015 donde en el año 2014 las importaciones de USD 511.873 en miles de dólares bajaron en el año 2015 a USD 305.026 en miles de dólares, por la afectación de la ley de salvaguardias en marzo de 2015.

4.1.1. Análisis PESTA

a. Fuerzas políticas, gubernamentales y legales (P)

A continuación, se especifica la normativa y el impacto de las salvaguardias en el Ecuador desde el aspecto político y legal.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, crea el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), parte del Ministerio de Comercio Exterior (en lugar de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones – CORPEI), y este tiene las funciones de ejecutar las políticas y normas de promocionar los productos de exportaciones e inversiones del país, con el objetivo de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores dentro de dichos sectores del Ecuador, favoreciendo a la inclusión estratégica en el Comercio Exterior.

Con esta institución PRO ECUADOR, se quiere aportar al Comercio Exterior es de lograr la inclusión estratégica en el Comercio Exterior de todos los productos de origen nacional, con especial importancia en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas (Pymes), y los sectores de la economía popular y solidaria (EPS); y por eso dieron paso a la aplicación de la ley de salvaguardias actualmente.

El sector comercial se ha visto afectado según el artículo publicado por el EFI (2015), asevera:

“La imposición de salvaguardias está causando un impacto perjudicial en el bienestar de la sociedad ecuatoriana, pese a la exigencia de proteger la balanza de pagos como estrategia gubernamental, ya que con la implementación de restricciones al comercio no se estaría aprovechando las ventajas del intercambio, pero el análisis es aún más contundente”.

Como se percibe, una imposición de aranceles en las importaciones repercute en una baja importante de la demanda de productos, pero si vemos un poco más allá; es claro que, ante una baja de demanda, las importadoras de diversos materiales y bienes en el país se verán afectadas. Por ello, ante una baja de demanda, las empresas verán reducidos sus ingresos y sobre todo se desharán de mano de obra existente en las empresas (El Universo, 2015).

Por ello, un aumento en los aranceles repercute de manera notoria en el aumento del desempleo, siendo claramente los sectores rurales y urbano-marginales los más afectados. Los recortes también calán en el sector público, puesto que el tamaño del estado consecuentemente se reduce en épocas de contracción económica. Un ejemplo claro es el recorte de empleados en el CNE; institución en la cual hubo 170 despidos en solo el mes de febrero, debido a la situación desfavorable”. (El Universo, 2015)

El economista Jorge Salgado (2015), la política de las salvaguardias aplicadas en el Ecuador tiene en mayor grado una tendencia política afirma:

“Puesto que el gobierno nacional desea implementar mecanismos de recaudación fiscal rápidos para sostener su política de gasto público. El gasto es una medida política, tanto como económica en la que su principal componente es el nivel de liquidez en la economía”. (EFI, 2015)

El gobierno ecuatoriano durante los últimos años ha venido incrementando el gasto para hacer frente a las demandas del país. Sin embargo, es preciso aclarar que el entorno macroeconómico fue favorable sobre todo por los precios elevados del petróleo, lo cual inyectó de liquidez a la economía.

Pero el panorama cambio, la coyuntura presenta un escenario más complicado para el país, debido a que a inicios del 2015 el precio del petróleo sufrió una fuerte caída, se inicia el pago de obligaciones a acreedores internacionales (Bonos Global, China y otros) y el dólar se apreciado frente al resto de divisas (EFI, 2015).

El 6 de marzo de 2015, el estado ecuatoriano anunció la aplicación de sobretasas arancelarias. De acuerdo a la resolución N° 011-2015 del Ministerio de Comercio Exterior, son de carácter temporal y no

discriminatorio que tienen como fin regular el nivel general de importaciones. Esta resolución entro en vigor el 11 de marzo de 2015 (COMEX Resolución N° 011-2015, 2015).

En la resolución, se menciona que las sobretasas serán adicionales a los aranceles aplicables que se encuentren en vigencia. Además, quedan excluidas de esta medida las mercancías provenientes de países de menor desarrollo relativo que son miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración ALADI: Bolivia y Paraguay (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

La razón para justificar la aplicación de medidas de Salvaguardia, se debe al panorama externo impacta negativamente sobre la balanza de pagos para regular el nivel de las importaciones y equilibrar la Balanza Comercial. Una de las causas más importantes es la caída del precio del petróleo, el cual en el año 2014 se registró en USD 105,24 y a inicios del 2015 cayó hasta USD 47,49 hasta llegar a finales del 2015 hasta USD 29,89.

Otro factor que ha impactado a la economía ecuatoriana, luego de la Balanza de Pagos es la apreciación del dólar. Este se manifiesta en efecto negativo, debido a que las exportaciones de nuestro país se encarecen para los mercados europeos y asiáticos, además del colombiano y peruano, quienes han devaluado sus monedas.

En consecuencia, se produce un aumento en la salida de divisas, ya que las importaciones y compras del exterior se abaratan para el mercado ecuatoriano.

Ante este escenario, la resolución justifica la aplicación de sobretasas arancelarias por Balanza de Pagos que estipula “El Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 GATT; el cual otorga la facultad a un miembro, país en desarrollo, cuando se experimenten dificultades para equilibrar la Balanza de Pagos y requiera continuar con su proceso de desarrollo económico y para limitar el volumen de las mercancías de importación.

La medida de salvaguardia aprobada en marzo de 2015 y aplicada tiene carácter transitorio y no discriminatorio y está sujeta a monitoreo permanente en los 15 meses para los cuales se ha previsto su vigencia.

Según la resolución, la aplicación de medidas de salvaguardas aplicará a las importaciones bajo el régimen consumo, sobre distintos bienes de ingreso definitivo al país, y faculta a establecer los procedimientos para su aplicación al Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) (Junco Vaca, L., 2015, p. 38).

En razón de esto se estableció una lista de dos mil ochocientas partidas arancelarias específicamente, las mismas que incluyen tasas que van desde el 5%, 15%, 25% y 45%; y se estableció la "sobretasa arancelaria" que se divide en cuatro rangos (Junco Vaca, L., 2015, p. 38).

En la Tabla 9 se observa la aplicación de salvaguardias a bienes y productos con el porcentaje respectivo.

Tabla 9

Sobretasas arancelarias aplicadas a bienes y productos

BIENES Y PRODUCTOS	PORCENTAJE
Bienes de capital y materias primas no esenciales	5%
Bienes de sostenibilidad media	15%
Cerámica, CKD (partes o piezas) de televisores y motos	25%
Bienes de consumo final, televisores y motos	45%
Bebidas sin alcohol	45%
Bebidas con alcohol	25%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior - Resolución 011-2015 (COMEX, 2015)

Estas medidas de salvaguardia por balanza de pagos afectarán al 32% de las importaciones, mientras que el 68% está exento. Además, son de carácter multilateral, es decir, su aplicación afecta a todos los países con los que Ecuador mantenga relaciones comerciales (Paguay Balladares, D., 2016, p. 38).

Se debe tomar en cuenta que las salvaguardias multilaterales entraron en vigencia en reemplazo de salvaguardias aplicadas únicamente a Colombia y Perú por la devaluación de sus monedas. El 5 de enero de 2015 se aplicó salvaguardias cambiarias bilaterales del 21% a las importaciones de Colombia y del 7% a las de Perú (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

El gobierno ecuatoriano tomó estas medidas urgentes debido a devaluaciones monetarias que estaban decretando los países vecinos para

aumentar su competitividad, mientras Ecuador no puede aplicarlas (Paguay Balladares, D., 2016, p. 38).

Sin embargo, estas medidas tuvieron periodo corto (aproximadamente un mes), debido a que Colombia y Perú iniciaron acciones legales ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN) en contra de estas medidas. La CAN desautorizó la aplicación de salvaguardias (Paguay Balladares, D., 2016b, p. 38).

b. Fuerzas económicas y financieras (E)

Comenzaremos el análisis con el PIB del Ecuador periodo 2012-2015 para conocer el entorno económico y financiero que tiene relación con las salvaguardias.

En el año 2015 el Ecuador se observó un crecimiento económico de 0.3% a precios constantes, equivalente a USD 69.969 millones. En el cuarto trimestre de 2015 creció en 0.1%, en relación con el trimestre anterior (t/t-1) y expresó una variación negativa de -1.2% respecto al cuarto trimestre de 2014 (t/t-4).

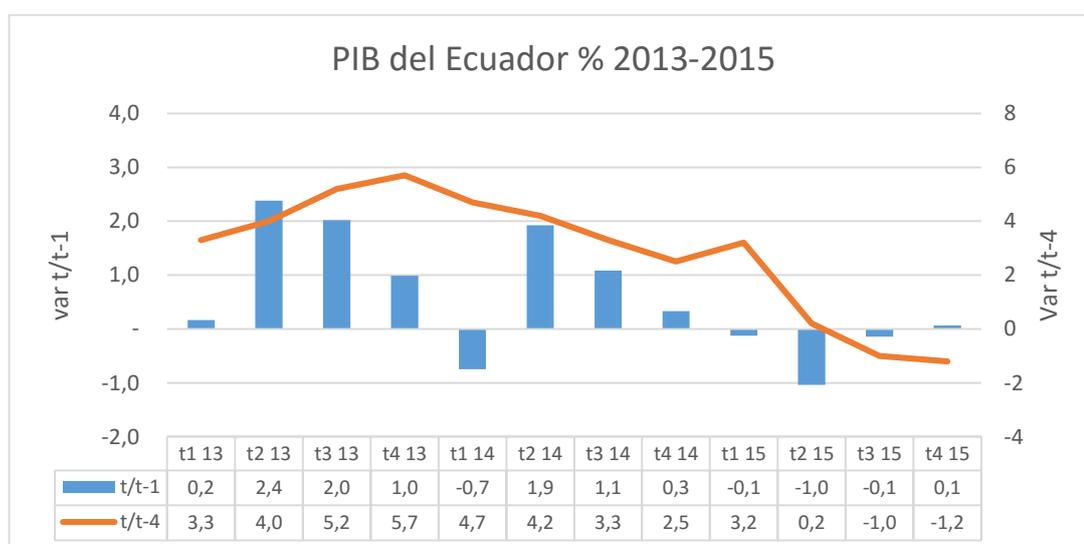


Figura 15 PIB del Ecuador 2013-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

La disminución en el crecimiento del PIB se debe principalmente a la caída del precio del crudo en todo el mundo, lo que afecta a la producción que ya estaba establecida para equilibrar la Balanza de Pagos; con lo que sumado a la aplicación de la ley de salvaguardias de marzo de 2015; la materia prima se encareció por lo que los empresarios bajaron su volumen de producción y por ende implica escasez de producto y alza en los precios.

La producción nacional de petróleo en abril de 2016 disminuyó en 1,3% con relación a similar mes de 2015. Por empresas, Petroamazonas EP aumentó su producción en 1,8% mientras que la Operadora Río Napo la redujo en 1,4%; las Compañías Privadas también mostraron una baja de 10,1 (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

La disminución de la producción está asociada con la caída de los precios del petróleo, que llevó al gobierno nacional a modificar las inversiones en este sector y a recortar la producción, priorizando los campos más rentables o con menores costos de producción; por lo que una de las medidas del gobierno actual, fue aplicar la ley de salvaguardias para estabilizar el déficit por la caída del crudo del petróleo.

Tabla 10

PRODUCCIÓN NACIONAL CRUDO ANUAL EN CAMPO 2013-2015 ECUADOR

Producción Nacional Crudo en Campo	Millones de Barriles			Tasa de Crecimiento	
	2013	2014	2015	2013-2014	2014-2015
	175,1	203,1	198,2	16,0%	-2,4%
Empresas Públicas	131,8	158,0	154,3	19,8%	-2,3%
<i>EP Petroecuador (Petroproducción)</i>	0,0	0,0	0,0	0,0%	0,0%
<i>Petroamazonas EP(B 15)</i>	108,3	131,8	127,3	21,6%	-3,4%
<i>Operadora Río Napo (Sacha)</i>	23,5	26,2	27,0	11,5%	3,2%
Compañías Privadas (excl B15)	43,3	45,1	43,9	4,1%	-2,6%

Fuente: (EP PETROECUADOR, 2016).

Como se muestra en la Tabla 10 entre el periodo 2013-2014 la producción nacional de crudo en campo tuvo un crecimiento del 16,0%, pero en el periodo 2014-2015 se generó un decremento del -2,4%, por razones de que el precio bajo considerablemente.

Tabla 11

PRODUCCIÓN NACIONAL CRUDO DIARIA EN CAMPO 2013-2015 ECUADOR

Producción Promedio Diaria Crudo en Campo	Miles de Barriles		
	2013	2014	2015
Empresas Públicas	480,0	556,0	543,0
<i>EP Petroecuador (Petroproducción)</i>	361,0	433,0	423,0
<i>EP Petroamazonas (B15)</i>	0,0	0,0	0,0
<i>Operadora Río Napo (Sacha)</i>	297,0	361,0	349,0
<i>Operadora Río Napo (Sacha)</i>	64,0	72,0	74,0
Compañías Privadas (excl B15)	119,0	124,0	120,0

Fuente: (EP PETROECUADOR, 2016).

Sobre las exportaciones de petróleo de las empresas públicas, entre 2008 y 2015 se observa que el cambio en la modalidad de participación a prestación de servicios, benefició a las exportaciones de petróleo de las Empresas del Estado (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

La Secretaría de Hidrocarburos (2011) exporta el equivalente a la tarifa pagada en especies a las compañías privadas, por el servicio de explotación petrolera bajo la modalidad de prestación de servicios, que en el año 2015 alcanzó 20.4 millones de barriles. Crudo Oriente: alrededor de 24 grados API promedio crudo intermedio y Crudo Napo: entre 18 y 21 grados API – crudo pesado y agrio (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

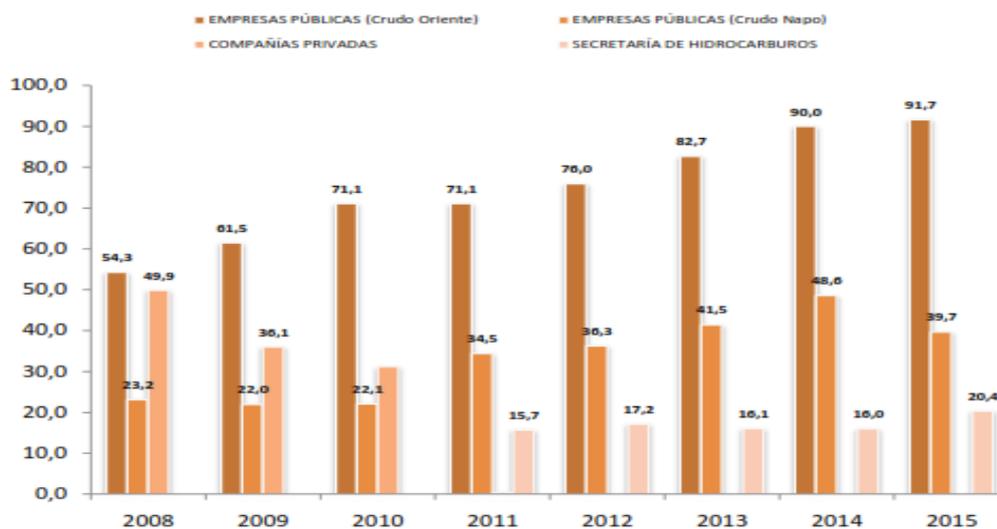


Figura 16 Exportaciones de Petróleo Empresas Públicas (millones de barriles) 2008-2015

Fuente: (EP PETROECUADOR, 2016).

Las exportaciones de petróleo de las empresas públicas y de las compañías privadas, en abril de 2016 en Ecuador, las exportaciones de crudo fueron de 10.1 millones de barriles, 0.2% menos con relación a igual mes de 2015 (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

La Secretaría de Hidrocarburos, exporta el equivalente a la tarifa pagada en especies a las compañías privadas por la prestación del servicio de explotación petrolera, en igual mes este valor fue de 0.9 millones de barriles. Crudo Oriente: 23 grados API promedio crudo intermedio y Crudo Napo: entre 18 y 21 grados API – crudo pesado y agrio (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

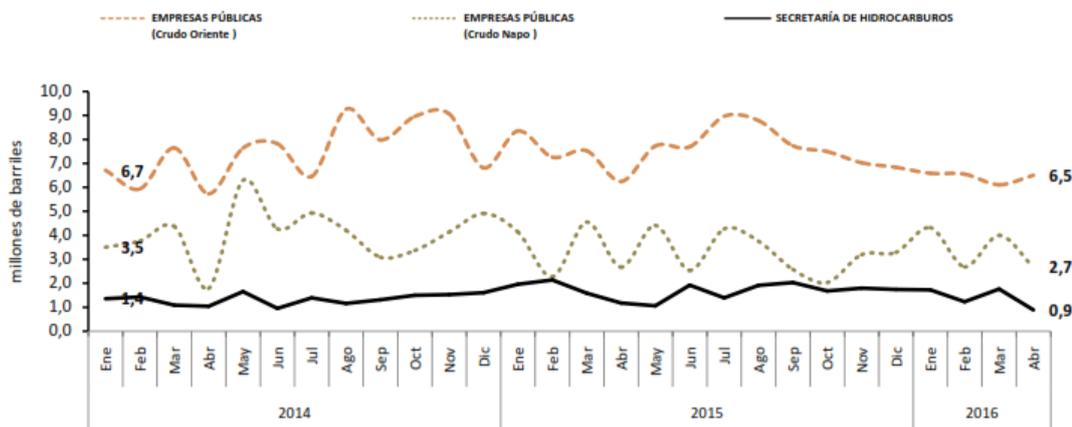
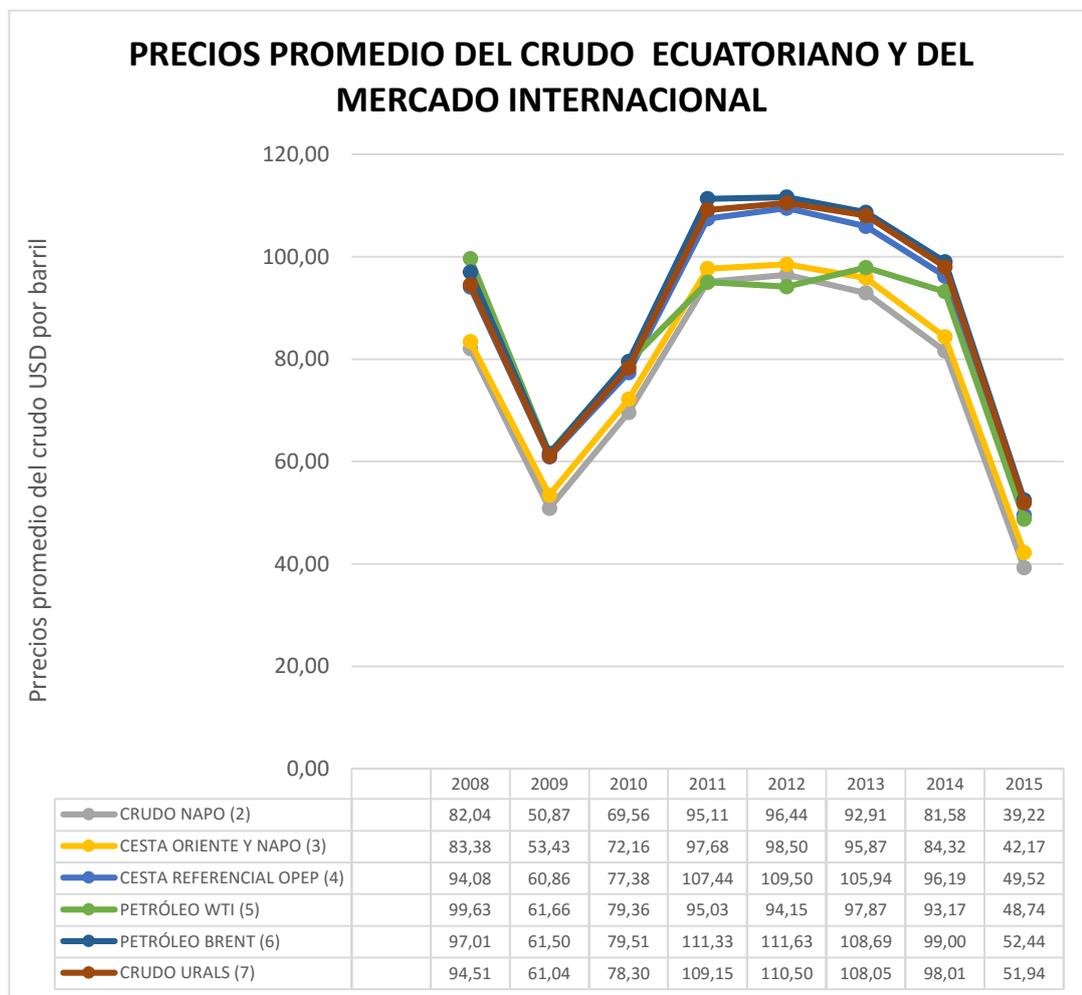


Figura 17 Exportaciones de Petróleo Empresas Públicas y de las Compañías Privadas 2014-2016 en (millones de barriles)

Fuente: (EP PETROECUADOR, 2016)

Revisando el precio de los crudos Oriente, Napo y WTI; entre 2008 y principios de 2011 se observa como el West Texas Intermediate (WTI) era un claro marcador de la tendencia de los crudos Oriente y Napo. Esta situación se revierte desde abril de 2011 para el caso del Crudo Oriente y desde septiembre de 2011 para el Crudo Napo que también empieza a comercializarse a niveles superiores al del WTI, hasta mediados de 2013 (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

Desde agosto del 2014, los precios internacionales del petróleo han mostrado una tendencia a la baja, determinados principalmente por un exceso de oferta en el mercado internacional (BCE, 2016).



- (1) Precio promedio ponderado del Crudo Oriente exportado por EP Petroecuador.
- (2) Precio promedio ponderado del Crudo Napo exportado por EP Petroecuador.
- (3) Para el cálculo de la cesta de los crudos Oriente y Napo exportados por EP Petroecuador.
- (4) OPEC Reference Basket (ORB).
- (6) Crudo ligero con gravedad de alrededor de 38.06 grados API y un contenido de azufre de 0.37%.
- (7) Crudo ligero de alrededor de 32.5 grados API y un contenido de azufre ponderado de 1.25%.

Figura 18 Precios promedio del crudo ecuatoriano y del mercado internacional 2007-2015 (usd por barril)

FUENTE: (EP PETROECUADOR, 2016).

Realizando el análisis respectivo el precio del crudo bajo considerablemente ocasionando un desequilibrio en la Balanza de Pagos; por lo que el gobierno no utilizó como primer recurso préstamos con el FMI y se utilizó la resolución en marzo de 2015, en donde se afectaron 2800 partidas para algunos productos.

Con respecto a la Inflación en el Ecuador para el cierre del año 2015 es de 3,38.

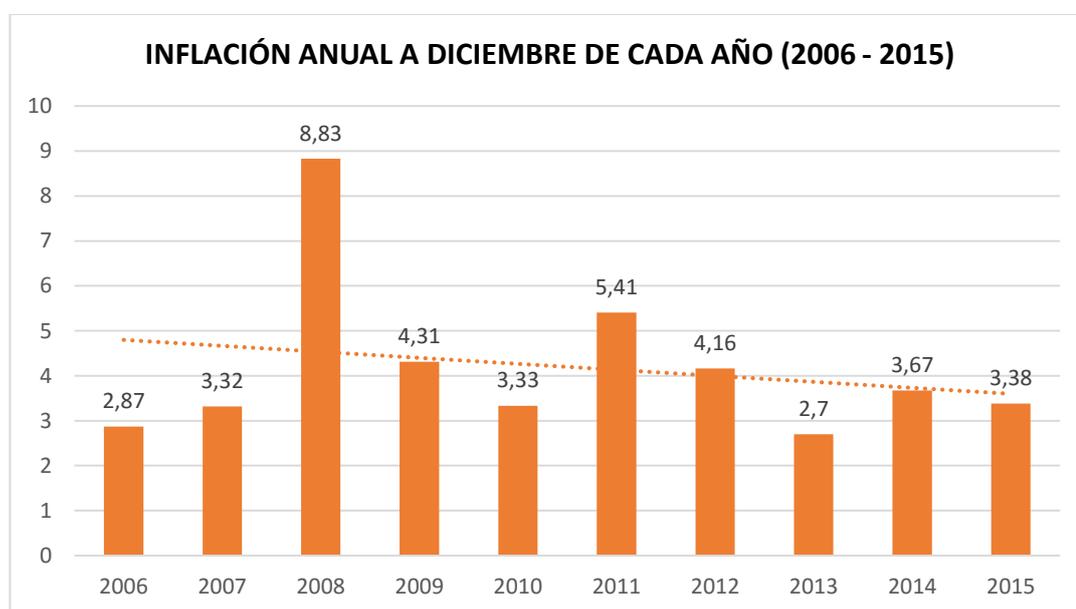


Figura 19 Inflación Anual del Ecuador 2006-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

La inflación anual de mayo de 2016 se situó en 1,63%, porcentaje menor al de igual mes de 2015 (4,55%). Por divisiones, en 9 agrupaciones se registró inflación siendo el mayor el de bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes, de otro lado, en recreación y cultura; en comunicaciones y en prendas de vestir y calzado se registró deflación (Estadísticas Macroeconómicas Abril 2016).

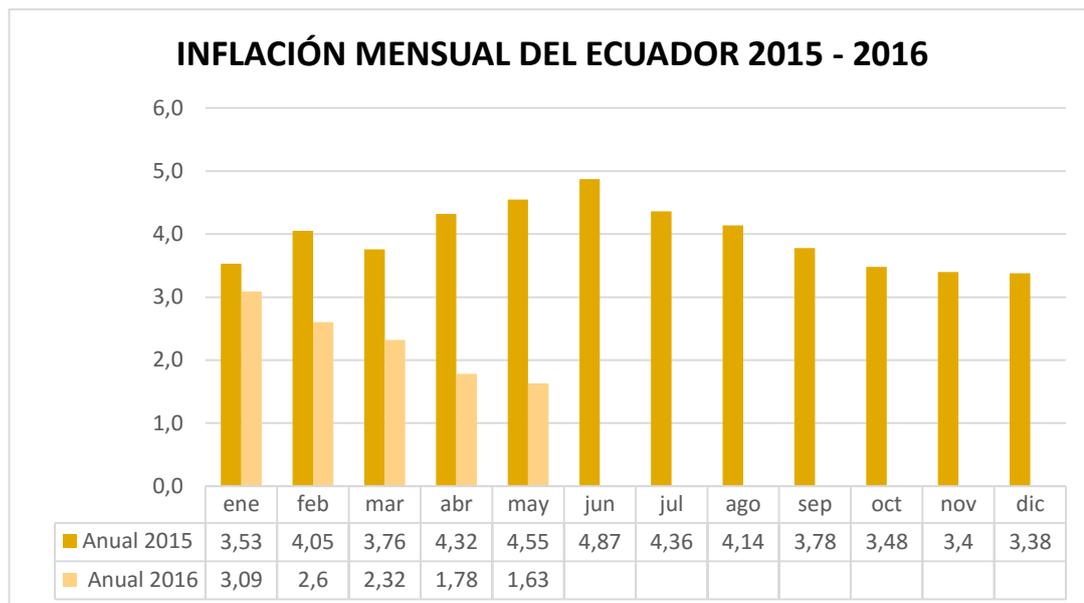


Figura 20 Inflación Mensual del Ecuador 2015-2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016)

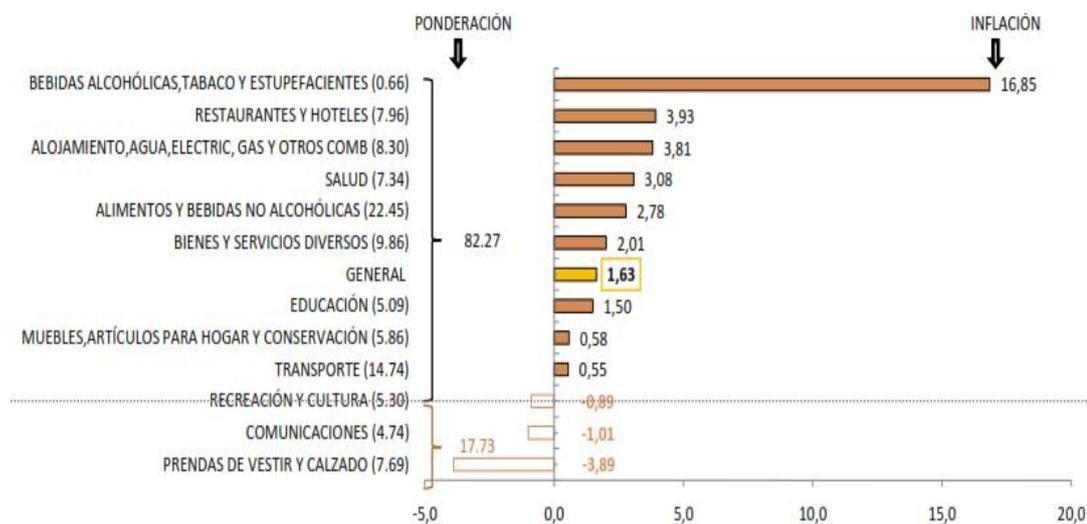


Figura 21 Inflación Anual del IPC 2015 y por Divisiones de Consumo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016)

Un impacto por la aplicación directa de ley de salvaguardias, de forma importante se ve reflejado de forma inmediata en la inflación anual de 2015 y por grupos siendo las bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes de

mayor inflación con 16,85%, para nuestra investigación es una variable que se tomará en cuenta para elaborar el FODA respectivo; sin embargo algo de tomar en cuenta es la especulación en todos los productos y sobre todo recaerá en los productos con salvaguardia ya que se produce un efecto de contagio.

Se tiene la experiencia de Venezuela, al demostrar que las autoridades tienen poca efectividad para hacer frente al contagio de especulativo del mercado (BCE, 2016).

A partir de 2007 la variación anual del índice de precios al productor nacional (IPP) muestra una tendencia a la baja hasta volverse negativo en diciembre de 2015 (-0,68%), los años 2007 y 2008 son los de mayor variación (BCE, 2016).

El comportamiento general de la inflación depende de ciertos productos de las secciones de Alimenticios, Bebidas, Tabaco y Textiles y de la sección de Agricultura, Silvicultura y Pesca, las que en su conjunto aportan cerca del 50% a la canasta del IPP (BCE, 2016).

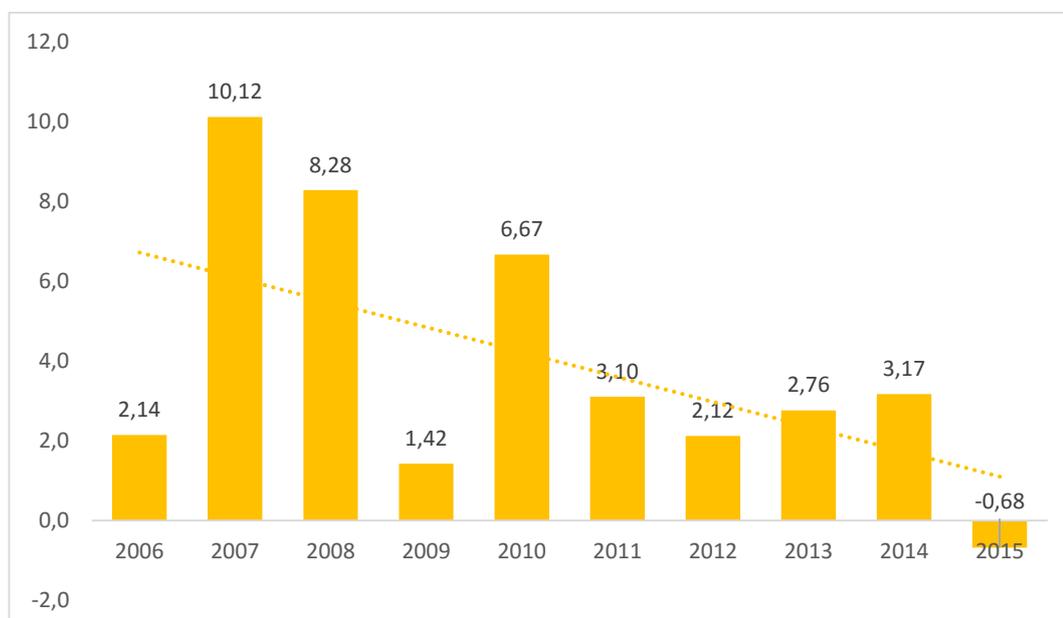


Figura 22 Variación Anual del IPP Nacional 2006-2015

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016)

La medida de aplicación de las salvaguardias trata de proteger la producción nacional e incentivarla, pero no se ha conseguido la caída de los últimos meses del índice de precios al productor nacional (IPP) (BCE, 2016).

Basándonos en la teoría del comercio internacional la creación de estas barreras genera que la producción nacional no sea competitiva frente a los productos importados puesto que no existen incentivos a la producción que promuevan el alza de estándares en dicha producción (BCE, 2016).

En lo que respecta al Sector Financiero, las tasas de interés vigentes en el Ecuador, la Junta Política y Regulación Monetaria y Financiera emitieron las resoluciones 043-2015-F de 5 de marzo de 2015, 0442015-F de 1 de abril de 2015 y 059-2015-F de 16 de abril de 2015 (BCE, 2016).

Las mismas que regulan las normas de segmentación de cartera de créditos de las entidades del Sistema Financiero Nacional y las normas que regulan la fijación de las tasas de interés activas efectivas máximas (BCE, 2016).

Tabla 12

Tasas de Interés vigentes hasta junio 2016

Segmento	Tasas Referenciales	Tasas Máximas
	jun-16	jun-16
Productivo Corporativo	9,31	9,33
Productivo Empresarial	9,96	10,21
Productivo PYMES	11,33	11,83
Comercial Ordinario	9,34	11,83
Comercial Prioritario Corporativo	8,66	9,33
Comercial Prioritario Empresarial	9,82	10,21
Comercial Prioritario PYMES	11,10	11,83
Consumo Ordinario*	16,24	17,30
Consumo Prioritario*	15,90	17,30
Vivienda Interés Público	4,98	4,99
Inmobiliario	10,72	11,33
Educativo **	9,31	9,50
Microcrédito Minorista	24,46	30,50
Microcrédito Acum Simple	23,85	27,50
Microcrédito Acum. Ampliada	21,18	25,50
Inversión Pública	8,32	9,33

Fuente: Entidades Financieras (EFI, 2016).

Ahora explicaremos los cambios en el Estudio de Oferta y Demanda de Crédito, primero el Índice de Cambio de Oferta de Crédito, durante el primer trimestre de 2016, las entidades financieras (EFI) se mantuvieron más restrictivas en el otorgamiento de créditos para todos los segmentos analizados: Productivo, Microcrédito, Consumo y Vivienda, dado que el saldo entre las EFI menos y más restrictivas fue negativo (Estadísticas Macroeconómicas Abril, 2016).

De entre estos segmentos, el que presentó mayor restricción por parte de las EFI fue el Microcrédito con 34% (BCE, 2016).

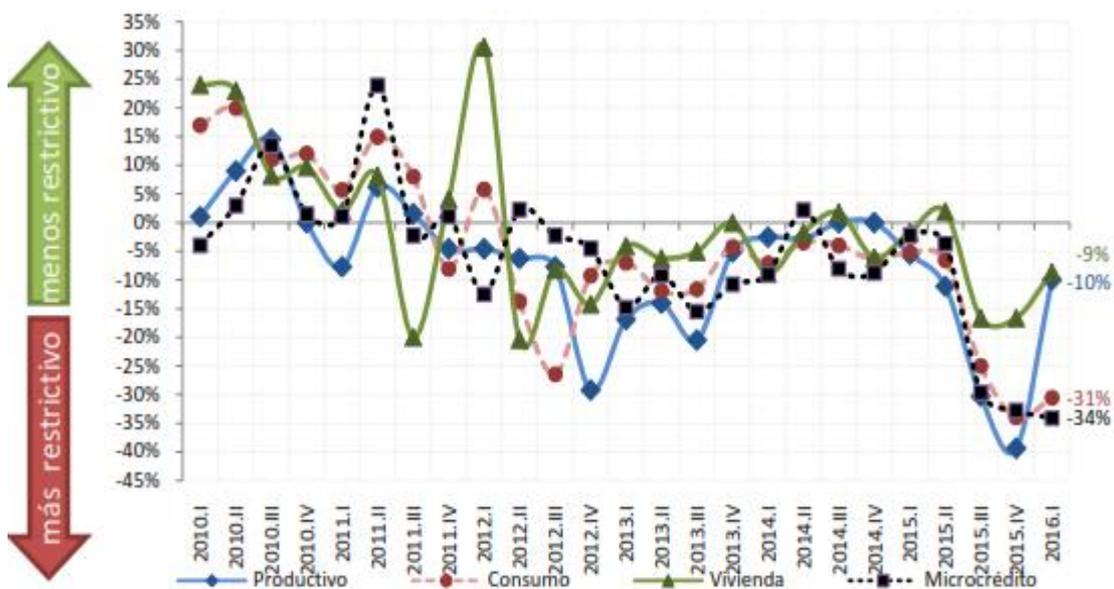


Figura 23 Índice de Cambio de Oferta de Crédito

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

El Índice de Cambio de Demanda De Crédito, las EFI privadas durante el primer trimestre de 2016, al igual que en los dos trimestres anteriores, experimentaron un debilitamiento de la demanda en todos los segmentos: Microcrédito, Consumo, Productivo y Vivienda, es decir, disminuyeron las solicitudes realizadas a las EFI para la concesión de estos tipos de crédito,

en especial, del Productivo y el de Vivienda, cada uno registró -43% (Estadísticas Macroeconómicas Abril (2016)).

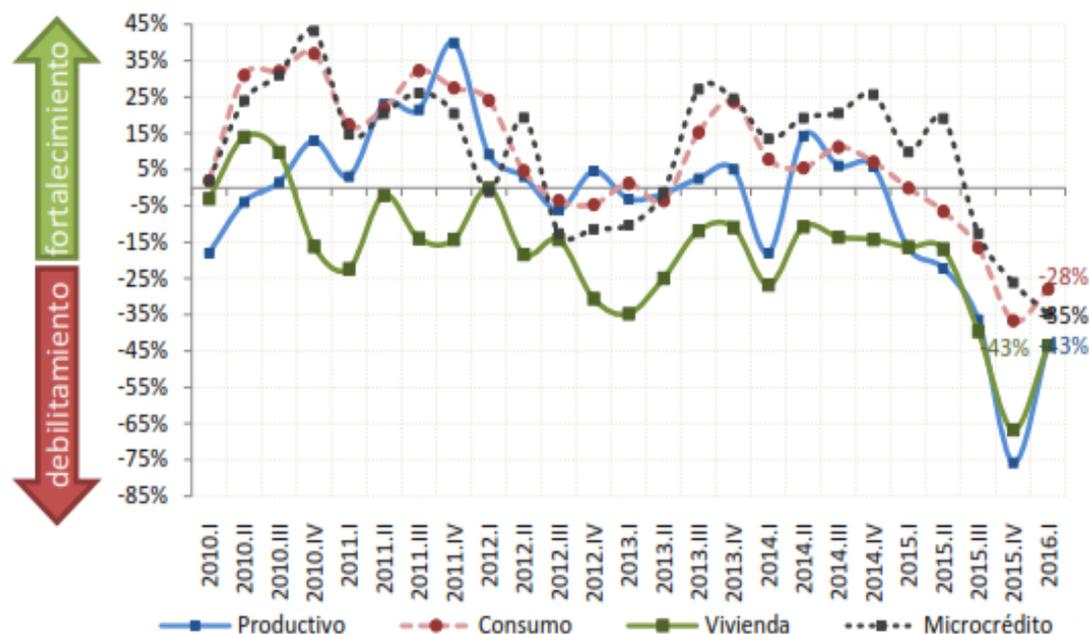


Figura 24 Índice de Cambio de Demanda de Crédito

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

La falta de liquidez de la banca ecuatoriana y la alta morosidad por las medidas tomadas por el gobierno actual y de cómo influye las salvaguardias porque refleja en los empresarios que no pueden salir de la recesión actual, por lo que se debe incentivar el sector financiero dando buenas tasas de interés y tiempo de pago de los créditos para salir de la crisis que se nos presenta en la actualidad (Estadísticas Macroeconómicas, abril, 2016).

La evolución de las Exportaciones totales emitido por el Banco Central del Ecuador, en el año 2014 de USD 25.732 miles de millones y en el año 2015 de USD 18.366 miles de millones mostrando una caída de 28,63% comparado con el mismo periodo del año anterior (BCE, 2016).



Figura 25 Evolución de las exportaciones totales (miles millones USD FOB)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Al comprobar la evolución por tipo de producto, las exportaciones de productos primarios decrecieron un 32,78% al comparar el año 2015 con el periodo 2014, y sobre los productos industrializados disminuyeron un 7,66% en el mismo periodo que se analizó (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

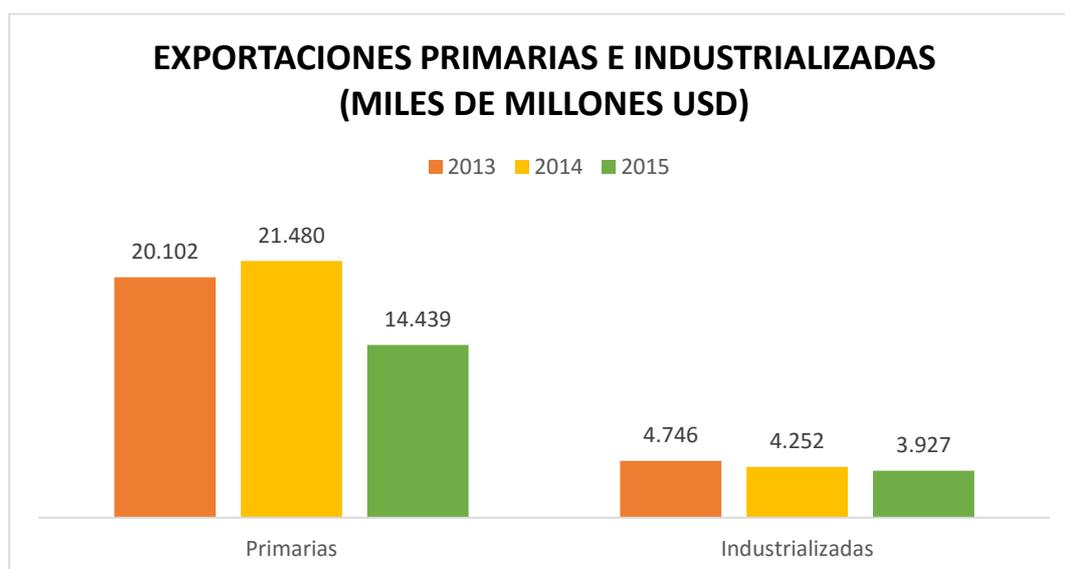


Figura 26 Exportaciones primarias e industrializadas miles USD FOB

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

Las exportaciones petroleras revelaron un desplome del 49.65% en el año 2015 comparado con el año anterior. Las exportaciones petroleras del año 2015 alcanzaron USD 6.698 millones, constituyendo 22.263 miles de toneladas, las mismas que obtuvieron un crecimiento del 0.8% con respecto a lo exportado del año anterior (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

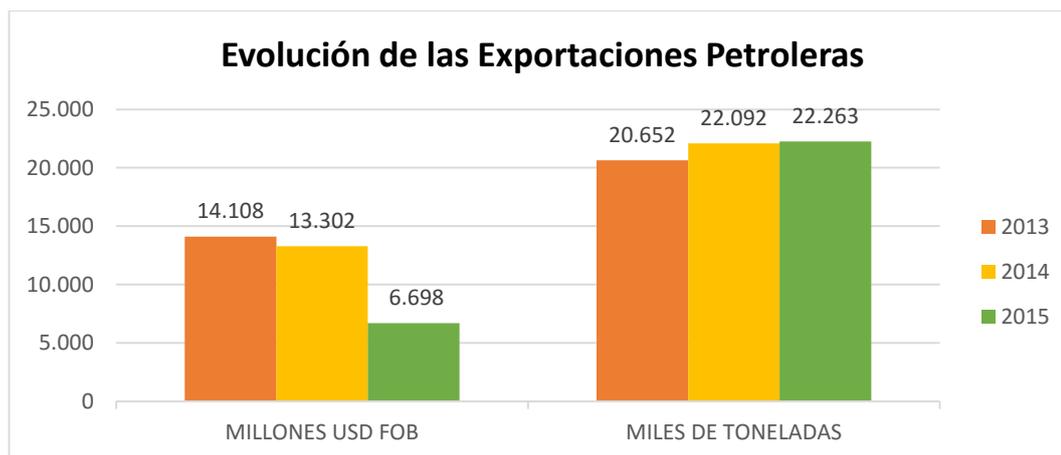


Figura 27 Evolución de las exportaciones petroleras

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

Las exportaciones no petroleras decrecieron un 6,13% en el año 2015. En el mismo periodo, nuestro país exportó USD 11.668 millones que representaron 9.523 miles de toneladas (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

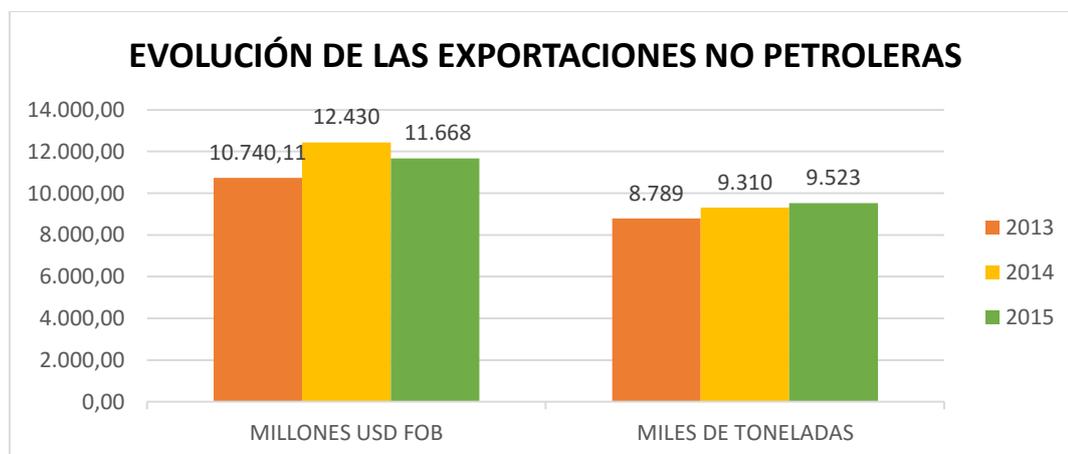


Figura 28 Evolución de las exportaciones no petroleras

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

En relación a las *importaciones* en el Ecuador de enero a diciembre de 2015, las importaciones totales en valor FOB alcanzaron USD 20.458,3 millones, nivel inferior en USD 5.986,5 millones a las compras externas realizadas durante enero-diciembre de 2014 (USD 26.444,8 millones), lo cual representó una disminución de 22,6 % (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

De acuerdo a la Clasificación Económica de los Productos por Uso o Destino Económico (CUODE), en la tabla se aprecia que al comparar los períodos enero-diciembre 2014 y 2015, el grupo de productos cuyo valor FOB creció fue: Productos Diversos (3,4 %); mientras que, los grupos que disminuyeron fueron los Combustibles y Lubricantes (38,5 %); Bienes de Capital (19,6 %); Bienes de Consumo (19,1 %); y, Materias Primas (14,8 %) (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

Tabla 13

Importaciones del Ecuador 2012 – 2015

IMPORTACIONES
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

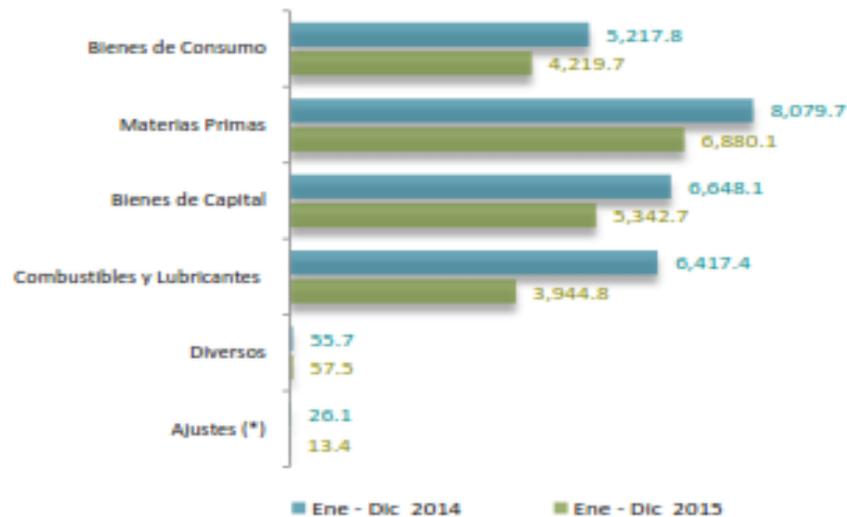
	Ene - Dic 2012				Ene - Dic 2013				Ene - Dic 2014				Ene - Dic 2015				Variación 2015 / 2014	
	Valor USD		Participación		Valor USD		Participación		Valor USD		Participación		Valor USD		Participación		TM	USD
	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB	TM	FOB				
Totales	14.283	24.205,4	100,0%	100,0%	998	5.230,4	6,4%	20,2%	17.300	26.444,8	100,0%	100,0%	15.527	20.458,3	100,0%	100,0%	-10,30%	-22,60%
Bienes de Consumo	1.053	4.989,1	7,4%	20,6%	998	5.230,4	6,4%	20,2%	1.111	5.217,8	6,4%	19,7%	886	4.219,7	5,7%	20,6%	-20,30%	-19,10%
<i>No duradero</i>	778	2.801,9	5,4%	11,6%	712	2.934,6	4,6%	11,3%	829	2.918,1	4,8%	11,0%	669	2.592,9	4,3%	12,7%	-19,40%	-11,10%
<i>Duradero</i>	275	2.024,0	1,9%	8,4%	281	2.067,5	1,8%	8,0%	277	2.102,0	1,6%	7,9%	214	1.504,1	1,4%	7,4%	-22,80%	-28,40%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos</i>	n.d	163,3		0,7%	5	228,3		0,9%	4	197,7		0,7%	3	122,7	0,0%	0,6%		-38,00%
Materias primas	7.381	7.290,9	51,7%	30,1%	8.028	7.829,2	51,4%	30,2%	8.618	8.079,7	49,8%	30,6%	7.312	6.880,1	47,1%	33,6%	-15,20%	-14,80%
<i>Para la agricultura</i>	1.431	982,1	10,0%	4,1%	1.469	1.040,2	9,4%	4,0%	1.838	1.257,5	10,6%	4,8%	1.858	1.120,1	12,0%	5,5%	1,1%	-10,90%
<i>Para la industria</i>	4.363	5.431,3	30,5%	22,4%	4.626	5.859,0	29,6%	22,6%	4.880	5.793,7	28,2%	21,9%	4.660	5.149,3	30,0%	25,2%	-4,5%	-11,10%
<i>Materiales de construcción</i>	1.587	877,5	11,1%	3,6%	1.933	930,1	12,4%	3,6%	1.900	1.028,5	11,0%	3,9%	794	610,7	5,1%	3,0%	-58,20%	-40,60%
Bienes de Capital	543	6.418,1	3,8%	26,5%	579	6.778,0	3,7%	26,2%	581	6.648,1	3,4%	25,1%	484	5.342,8	3,1%	26,1%	-16,80%	-19,60%
<i>Para la agricultura</i>	16	114,0	0,1%	0,5%	16	119,0	0,1%	0,5%	17	122,0	0,1%	0,5%	19	135,3	0,1%	0,7%	6,60%	10,90%
<i>Para la industria</i>	295	4.444,3	2,1%	18,4%	322	4.874,8	2,1%	18,8%	299	4.678,3	1,7%	17,7%	249	3.808,3	1,6%	18,6%	-16,50%	-18,60%
<i>Equipos de Transporte</i>	232	1.859,8	1,6%	7,7%	241	1.784,1	1,5%	6,9%	265	1.847,7	1,5%	7,0%	216	1.399,2	1,4%	6,8%	-18,70%	-24,30%
Combustibles y Lubricantes	5.301	5.441,3	37,1%	22,5%	6.009	5.927,4	38,5%	22,9%	6.985	6.417,4	40,4%	24,3%	6.839	3.944,8	44,0%	19,3%	-2,10%	-38,50%
Diversos	4,4	42,2	0,03%	0,2%	6,0	61,7	0,04%	0,2%	5,3	55,7	0,03%	0,2%	6,5	57,5	0,04%	0,3%	21,60%	3,40%
Ajustes		23,8		0,1%		62,1		0,2%		26,1		0,1%		13,4	0,00%			-48,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

IMPORTACIONES EN VALORES FOB Y PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE BIENES IMPORTADOS POR CUODE

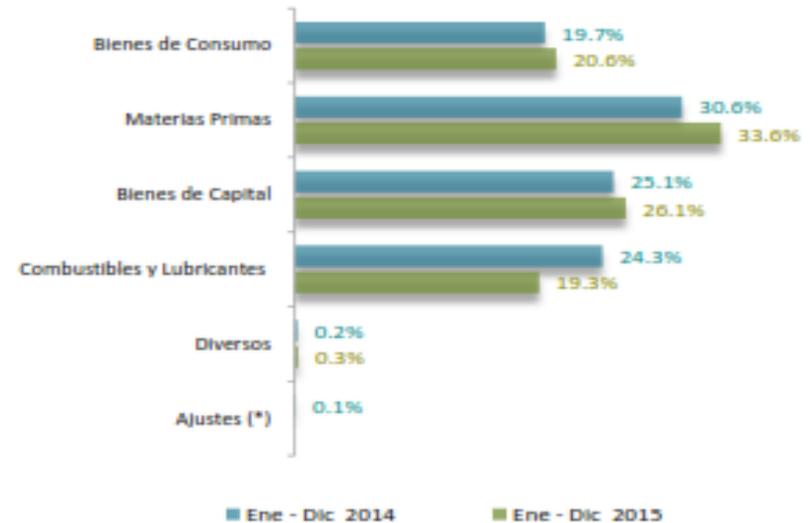
Ene-Dic/2015 y Ene-Dic/2014, millones de USD y porcentajes

Valores FOB importados por grupos de productos de acuerdo a la Clasificación por Uso y Destino Económico (CUODE) en millones de USD



(*) Corresponde a las Importaciones del Ministerio de Defensa Nacional

Porcentaje de la participación de los grupos de productos de acuerdo a la Clasificación por Uso y Destino Económico (CUODE)



(*) Corresponde a las Importaciones del Ministerio de Defensa Nacional

Figura 29 Importaciones en Valores FOB y % de Participación de Bienes importados por CUODE del Ecuador 2014-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Con el fin de disminuir la salida de divisas del país, y de equilibrar la balanza de pagos el 11 de marzo de 2015, el ministro de Comercio Exterior, Diego Aulestia, dio a conocer la implementación de la medida de salvaguardias, que hasta la fecha “han disminuido las importaciones en un 33 o 34%”, según manifestó en entrevista con Andes (2016).

“Hay que estar conscientes de que estas (las salvaguardias) afectaron a un tercio de los bienes que existían en el mercado ecuatoriano. Intencional y técnicamente se dejó de lado ciertos bienes que nosotros consideramos que eran indispensables ya sea para la producción o para el consumo en temas específicos”, señaló el ministro (“Ecuador redujo sus importaciones un 34% a un año de vigencia de las salvaguardias | ANDES”, 2016).

De acuerdo a la Clasificación de los Bienes por Uso o Destino Económico (CUODE), el promedio mensual en valor FOB de las importaciones de los *Bienes de Consumo* de enero de 2014 a diciembre de 2015 fue de USD 379,9 millones, los *Bienes de Consumo No Duraderos* participaron con el 60,4 % y los *Bienes de Consumo Duradero* participaron con el 39.6 % (Estadísticas Macroeconómicas abril 2016).

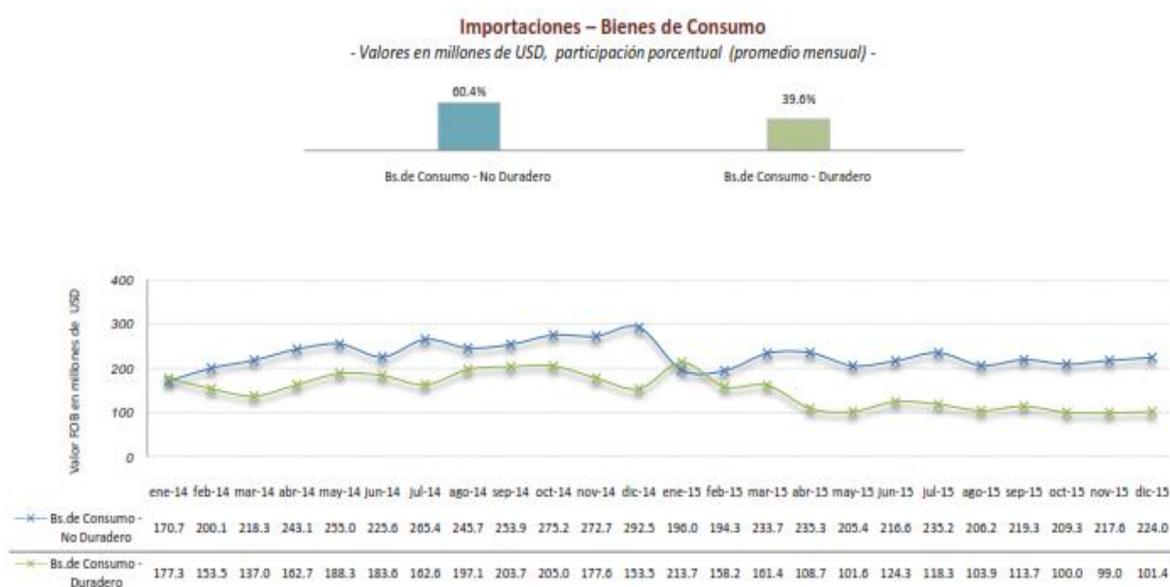


Figura 30 Bienes de Consumo No Duradero y Duradero del Ecuador 2012-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

En términos FOB, se han importado, en promedio, de enero de 2014 a diciembre de 2015, *Materias Primas* por USD 623.3 millones. La participación de los bienes que conforman este grupo fue: Industriales (73.1 %), Agrícolas (15.9 %); y, Materiales de Construcción (11 %) % (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

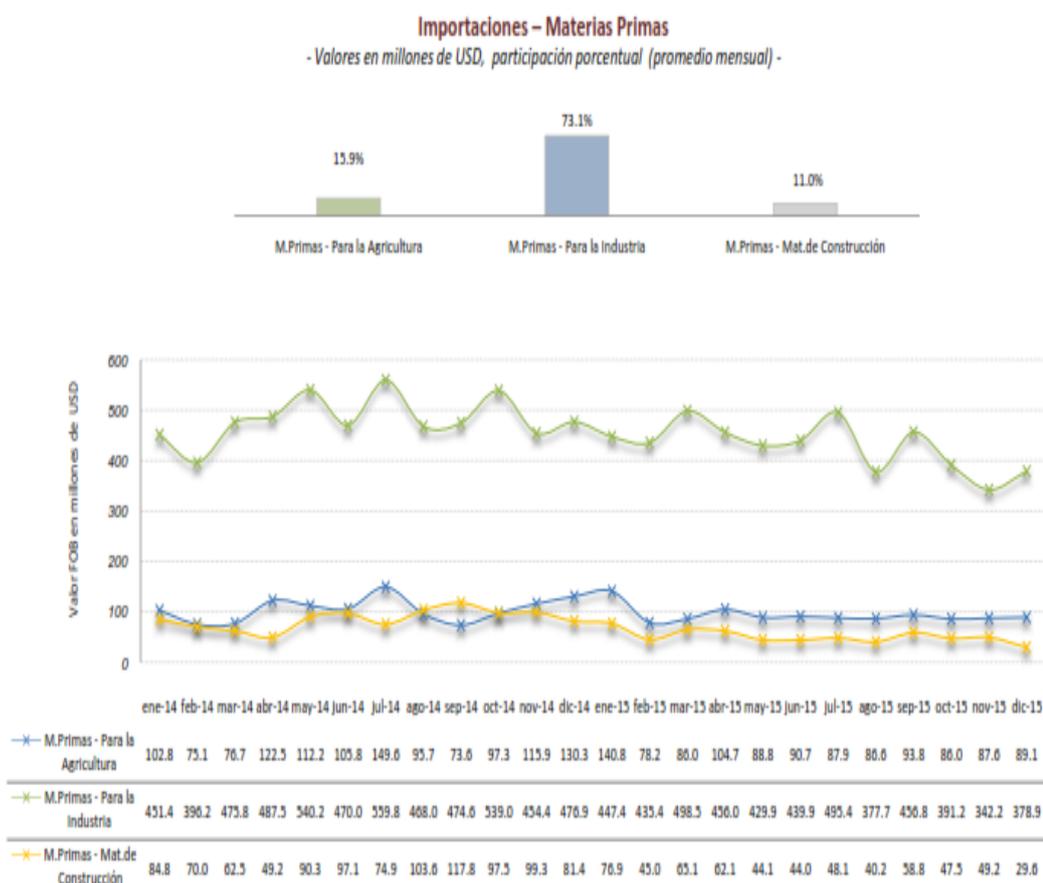


Figura 31 Importaciones - Materia Prima del Ecuador 2012-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

La compra externa de *Bienes de Capital*, en promedio mensual, alcanzó USD 499.6 millones entre enero de 2014 y diciembre de 2015; la participación porcentual de los grupos que conforman estas mercancías fue: Bienes de Capital para la industria (70.8 %), Bienes de Capital - equipos de

transporte (27.1 %); y, Bienes de Capital para la agricultura (2.1 %) (BCE, 2016).

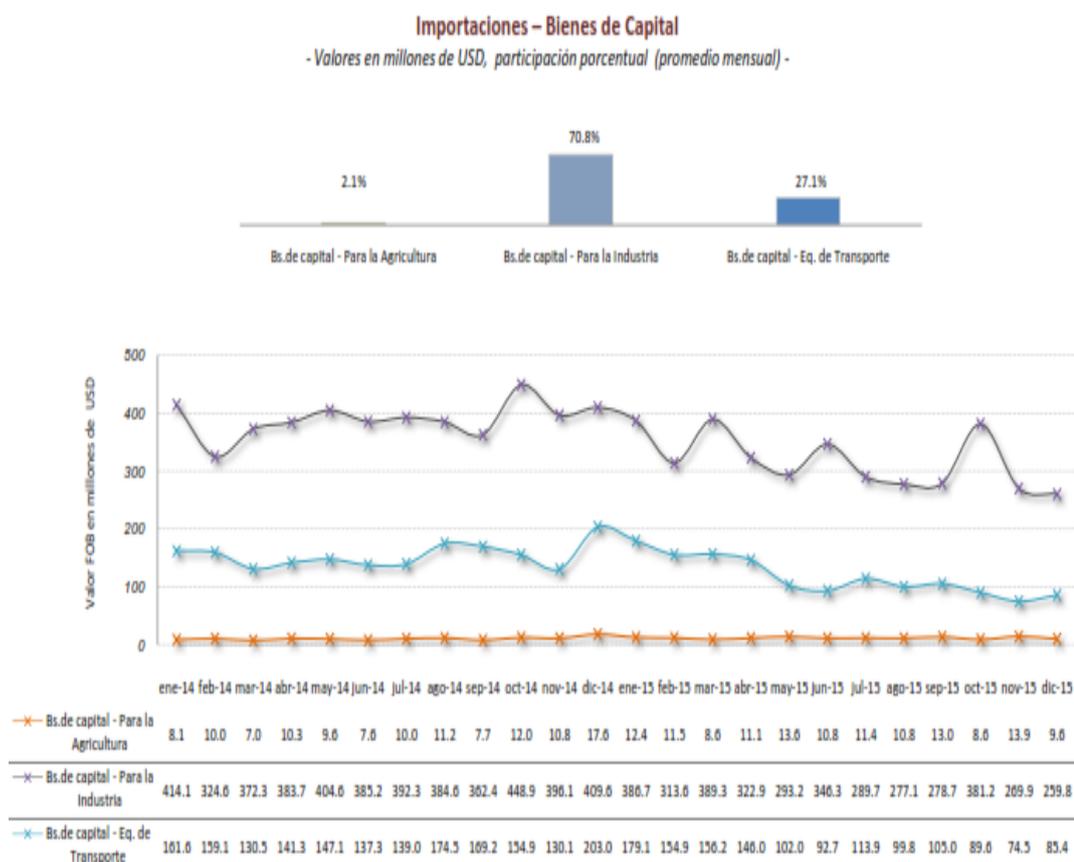


Figura 32 Importaciones – Bienes de Capital del Ecuador 2012-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Las importaciones de Combustibles y Lubricantes, en promedio mensual, alcanzaron USD 431.8 millones entre enero de 2014 y diciembre de 2015. La participación porcentual de los bienes que conforman este grupo fue: Diésel (44.4 %), Nafta (37.5 %), Propano (7.2 %), Butano (2.8 %), Cutter Stock (2.2 %), Avgas (0.7 %); y, Otros (5.2 %) (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

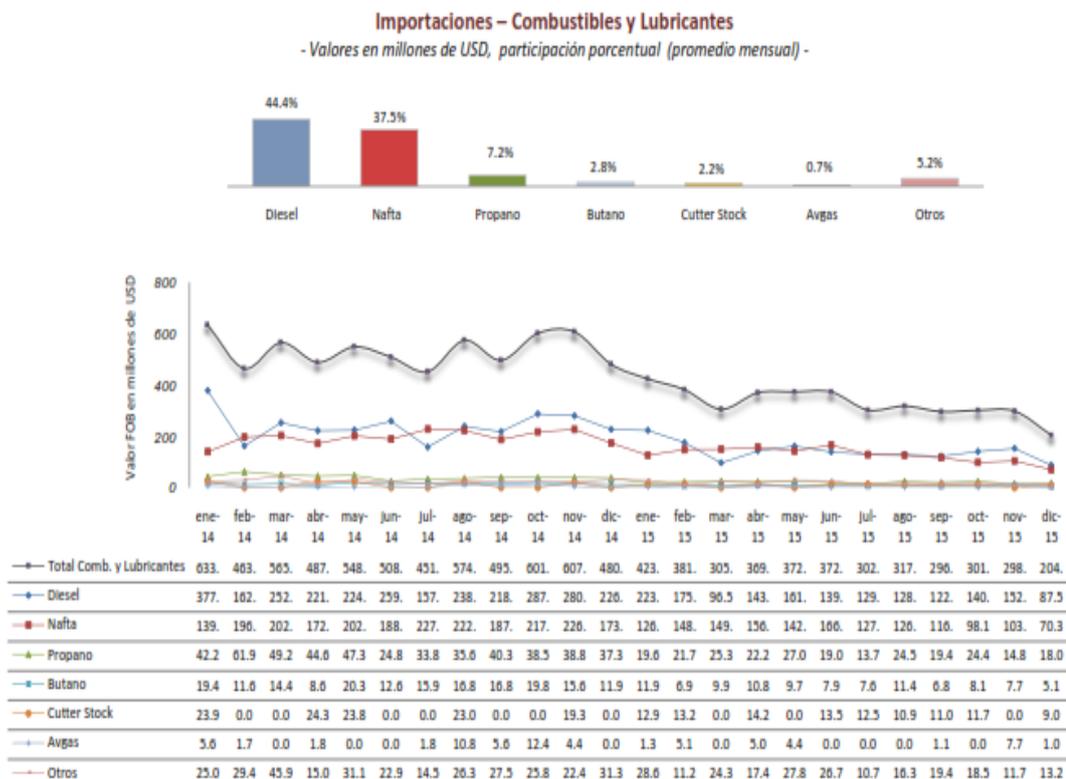


Figura 33 Importaciones – combustibles y lubricantes del Ecuador 2012-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

La caída más importante desde la puesta en vigencia de la ley de salvaguardias se da en la importación de bienes de capital, en parte la caída se puede notar en las salvaguardias, otra se debe a la menor actividad económica del Ecuador que hace que se demande menos importaciones (González y González, 2016).

Las estimaciones nos dan como resultado que la aplicación de la ley salvaguardias sometieron las importaciones de bienes de capital alrededor del 20% en el corto plazo, con un efecto que podría alcanzar a una reducción de aproximadamente 50% en el largo plazo. Este resultado involucra que las posibilidades de producción de la economía se vieron reducidas en alrededor de \$200 millones anuales en el corto plazo, y hasta en \$400 millones anuales en el largo plazo (González y González, 2016).

Este es uno de los indicadores más importantes con respecto a la situación de la economía, el Banco Central reporta estos indicadores para los sectores industrial, comercial, construcción y de servicios, todos ha caído

en los últimos meses por lo que las empresas tienen mayor incertidumbre al realizar sus inversiones dentro del Ecuador.

Durante los últimos años, Ecuador ha venido consolidando una Balanza Comercial negativa, siendo el flujo de divisas uno de los factores clave para la intervención del Estado a través de la Política Económica, implementando medidas de control para la crisis de la Balanza Comercial No Petrolera, debido a que mantiene una salida de capitales constante del territorio nacional (Paguay, 2016).

Al analizar la información que proporciona el Banco Central del Ecuador, existen dos participantes dentro de la Balanza Comercial: el Sector Petrolero y el Sector No Petrolero, los cuales registran un comportamiento relacionado durante los últimos cinco años, comprobando que la Balanza Petrolera es la que logra alcanzar superávit, mientras que la No Petrolera se ha conservado deficitaria (Paguay, 2016).

La Balanza Comercial en 2015 registró un déficit de USD - 2.092,4 millones; este comportamiento se explicó principalmente por una disminución de las exportaciones petroleras (Telégrafo, 2016)

Tabla 14

Balanza Comercial del Ecuador 2012-2015

BALANZA COMERCIAL									
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones									
	Ene - Dic 2012		Ene - Dic 2013		Ene - Dic 2014		Ene - Dic 2015		
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	
Exportaciones	27.922	23.764,8	29.491,0	24.847,8	31.402	25.732,3	31.786,0	18.365,9	
<i>Petroleras</i>	19.638	13.792,0	20.651,9	14.107,7	22.092	13.302,5	22.263,1	6.697,5	
<i>No Petroleras</i>	8.284	9.972,8	8.788,8	10.740,1	9.310	12.429,8	9.522,7	11.668,0	
Importaciones totales	14.283	24.205,4	15.625	25.888,8	17.304	26.444,8	15.530	204.583,0	
<i>Bienes de consumo</i>	1.053	4.825,8	998	5.002,1	1.111	5.020,1	886	4.097,0	
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	163,3	5	228,3	4,0	197,7	3	122,7	
<i>Materias primas</i>	7.381	7.290,9	8.028,0	7.829,2	8.619	8.079,7	7.312,0	6.880,1	
<i>Bienes de capital</i>	543	6.418,1	579,0	6.778,0	581	6.648,1	484,0	5.342,7	
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	5.301	5.441,3	6.009,0	5.927,4	6.985	6.417,4	6.639,0	3.944,8	
<i>Diversos</i>	4,4	42,2	6,4	61,7	5,3	55,7	6,5	57,5	
<i>Ajustes (3)</i>		23,8		62,1		26,1		13,4	
Balanza Comercial - Total		-440,6		-1.041,0		-712,5		-2.092,4	
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		8.350,7		8.180,3		6.885,1		2.752,7	
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-8.791,3		-9221,3		-7.597,6		-4845,1	

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Nota: Sobre el Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos, el BCE acogiendo las recomendaciones internacionales para el registro estadístico del comercio internacional de mercancías, a partir de la publicación IEM N° 1942, ha incluido en el grupo de Bienes de Consumo, las importaciones realizadas desde el año 2011 bajo la modalidad de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos, cuya fuente de información es el SENA. Y sobre la cuenta Ajustes se refiere a las importaciones del Ministerio de Defensa Nacional

La Balanza Comercial Petrolera, de enero a diciembre de 2015 tuvo un saldo favorable de USD 2,752.7 millones; superávit menor al obtenido en el mismo período de 2014 (USD 6,885.1 millones). El menor superávit se debe principalmente a una disminución en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

Por su parte, la Balanza Comercial no Petrolera, disminuyó su déficit (36.2%) frente al resultado contabilizado en el mismo período de 2014, al pasar de USD - 7,597.6 millones a USD - 4,845.1 millones (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

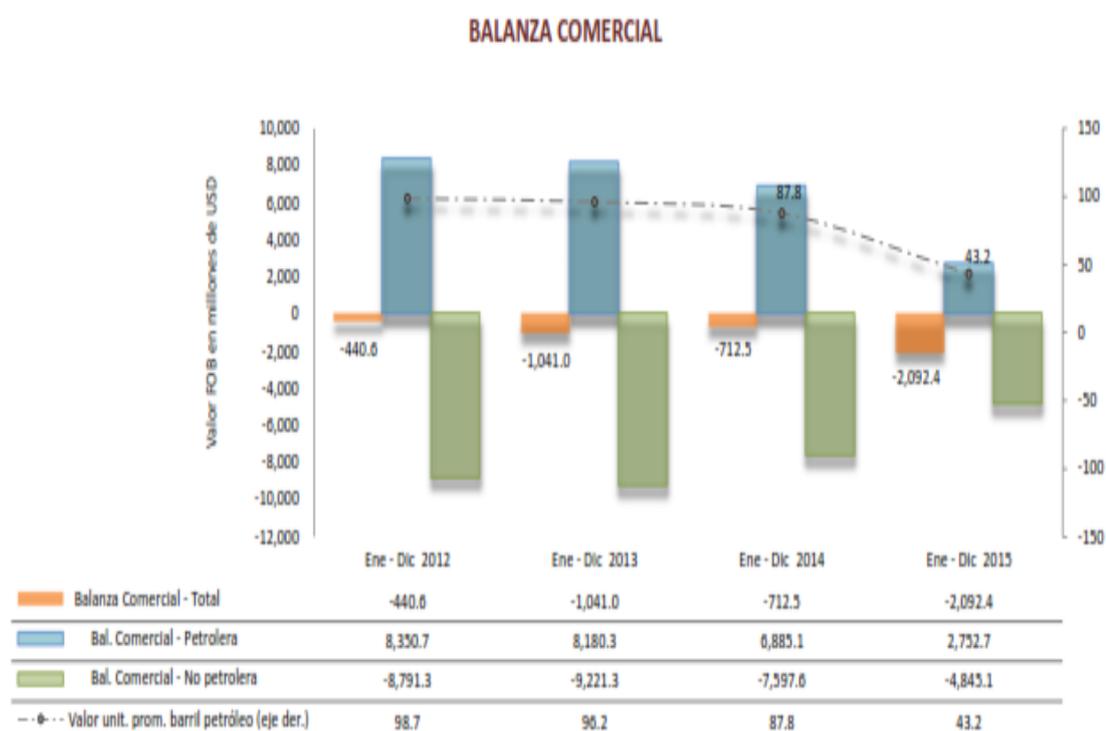


Figura 34 Balanza Comercial Petrolera y No Petrolera del Ecuador 2012-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

En 2015 las exportaciones alcanzaron USD 18,365.9 millones. En términos relativos fueron menores en -28.6% (USD 7,366.4 millones) con relación a las ventas externas registradas en 2014 (USD 25,732.3 millones) (Estadísticas Macroeconómicas abril, 2016).

El 20% de las importaciones que realizan los exportadores están afectadas por la salvaguardia por balanza de pagos, lo que equivale a unas

400 partidas, señalaron los directivos de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor) ("Exportadores también sienten los efectos de las salvaguardias", 2015).

Entre las partidas afectadas por las sobretasas arancelarias, vigentes desde el 11 de marzo pasado, se encuentran insumos y bienes de capital, que tienen hasta el 45% de sobretasas. Daniel Legarda (2016), vicepresidente de Fedexpor, explicó que de ese 20% la mitad corresponde a bienes de capital: máquinas, partes y piezas, impresoras industriales para empaques de productos de exportación, montacargas, camiones, equipos de logística, entre otros ("Exportadores también sienten los efectos de las salvaguardias", 2015).

La otra mitad corresponde a materias primas e insumos entre los que está el azúcar, la glucosa, los plásticos (empaques especiales), pegamentos, alimentos deshidratados, etc. ("Exportadores también sienten los efectos de las salvaguardias", 2015).

La recaudación de impuestos sintió el impacto de la ley de salvaguardias aplicadas por el gobierno actual desde marzo. En el año 2015, el Servicio de Rentas Internas (SRI) registró USD 524 millones menos por tributos externos, en comparación con 2014 ("Las salvaguardias golpean a las rentas", 2016).

Ahora analizaremos sobre las recaudaciones que ha realizado el SRI en el Ecuador sobre los *impuestos indirectos*, como son el impuesto al valor agregado en operaciones internas e importaciones, el impuesto a los consumos especiales, en operaciones internas e importaciones y el impuesto redimible a las botellas plásticas (Informe Mensual de Recaudación – SRI, 2015).

Tabla 15

Variación de las Operaciones Internas e Importaciones del IVA 2014-2015

	2014	2015	Variación % (14-15)
IVA de Operaciones Internas	4.512.571	4.778.258	6%
IVA de Importaciones	2.035.045	1.722.178	-15%

Fuente: Base de Datos del (SRI, 2016).

Revisando la Tabla 15 que nos explica en valores la recaudación del IVA de Operaciones Internas en el 2014 de USD 4.512.571 en miles de dólares y en el 2015 de USD 4.778.258 en miles de dólares obteniendo una variación porcentual de 6% en incremento en este impuesto en el Ecuador; con respecto al IVA de Importaciones en el 2014 fue la recaudación de USD 2.035.045 en miles de dólares y en el año 2015 se recaudó USD 1.722.178 en miles de dólares resultando un decremento de 15% con respecto al año 2014 (Informe Mensual de Recaudación – SRI, 2015).

Tabla 16

Variación de las Operaciones Internas e Importaciones del ICE 2014-2015

	2014	2015	Variación %
ICE de Operaciones Internas	615.357	697.669	13%
ICE Bebidas sin alcohol y con alcohol	166.167	188.035	13%
ICE de Importaciones	187.839	141.976	-24%
ICE Bebidas sin alcohol y con alcohol	67.890	71.679	5,6%

Fuente: Base de Datos del (SRI, 2016).

Considerando la Tabla 16 que nos explica en valores la recaudación del ICE de Operaciones Internas en el 2014 de USD 615.537 en miles de dólares y en el 2015 de USD 697.669 en miles de dólares obteniendo una variación porcentual de 13%, con respecto al ICE en bebidas sin alcohol y con alcohol de Operaciones Internas también un crecimiento del 13%; con respecto al ICE de Importaciones en el 2014 fue la recaudación de USD 187.839 en miles de dólares y en el año 2015 se recaudó USD 141.976 en miles de dólares resultando un decremento de 24% con respecto al año 2014, para el ICE de Importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol el crecimiento se sostuvo en un margen razonable de 5,6% (Informe Mensual de Recaudación – SRI, 2015).

Tabla 17

Variación del Impuesto a la Salida de Divisas 2014-2015

	2014	2015	Variación % (14 - 15)
Impuesto Ambiental Contaminación Vehicular	115.299	113.201	-2%
Impuesto a los Vehículos Motorizados	228.435	223.067	-2%
Impuesto a la Salida de Divisas	1259.690	1.093.977	-13%
Impuesto Activos en el Exterior	43.652	48.680	12%
Impuesto por transacciones de bebidas sin alcohol y con alcohol	126.490	168.854	33%

Fuente: Base de Datos del (SRI, 2016).

Un impuesto, aunque es directo, se necesita realizar transacciones con los proveedores en el Exterior por lo que nos interesa son las recaudaciones por impuesto por transacciones de bebidas sin alcohol y con alcohol el incremento es del 33% que es un buen ingreso (Informe Mensual de Recaudación – SRI, 2015).

Con respecto al incremento del IVA, el presidente de la ANFAB los impuestos a las bebidas azucaradas y el incremento del IVA al 14 por ciento, generarán efectos económicos y sociales adversos a la industria de bebidas, como la pérdida de empleos a lo largo de toda la cadena de valor de la industria (Bebidas, 2017).

“Con las reformas ahora en vigencia, la totalidad de bebidas con azúcar gravan a más del 14 por ciento de IVA un impuesto de 18 centavos por cada 100 gramos de azúcar que contenga cada litro”, expresa Wahli, quien estima la reducción de ventas en el segmento en un 25 por ciento (Bebidas, 2017).

c. Fuerzas sociales, culturales y demográficos (S)

Sobre la distribución de la Población Económicamente Activa el PEA a diciembre del año 2015 el Empleo Adecuado es del 46,5% el Empleo Inadecuado 481,1% el Desempleo ha aumentado hasta llegar al 4,8% y el empleo no clasificado del 0,6% (INEC, 2016).

Lógicamente al no incentivar la producción nacional al ser aplicado la ley de salvaguardias, las empresas no producen al máximo de su capacidad instalada o cierran su negocio, y esto ya es una realidad palpable que el

gobierno no puede justificar y por ende existe una mala política económica que está apagando los motores del crecimiento económico en el Ecuador.

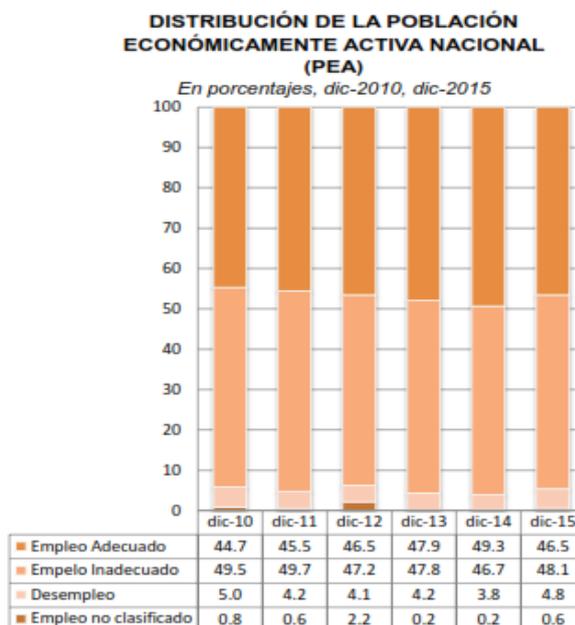


Figura 35 PEA del Ecuador 2010-2016

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016).

Tabla 18

Estructura de la ocupación por rama de actividad

En %, mar-2015, mar-2016		
RAMAS DE ACTIVIDAD	mar-15	mar-16
	Área Urbana	
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	28%	28%
Comercio	18%	18%
Manufactura (incluido refinación de petróleo)	11%	10%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7%	7%
Alojamiento y servicios de comida	6%	7%
Construcción	7%	6%
Transporte	6%	6%
Actividades y profesionales, técnicas y administrativas	4%	4%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	4%	4%
Otros Servicios	4%	4%
Servicio doméstico	3%	3%
Correo y Comunicaciones	1%	1%
Actividades de servicios financieros	1%	1%
Petróleo y minas	1%	1%
Suministro de electricidad y agua	1%	1%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016).

El *Índice de confianza del consumidor* 2008-2015 fue de 33,8 hasta diciembre de 2015 (BCE, 2016).

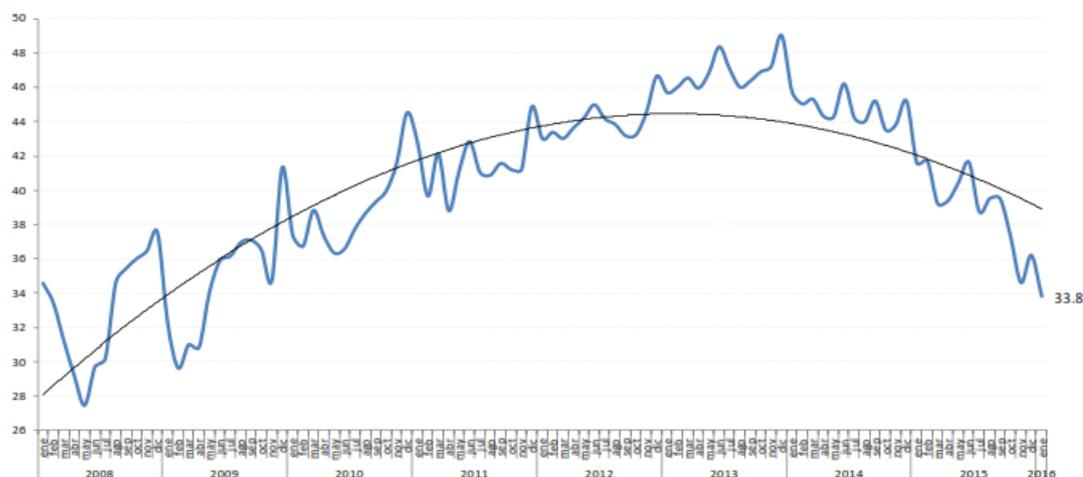


Figura 36 Índice de Confianza del Consumidor 2008-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Este tipo de comportamiento es bastante dañino para la economía porque los agentes privados empiezan a contraer su gasto de consumo y /o inversión, por las medidas ya explicadas anteriormente, lo que implica un menor nivel de actividad económica.

El *Ciclo del ICE Industria* 2008-2015 fue de -3,0% hasta diciembre de 2015.

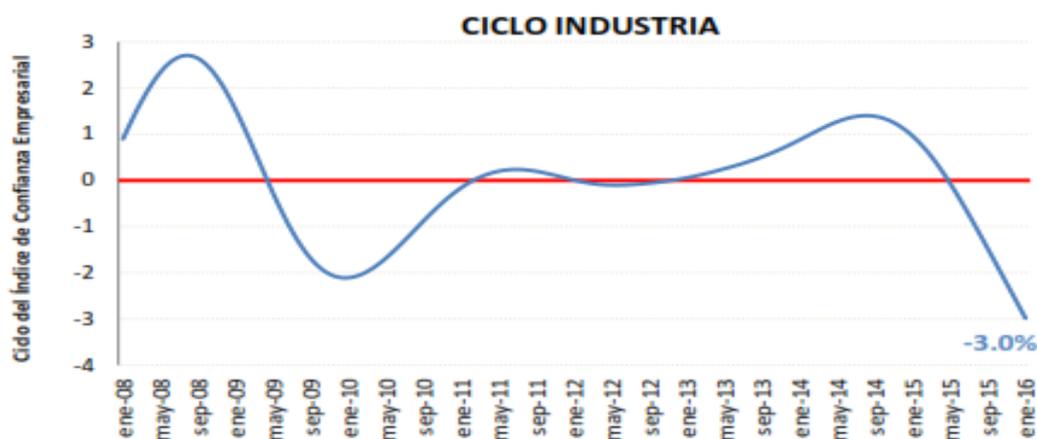


Figura 37 Ciclo del IDC (Industria) 2008-2015

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

El *Ciclo del ICE Comercio* 2015 fue de -2,9% hasta diciembre de 2015.

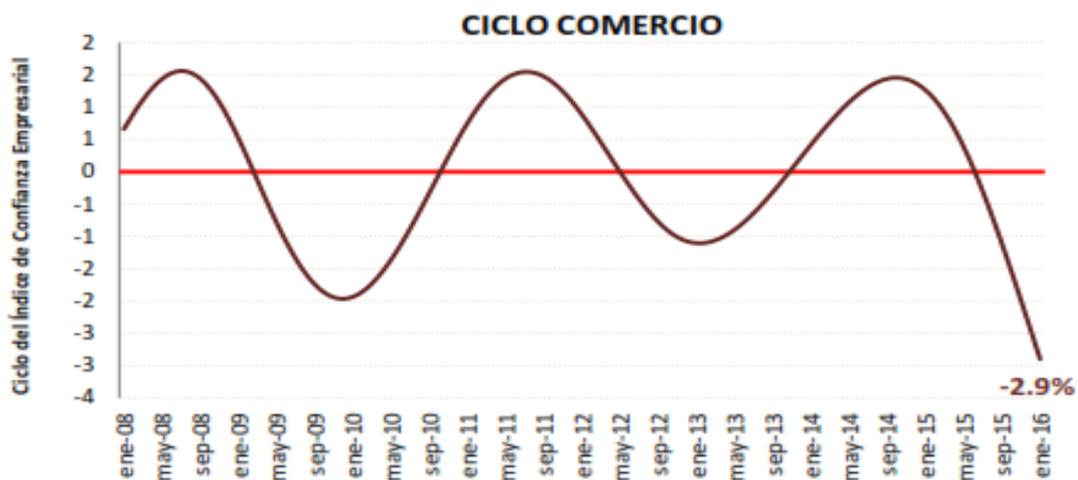


Figura 38 Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Comercio)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

El *Ciclo del ICE Industria Construcción* 2008-2015 fue de -5,6% hasta diciembre de 2015.

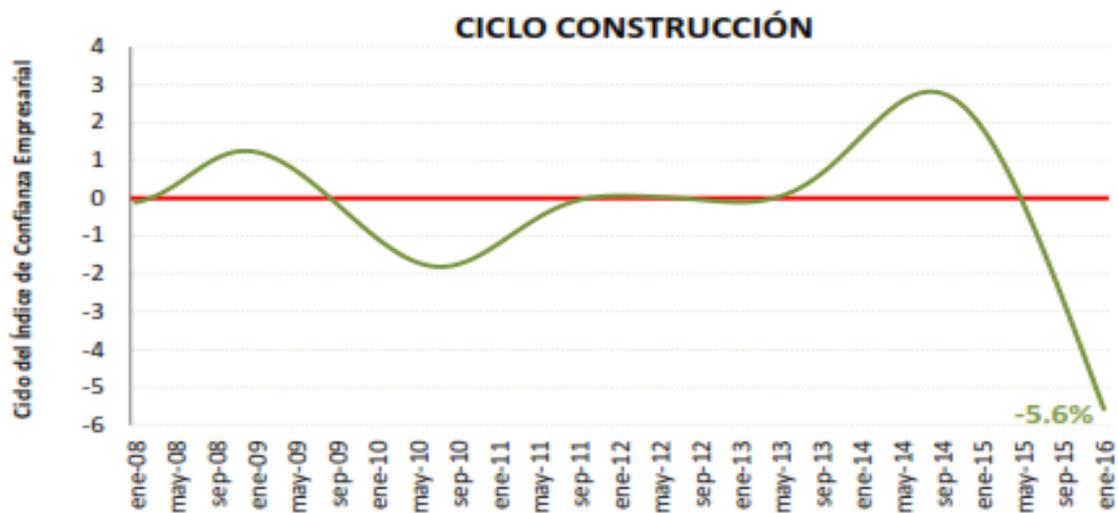


Figura 39 Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Construcción)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

El *Ciclo del ICE Industria Servicios* 2008-2015 fue de -3,4% hasta diciembre de 2015.

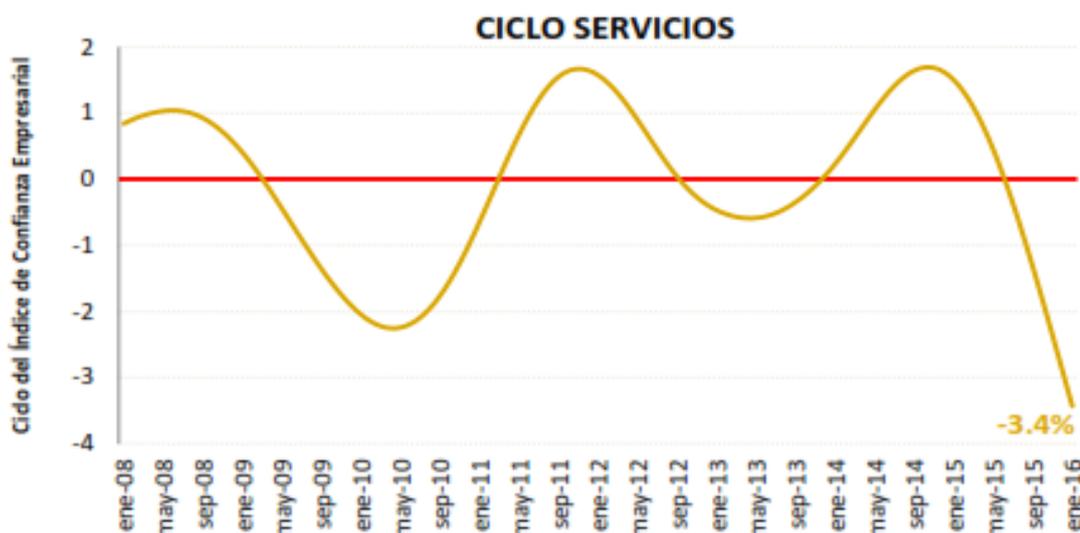


Figura 40 Ciclo del Índice de Confianza Empresarial (Servicios)

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

El sector es el que nos interesa es el *Ciclo del ICE Comercio* 2015 fue de -2,9% y el *Ciclo del ICE Industria* 2015 fue de -3,0%, por ser objeto de estudio se ha ido reduciendo por las medidas aplicadas por los impuestos y las salvaguardias, por el gobierno actual que da inestabilidad a los empresarios de Ecuador y por lo tanto no existe la inversión adecuada al sector comercial en general y a la comercialización de bebidas sin alcohol y con alcohol.

d. Fuerzas tecnológicas y científicas (T)

De forma global, la realidad ecuatoriana como la de otros países de la región o aquellos que tiene similares características económicas, se nota que, aunque se han venido realizando algunas actividades e iniciativas que promueven esfuerzos conjuntos en las diferentes instituciones.

“Según las estadísticas obtenidas en la primera Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación en el periodo 2009-2011, nuestro país invirtió en investigación y desarrollo el 0,35% del PIB, lejos del promedio de América Latina que en 2011 alcanzó el 0,75%” (“La inversión en investigación y desarrollo, prioridad en proyecto de Código Ingenios”, 2015).

Según "Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", (2015) el sector TIC's generó 29 mil empleos en 2013 y el sector representó el 3,1% del PIB 3.026 empresas conforman el mercado de TIC's en Ecuador.

Se destacan los siguientes subsectores: Software, Hardware, proveedores de Internet y empresas de telecomunicaciones.

La situación actual refleja un estancamiento desde el año 2015 según las cifras del PIB asignado a proyectos de investigación y desarrollo llegó al 2% si embargo continúa siendo insuficiente comparado con los porcentajes de inversión en los países que más innovan en el mundo (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2015).

La exportación del sector ha variado en los últimos años, registrando un crecimiento importante en los últimos años. Las exportaciones en el 2014 fueron de USD 2.091.683 millones, dando una tasa de crecimiento promedio anual de 4,51% en el periodo de 2010 al 2014 ("Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", 2015).

Los principales mercados a los que se destinaron los productos del sector TIC's producidos en Ecuador en el año 2014 fueron Colombia con 35.49%; Estados Unidos 22.04%; México 8.26%, Perú 7.23% y Hong Kong 1.88% representando el 74.89% de las exportaciones, entre otros mercados. ("Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", 2015).

Los principales productos exportados en el 2014 lo encabezan teléfonos incluidos móviles con 11.86%, seguido de los demás circuitos electrónicos integrados con 9.28% y procesadores y controladores: circuitos electrónicos integrados con 8.50%. Estos 3 productos acaparan el 29.64% de participación ("Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", 2015).

Con respecto a las Importaciones de Ecuador del sector TIC's, en 2014 los principales productos importados de TIC's fueron: Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos con una participación de 12%, Teléfonos con corriente portadora con una participación de 7%, los demás monitores y proyectores de pantalla con tecnología LED con una participación de 5% ("Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", 2015).

En 2014 los principales países proveedores de TIC's fueron Colombia con USD 13 millones con una participación de 35.49%, Estados Unidos con USD 12 millones con una participación de 22.04% ("Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador", 2015).

Solo entre 2014 y 2015 precisa Wahli el sector captó más de 800 millones de dólares en inversión extranjera, mientras que la interna alcanzó los 450 millones el año pasado ("La industria de bebidas se fortalece con inversión", 2016).

A decir del directivo, en el Ecuador existen aproximadamente 400 empresas relacionadas a la producción de gaseosas, jugos, té, bebidas hidratantes, agua y lácteos. Esta industria destaca invierte en tecnología y capacitación, a fin de cumplir con técnicas de procesamiento inocuas que respondan a las necesidades nutricionales de la población ("La industria de bebidas se fortalece con inversión", 2016).

Según la ANFAB (2015), los productos con mayor crecimiento en el mercado de bebidas son los jugos y aguas. El consumo local de gaseosas en el Ecuador es de mil millones de litros anuales.

Un ejemplo de ello es Tesalia CBC que realizó una fuerte inversión para integrar procesos como el soplado de envases y paletizados con brazos robóticos. Su última compra fue una línea SI PA de última generación para la planta de Machachi, con capacidad de producción de 36.000 botellas por hora a un costo aproximado de 12 millones de dólares ("La industria de bebidas se fortalece con inversión", 2016).

Entre sus adquisiciones constan también inspectores electrónicos con cámaras a 360° para la detección de envases y productos defectuosos; la renovación de parte de su flota de distribución, plataforma SAP, capacitación

de personal y la ampliación de su portafolio en la categoría de néctares y jugos (Bebidas, 2016).

“Utilizamos al momento, un aproximado del 60 por ciento de la capacidad total de nuestras líneas, por lo cual, podemos exportar también hacia otros países de la región... Jugazzo se exporta desde Ecuador a Colombia, 220V a Perú y Güitig a Guatemala, y se alista para llegar a un mercado más grande, como el de Estados Unidos”, anuncia su presidente, Estuardo Mazariegos.

Con una producción de 300 mil litros por mes en su planta de líquidos, Sumesa también ha ido evolucionando sus procesos con la adquisición de maquinaria de última tecnología. Para el sector de bebidas cuenta con dos líneas de producción (Bebidas, 2016).

La primera, explica el gerente general de la empresa, Julián García, es de procedencia brasileña y cumple con una eficiencia mecánica, estándares de velocidad y óptimo envasado. La segunda, es una máquina europea de llenado aséptico Tetra Pak, la cual cada año cumple con los mantenimientos preventivos (Bebidas, 2016).

Entre las líneas de productos de la compañía están Agua Sumesa; el refresco saborizado Tampico, jugos de la marca Frutal y la bebida tonificante carbonatada Volcán; estas últimas ahora endulzadas con stevia (Bebidas, 2016).

e. Fuerzas Ecológicas y Ambientales (A)

La permanencia de los negocios en general y por supuesto del sector de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol se basa en el consumo responsable de las personas, que es el eje integral de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Las industrias de bebidas con alcohol y las bebidas sin alcohol (con azúcar) son la más riesgosa para la salud ya que deben formar parte de acuerdos de autocontrol y autolimitación de la promoción y publicidad desmedida de los actores involucrados de las bebidas con alcohol (a)

empresas productoras, (b) comercializadoras de estos productos, (c) los anunciantes, (d) las agencias y medios y (e) las entidades públicas de control de expendio como es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

En Ecuador el ARCSA es la entidad pública encargada de vigilar el cumplimiento de requisitos para la producción, comercialización y la distribución de bebidas sin alcohol y con alcohol; entre las actividades que más deben desarrollar las empresas para conservar y prevenir el medio ambiente, están relacionadas con la aplicación de planes específicos de gestión ambiental, el tratamiento del agua para vertimiento, así como el uso de productos biodegradables o de forma reciclada (ARCSA, 2015).

Es muy importante también explicar el consumo de bebidas alcohólicas por tener un impacto directo en los habitantes; por eso el INEC (2013) en su estudio por el año 2013, nos explica que cerca de 900 mil ecuatorianos consumen alcohol y se lo realizan a personas mayores de 12 años.

De las 912.576 personas encuestadas mayores de 12 años que afirmaron consumir alcohol, el 89.7% corresponden a hombres y el 10.3% a mujeres; el total de los encuestados entre hombres y mujeres, el 41.8% consume alcohol semanalmente mientras que el 79.2% de las personas prefieren solo tomarse una cerveza ("Más de 900 000 ecuatorianos consumen alcohol en Ecuador, según el INEC", 2013).

La encuesta fue realizada a personas mayores de 12 años y envuelve el consumo de bebidas destiladas, cerveza y vino. Las personas entre 19 y 24 años son las que más consumen de bebidas alcohólicas con 12%, seguidas por las de 25 a 44 años con 11,5%, de 45 a 61 años con un porcentaje de 7,4%, los mayores de 65 años con 2,8% y la población menor de 18 años con un 2,5% ("Más de 900 000 ecuatorianos consumen alcohol en Ecuador, según el INEC", 2013).

La encuesta fue hecha a todas las provincias del Ecuador, teniendo como resultado que la provincia de Galápagos es la que más alcohol consume con un 12% de la población total mayor de 12 años mientras que la que menos consume licor es la provincia de Bolívar con un 3.9% y el lugar preferido por

las personas para adquirir una bebida alcohólica es la tienda del barrio según los datos del INEC (2013).

4.2. Diagnóstico del micro ambiente del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol del ecuador

En esta sección vamos primero a aplicar la encuesta a las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi en los siete cantones con su respectiva interpretación y análisis, para luego ir a analizar las Importaciones, las Exportaciones, el Saldo Comercial y la producción del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol hasta la adopción de las salvaguardias en la lista de productos y luego crear la *Matriz de Perfil Competitivo (MPC)* para las bebidas sin alcohol y con alcohol.

4.2.1. Análisis e interpretación de resultados

En esta sección vamos a aplicar dos encuestas para las empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi, con un total de 168 encuestas y para las empresas comercializadoras de bebidas con alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi, con un total de 168 encuestas.

Se procesaron la información en el software estadístico SPSS como herramienta tecnológica de manera confiable y rápida para su respectiva interpretación y análisis.

a. Encuestas comercializadoras de bebidas sin alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi

1. ¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?

Tabla 19

Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardias

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	48	29
	No	120	71
	Total	168	100,0

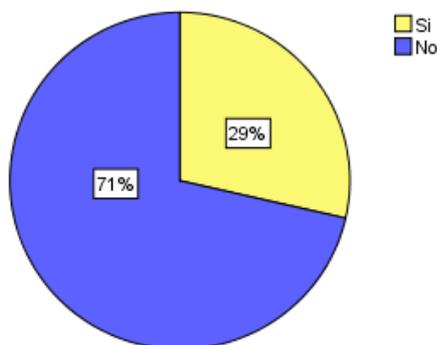


Figura 41 ¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?

INTERPRETACIÓN

En la primera pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol el 29% que corresponde a 48 empresas si conocen el concepto de salvaguardias y el 71% que son 120 empresas que desconocen lo que significa las salvaguardias.

ANÁLISIS

Lo que se comprueba que la mayoría de las empresas no conocen el concepto de salvaguardia, por lo que se les enuncia el concepto de salvaguardia para que continúen con la encuesta.

2. El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol que usted comercializa es:

Tabla 20

El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alto	44	26
	Medio	100	60
	Bajo	24	14
	Total	168	100,0

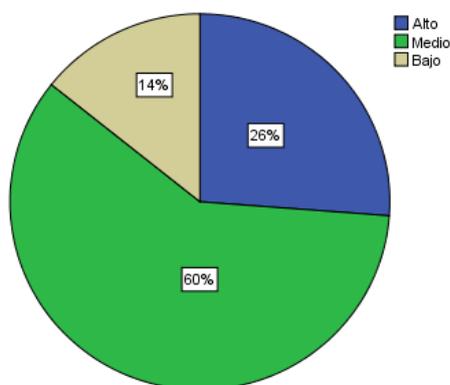


Figura 42 El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol

INTERPRETACIÓN

En la tercera pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol el 14% que corresponde a 24 empresas afirman que existe un efecto bajo en los precios, el 60% que son 100 empresas alegan que hay un efecto medio en los precios y el 26% que son 44 empresas alegan que hay un efecto en los precios de las bebidas sin alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias.

ANÁLISIS

Lo que se presenta es que la mayoría de las empresas han sido afectadas por el alza de los precios finales hacia el consumidor, y se necesita estrategias financieras para mitigarlos y tratar de salir de la recesión económica actual.

3. ¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?

Tabla 21

Volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la Ley de Salvaguardias en su negocio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	74	44,0
	No	94	56,0
	Total	168	100,0

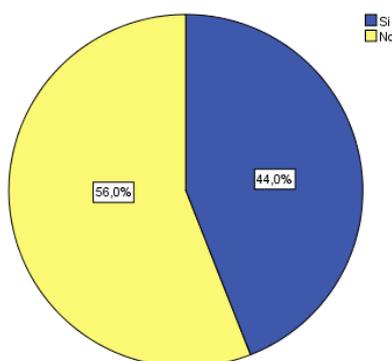


Figura 43 Volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la Ley de Salvaguardias en su negocio

INTERPRETACIÓN

En la cuarta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol el 44% que corresponde a 44 empresas afirman que se ha afectado al volumen de ventas por la ley de salvaguardias y el 56% que son 94 empresas que no ha afectado en el volumen de ventas de dichas bebidas.

ANÁLISIS

Efectivamente las empresas han disminuido las ventas, pero en lo que respecta a bebidas sin alcohol se abastecen con producción nacional y su logística es más fácil de manejar.

4. ¿Qué tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes?

Tabla 22

Tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nacionales	125	74
	Importadas	43	26
	Total	168	100,0

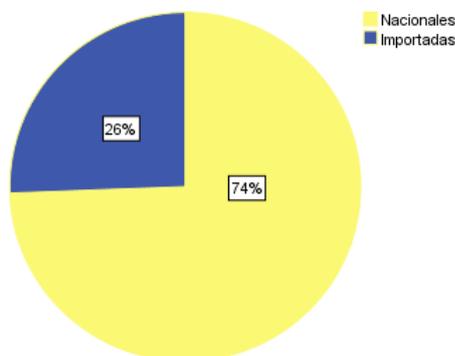


Figura 44 Tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes

INTERPRETACIÓN

En la quinta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas reflejan que el 74% que corresponde a 125 empresas aseveran que los clientes prefieren las bebidas nacionales y el 26% que son 43 empresas sus clientes prefieren las bebidas sin alcohol importadas.

ANÁLISIS

Se comprueba que los clientes adquieren las bebidas nacionales y están en la mente del consumidor, por lo que las estrategias serán enfocadas a mantenerse en el mercado actual de la provincia de Cotopaxi.

5. ¿Qué porcentaje de bebidas sin alcohol, que usted ofrece en su negocio son de origen nacional?

Tabla 23

Porcentaje de bebidas sin alcohol de origen nacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Entre 0% y 25%	1	1,0
	Entre 26% y 50%	79	47,0
	Entre 51% y 75%	84	50,0
	Entre 76% y 100%	4	2,0
	Total	168	100,0

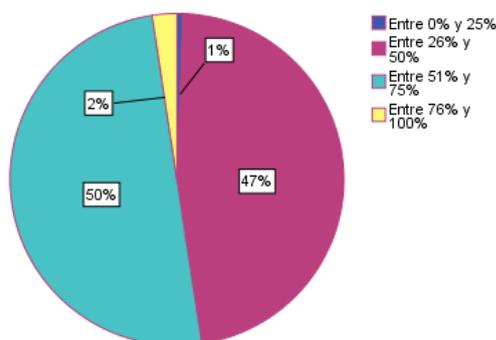


Figura 45 Porcentaje de bebidas sin alcohol de origen nacional

INTERPRETACIÓN

En la sexta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas reflejan, que el 1% que corresponde a 1 empresa aseveran que tiene entre 0% y 25% de bebidas de origen nacional, que el 47% que corresponde a 79 empresas aseveran que tiene entre 26% y 50% de bebidas de origen nacional, el 50% que corresponde a 84 empresas aseveran que tiene entre 51% y 75% de bebidas de origen nacional y el 2% de bebidas de origen nacional que son 4 empresas que tienen en su negocio entre 76% y 100% de bebidas nacionales.

ANÁLISIS

Se evidencia con la encuesta hacia los empresarios de la provincia de Cotopaxi con respecto a las comercializadoras de bebidas sin alcohol más del 50% son bebidas de origen nacional, por lo que la estrategia para este sector será de reforzar la marca nacional.

6. ¿Cómo considera la competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas?

Tabla 24

Competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	103	61,0
	Normal	47	28,0
	Baja	18	11,0
	Total	168	100,0

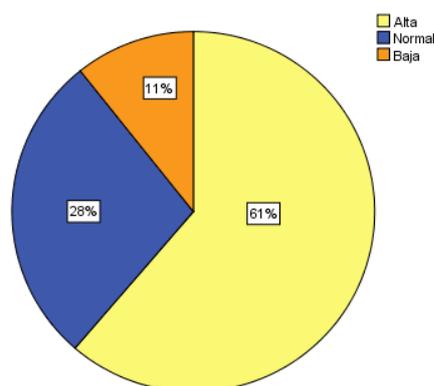


Figura 46 Competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas

INTERPRETACIÓN

En la séptima pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas muestran que el 61% que corresponde a 103 empresas considera la competencia de alto impacto del sector de bebidas de producción nacional, el 28% que corresponde a 47 empresas considera la competencia de norma impacto del sector de bebidas de producción nacional y solo el 11% que son 18 empresas considera la competencia de manera baja el impacto del sector de bebidas de producción nacional con respecto a las importadas.

ANÁLISIS

La realidad del sector de bebidas sin alcohol de producción nacional es fuerte internamente por existir diversas marcas de bebidas que satisfacen a los consumidores, y por eso las estrategias que se aplicarán se enfocará hacia los actores principales como gremios y organizaciones que fortalezcan el mercado actual.

7. El motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol es por:

Tabla 25

Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Calidad	21	12,0
	Marca	22	13,0
	Precio	65	39,0
	Disponibilidad	60	36,0
	Total	168	100,0

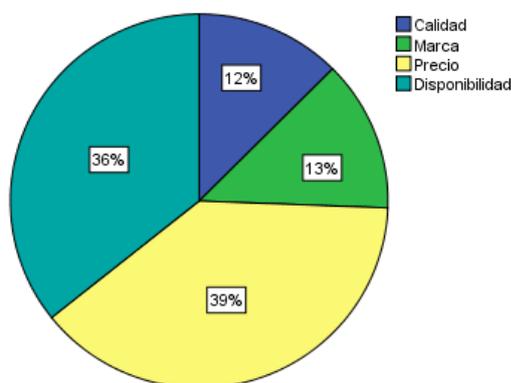


Figura 47 Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol

INTERPRETACIÓN

En la octava pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas muestran el 12% que representan 21 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su calidad, el 13% que representan 22 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su marca, el 39% que representan 65 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su precio y el 36% que representan 60 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su disponibilidad.

ANÁLISIS

Se evidencia que el precio y la disponibilidad es factor primordial para adquirir estas bebidas sin alcohol, por lo que las estrategias deben estar alineadas a estas variables que fortalezcan la producción nacional sobre las importadas.

8. Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio:

Tabla 26

Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	87	52,0
	No	81	48,0
	Total	168	100,0

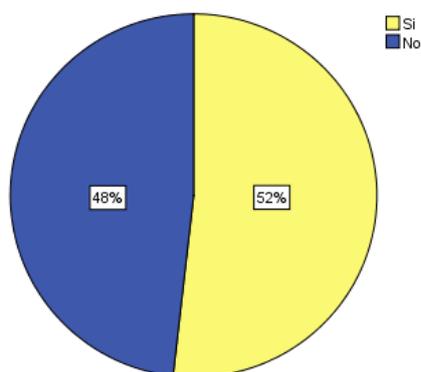


Figura 48 Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias

INTERPRETACIÓN

En la novena pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas muestran que el 52% que corresponde a 87 empresas ha tenido que prescindir de personal en sus negocios y el 48% que corresponde a 81 empresas han mantenido el mismo personal en sus negocios.

ANÁLISIS

Se demostró que existen despidos por la implementación de la ley de salvaguardias, aunque en las comercializadoras de bebidas sin alcohol no es tan significativo, puede afectar a mediano plazo por también encontrarnos en recesión económica, por lo que las estrategias deben realizarse estudios y propuestas de mantener al personal en las empresas.

9. ¿Cree usted que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi?

Tabla 27

Disminución de la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	53	32,0
	No	115	68,0
	Total	168	100,0

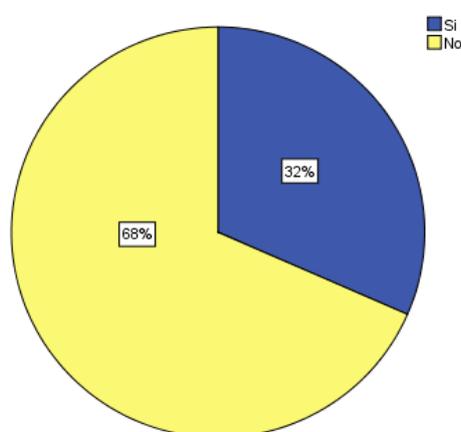


Figura 49 Disminución de la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi

INTERPRETACIÓN

En la décima pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas muestran que el 32% que corresponde a 53 empresas piensa que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de dichas bebidas y el 68% que son 115 empresas considera que la aplicación de la ley de salvaguardias no ha disminuido ampliamente la importación de dichas bebidas.

ANÁLISIS

Se manifiesta que ha disminuido las importaciones en las bebidas sin alcohol, pero sabemos que esto fortalece la producción nacional, y sobre todo porque existe la capacidad instalada para dichas bebidas.

10. ¿Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente?

Tabla 28

La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	60	36,0
	No	108	64,0
	Total	168	100,0

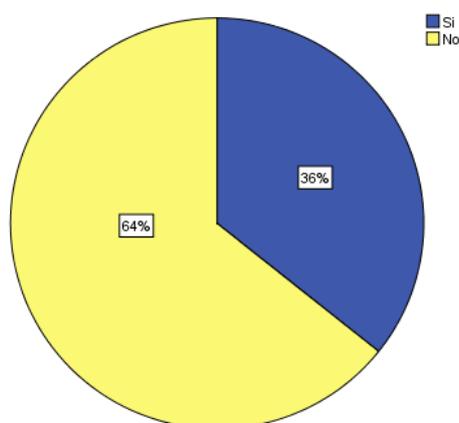


Figura 50 La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol las encuestas muestran que el 36% que corresponde a 60 empresas considera que la aplicación de la ley de salvaguardias debe continuar y el 64% que corresponde a 108 empresas piensa que la aplicación de la ley de salvaguardias no debe seguir vigente.

ANÁLISIS

Se descubre que las empresas no desean que la ley de salvaguardias continúe, pero las estrategias deben estar enfocadas a reactivar la economía con iniciativas empresariales para que las empresas puedan invertir en la zona y sobre todo fomentar el empleo.

b. Encuestas comercializadoras de bebidas con alcohol dentro de la provincia de Cotopaxi

1. ¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?

Tabla 29

Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	100	60,0
	No	68	40,0
	Total	168	100,0

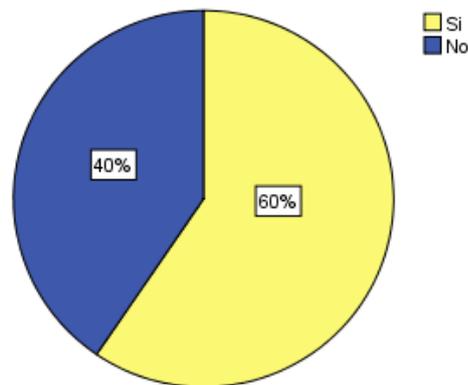


Figura 51 Porcentaje conocimiento concepto de salvaguardia

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol el 60% que corresponde a 100 empresas si conocen el concepto de salvaguardias y el 40% que son 68 empresas que desconocen lo que significa las salvaguardias.

ANÁLISIS

En lo que respecta a las comercializadoras de bebidas con alcohol si conocen el concepto de salvaguardia, ya que por el giro del negocio deben hacerlo.

2. El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol que usted comercializa es:

Tabla 30

El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alto	113	67,0
	Medio	44	26,0
	Bajo	11	7,0
	Total	168	100,0

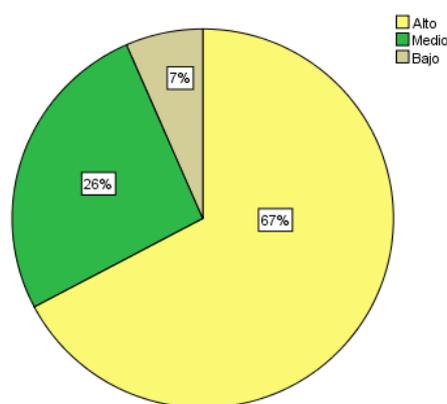


Figura 52 El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol

INTERPRETACIÓN

En la tercera pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol, el 67% que son 113 empresas alegan que hay un efecto alto en los precios, el 26% que son 44 empresas alegan que hay un efecto medio en los precios de las bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias y sólo el 7% que son 11 empresas alegan que hay un efecto bajo en los precios de las bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias.

ANÁLISIS

Lo que se presenta es que la mayoría de las comercializadoras de bebidas con alcohol si han sido afectadas por el alza de los precios finales hacia el consumidor, y se necesita estrategias financieras para mantener en crecimiento este sector importante de la economía ecuatoriana.

3. ¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?

Tabla 31

Volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	133	79,0
	No	35	21,0
	Total	168	100,0

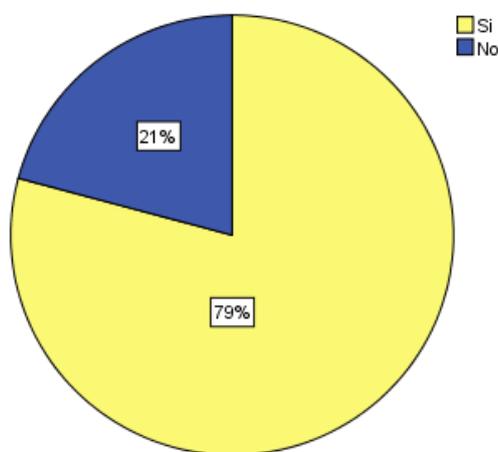


Figura 53 Volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio

INTERPRETACIÓN

En la cuarta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol el 79% que corresponde a 133 empresas afirman que se ha afectado al volumen de ventas por la ley de salvaguardias y el 21% que son 35 empresas que no ha afectado en el volumen de ventas de dichas bebidas.

ANÁLISIS

Efectivamente las comercializadoras de bebidas con alcohol si han disminuido las ventas, por lo que venden más producto importado en dichas bebidas.

4. ¿Qué tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes?

Tabla 32

Tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nacionales	53	32,0
	Importadas	115	68,0
	Total	168	100,0

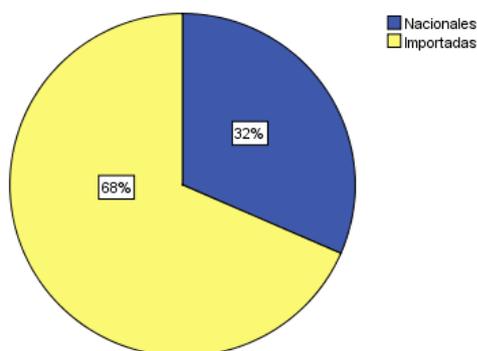


Figura 54 Tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas reflejan que el 32% que corresponde a 53 empresas aseveran que los clientes prefieren las bebidas nacionales y el 68% que son 115 empresas sus clientes prefieren las bebidas con alcohol importadas.

ANÁLISIS

Se asevera que los clientes adquieren las bebidas con alcohol importadas y están en la mente del consumidor, por lo que las estrategias serán enfocadas a mantenerse un equilibrio con el mercado actual de la provincia de Cotopaxi.

5. ¿Qué porcentaje de bebidas con alcohol, que usted ofrece en su negocio son de origen nacional?

Tabla 33

Porcentaje de bebidas con alcohol de origen nacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Entre 0% y 25%	84	50,0
	Entre 26% y 50%	57	34,0
	Entre 51% y 75%	27	16,0
	Total	168	100,0

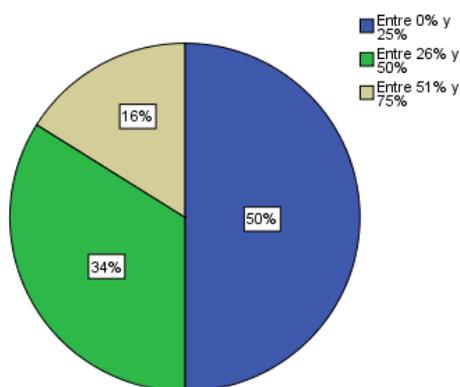


Figura 55 Porcentaje de bebidas con alcohol de origen nacional

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas reflejan, que el 50% que corresponde a 84 empresas aseveran que tiene entre 0% y 25% de bebidas de origen nacional, el 34% que corresponde a 57 empresas aseveran que tiene entre 26% y 50% de bebidas de origen nacional y el 16% de bebidas de origen nacional que son 27 empresas que tienen en su negocio entre 51% y 75% de bebidas nacionales.

ANÁLISIS

Se evidencia con la encuesta hacia los empresarios de la provincia de Cotopaxi con respecto a las comercializadoras de bebidas con alcohol más del 50% son bebidas importadas por lo que la estrategia para este sector será de mitigar el riesgo en dicho sector.

6. ¿Cómo considera la competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas?

Tabla 34

Competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alta	42	25,0
	Normal	71	42,0
	Baja	55	33,0
	Total	168	100,0

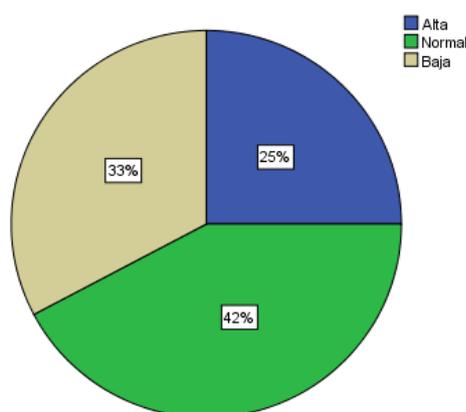


Figura 56 Competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas muestran que el 25% que corresponde a 42 empresas considera la competencia de alto impacto del sector de bebidas de producción nacional, el 42% que son 71 empresas considera la competencia de manera normal el impacto del sector de bebidas de producción nacional y el 33% que son 55 empresas considera la competencia de manera baja el impacto del sector de bebidas de producción nacional con respecto a las importadas.

ANÁLISIS

La realidad del sector de bebidas sin alcohol de producción nacional es baja internamente por la preferencia del consumidor de bebidas con alcohol que satisfacen a los consumidores, y por eso las estrategias que se aplicarán se enfocará hacia los actores principales como gremios y organizaciones que equilibren el mercado actual.

7. El motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol es por:

Tabla 35

Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Calidad	52	31,0
	Marca	69	41,0
	Precio	36	21,0
	Disponibilidad	11	7,0
	Total	168	100,0

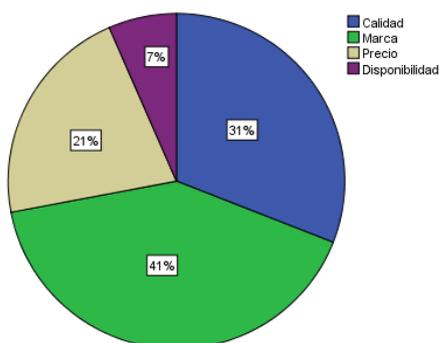


Figura 57 Motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol

INTERPRETACIÓN

En la octava pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas muestran el 41% que representan 69 empresas prefieren sus clientes las bebidas con alcohol por su marca, el 31% que representan 52 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su calidad, el 21% que representan 36 empresas prefieren sus clientes las bebidas sin alcohol por su precio.

ANÁLISIS

Se comprueba que los clientes adquieren las bebidas con alcohol importadas y están en la mente del consumidor, por lo que las estrategias serán enfocadas a mantener un equilibrio en el mercado actual de la provincia de Cotopaxi.

8. Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio:

Tabla 36

Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	109	65,0
	No	59	35,0
	Total	168	100,0

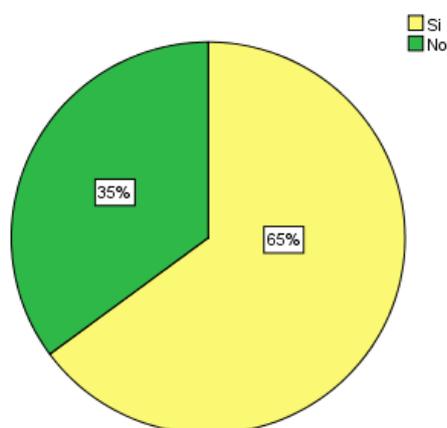


Figura 58 Despido de personal por la implantación de la ley de salvaguardias

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas muestran que el 65% que corresponde a 109 empresas ha tenido que prescindir de personal en sus negocios y el 35% que corresponde a 59 empresas han mantenido el mismo personal en sus negocios.

ANÁLISIS

Se demostró que si existen despidos por la implantación de la ley de salvaguardias de manera fuerte en las comercializadoras de bebidas con alcohol que es muy significativo, puede afectar a mediano plazo por también encontrarnos en recesión económica, por lo que las estrategias deben realizarse estudios y propuestas de mantener al personal en las empresas.

9. ¿Cree usted que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi?

Tabla 37

Disminución de la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	111	66,0
	No	57	34,0
	Total	168	100,0

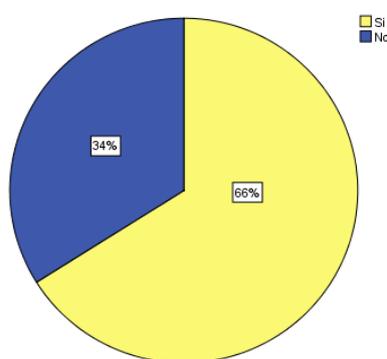


Figura 59 Disminución de la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas muestran que el 66% que corresponde a 111 empresas piensa que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de dichas bebidas y el 34% que son 57 empresas considera que la aplicación de la ley de salvaguardias no ha disminuido ampliamente la importación de dichas bebidas.

ANÁLISIS

Se manifiesta que es fuerte la disminución de las importaciones en las bebidas con alcohol, pero sabemos que son importadas y se debe fomentar la producción nacional, pero no existe la capacidad instalada para dichas bebidas.

10. ¿Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente?

Tabla 38

La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	27	16,0
	No	141	84,0
	Total	168	100,0

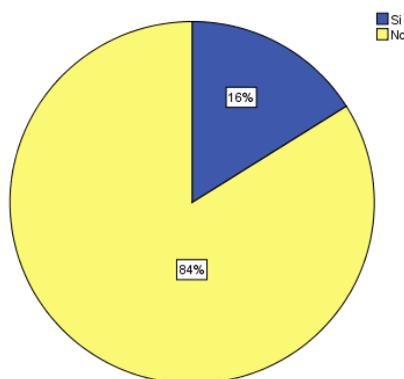


Figura 60 La aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta de las 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol las encuestas muestran que el 16% que corresponde a 27 empresas considera que la aplicación de la ley de salvaguardias debe continuar y el 84% que corresponde a 141 empresas piensa que la aplicación de la ley de salvaguardias no debe seguir vigente.

ANÁLISIS

Se descubre que las empresas no desean que la ley de salvaguardias continúe, pero las estrategias deben estar enfocadas a reactivar la economía con iniciativas empresariales de producción nacional y sobre todo mantener el equilibrio con respecto a las bebidas con alcohol importadas para que las empresas puedan invertir en la zona y sobre todo fomentar el empleo.

c. Informe crítico

Objetivo: Analizar la situación actual de las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi.

Alcance: Provincia de Cotopaxi, en los siete cantones Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos.

Población: 2.746 empresas que comercializan bebidas en Cotopaxi.

Muestra: 337 empresas calculadas en la provincia de Cotopaxi, divididas en 168 empresas que comercializan bebidas sin alcohol y 168 empresas comercializadoras de bebidas con alcohol.

Segmento: Comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol.

Resultados esperados: Tras el desarrollo de la tesis se pretende comprobar la hipótesis respectiva.

Primero realizaremos la verificación de la hipótesis para el sector comercial de bebidas sin alcohol de la provincia de Cotopaxi.

- *Paso 1: Formulación de la hipótesis para bebidas sin alcohol*

Se procederá a plantear la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna (H_a).

H_0 : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria NO afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

H_a : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

- *Paso 2: Elección de la prueba estadística*

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi Cuadrado cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

Donde:

X^2 = Chi Cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Datos observados (Encuestas)

E = Datos esperados (Observación)

- *Paso 3: Determinación del nivel de significancia.*

Un nivel de significancia de 0,05 indica un riesgo de 5% de concluir que existe una diferencia cuando no hay una diferencia real.

- *Paso 4: Aplicación de dos preguntas de cada encuesta.*

Para la comprobación de la hipótesis se relacionó dos preguntas de cada encuesta realizada y se observó las siguientes frecuencias de respuesta.

- (Pregunta 10) Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente.
- (Pregunta 8) Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio.

- *Paso 5: Cálculo de la prueba estadística.*

Utilizaremos SPSS para el cálculo de la prueba Chi-cuadrado con las dos preguntas anteriormente enunciadas.

Tabla 39

Tabla de contingencia pregunta 10 y 8 para el sector de bebidas sin alcohol

			Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio:		Total
			Si	No	
¿Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente?	Si	Recuento	13	47	60
		Recuento esperado	31,1	28,9	60,0
	No	Recuento	74	34	108
		Recuento esperado	55,9	52,1	108,0
Total	Recuento	87	81	168	
	Recuento esperado	87,0	81,0	168,0	

Tabla 40

Pruebas de chi-cuadrado para el sector de bebidas sin alcohol

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	33,910	1	,000
Corrección de continuidad	32,060	1	,000
Razón de verosimilitud	35,418	1	,000
Asociación lineal por lineal	33,709	1	,000
N de casos válidos	168		

Como resultado el valor de X_2 Calculado = 33,910 que este es el valor de nuestro estadístico de prueba que ahora, siguiendo el procedimiento, debemos comparar con un valor de la tabla de probabilidades para chi-cuadrado (X_2) como se muestra a continuación:

$$\text{Grado de libertad} = (\text{Fila} - 1) \times (\text{columna} - 1)$$

$$Gl = (f-1) \times (c-1)$$

$$Gl = (2 - 1) \times (2 - 1)$$

$$Gl = 1$$

$$\text{El valor de } X_{2t} \text{ Tabular} = 3,8415$$

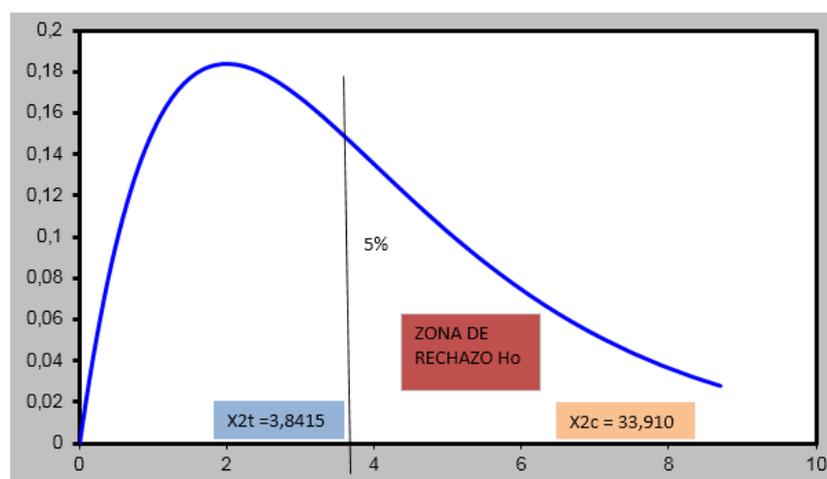


Figura 61 Distribución ji-cuadrado para el sector comercial de bebidas sin alcohol

- Paso 6: Aceptación o rechazo de la hipótesis.

El valor de $X_{2c} = 33,910 \geq X_{2t} = 3,8415$, es mayor, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir la implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi con un nivel de significancia de 0,05; ya que ($p = 0,00$ es menor que 0,05). Se deduce que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Debemos aplicar también la prueba de chi-cuadrado para las bebidas con alcohol de la provincia de Cotopaxi, como se muestra a continuación:

Paso 1: Formulación de la hipótesis para bebidas con alcohol

Se procederá a plantear la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alterna (H_a).

H_0 : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria NO afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

H_a : La implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

Paso 2: Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi Cuadrado cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

X^2 = Chi Cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Datos observados (Encuestas)

E = Datos esperados (Observación)

Paso 3: Determinación del nivel de significancia.

Un nivel de significancia de 0,05 indica un riesgo de 5% de concluir que existe una diferencia cuando no hay una diferencia real.

Paso 4: Aplicación de las preguntas de cada encuesta.

Para la comprobación de la hipótesis se relacionó dos preguntas de cada encuesta realizada y se observó las siguientes frecuencias de respuesta.

- (Pregunta 10) Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente.
- (Pregunta 3) ¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?

Paso 5: Cálculo de la prueba estadística.

Utilizaremos SPSS para el cálculo de la prueba Chi-cuadrado con las dos preguntas anteriormente enunciadas.

Tabla 41

Tabla de contingencia preguntas 10 y 3 para el sector de bebidas con alcohol

		¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?			Total
		Si	No		
Considera usted que la ley de salvaguardias debe seguir vigente	Si	Recuento	27	0	27
		Recuento esperado	21,4	5,6	27,0
	No	Recuento	106	35	141
		Recuento esperado	111,6	29,4	141,0
Total	Recuento	133	35	168	
	Recuento esperado	133,0	35,0	168,0	

Tabla 42

Pruebas de chi-cuadrado para el sector de bebidas con alcohol

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	8,466	1	,004
Corrección de continuidad	7,028	1	,008
Razón de verosimilitud	13,918	1	,000
Asociación lineal por lineal	8,415	1	,004
N de casos válidos	168		

Como resultado el valor de X_2 Calculado = 8,466 que este es el valor de nuestro estadístico de prueba que ahora, siguiendo el procedimiento, debemos comparar con un valor de la tabla de probabilidades para chi-cuadrado (X_2) como se muestra a continuación:

Grado de libertad = (Fila - 1) x (columna -1)

$$Gl = (f-1) \times (c-1)$$

$$Gl = (2 - 1) \times (2 - 1)$$

$$Gl = 1$$

El valor de X_{2t} Tabular = 3,8415

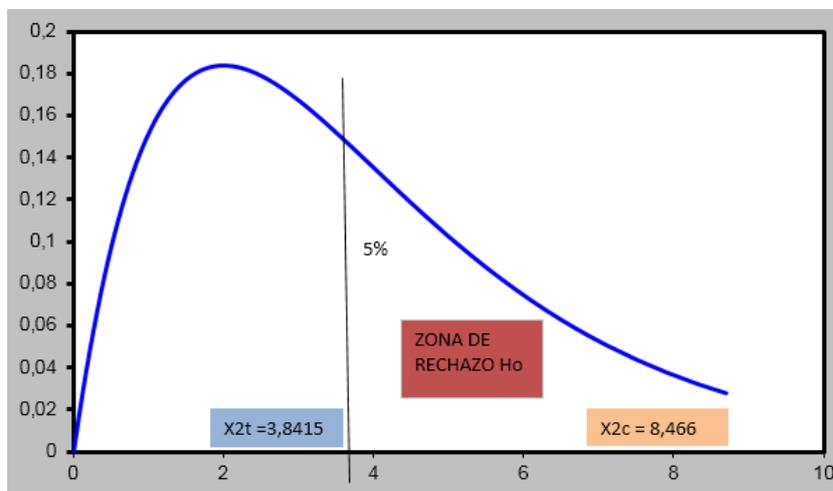


Figura 62: Distribución chi-cuadrado para el sector comercial de bebidas con alcohol

Paso 6: Aceptación o rechazo de la hipótesis.

El valor de $X_{2c} = 8,466 \geq X_{2t} = 3,8415$, es mayor, por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir la implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi con un nivel de significancia de 0,05; ya que ($p = 0,004$ es menor que 0,05). Se deduce que ambas variables son dependientes con un nivel de confianza de 95%.

Reflexiones: Para los sectores comerciales de bebidas sin alcohol y con alcohol en la provincia de Cotopaxi, se comprobó que la implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria SI afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

Esto es importante para nuestra investigación ya que comprobamos la hipótesis alternativa y que nos sirve para continuar satisfactoriamente con los capítulos restantes, para realizar la evaluación financiera del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol y sus respectivas propuestas a dicho sector que nos ayuden a mitigar el riesgo generado por la implementación de la ley de salvaguardias en el Ecuador.

Pero cabe recalcar que, en el sector de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi, la afectación de las salvaguardias es de manera media ya que, aunque es dominado por la producción nacional, existen bebidas sin alcohol con azúcar y energizantes que si son importadas.

4.2.2. Análisis del mercado ecuatoriano de bebidas sin alcohol y con alcohol

Para el análisis del micro entorno se enfocará en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol del Ecuador, enfocándose en las partidas que lo conforman y como están se sub dividen para el estudio respectivo.

Primero analizaremos los tipos de licores importados, entre los licores que ingresan al país y los cuales son enviados a la Zona 3 del país se encuentran los siguientes, como se observa el cuadro siguiente:

Tabla 38
Tipos de Licores importados

WHISKY	RON	VODKA	COÑAC & BRANDY	TEQUILA	GIN	CERVEZA CON ALCOHOL	VINO
Old Parr Superior	Ron Appleton Estate Extra	Belvedere Vodka Pure	Hennessy Paradis Extra	José Cuervo Tradicional	Gordon's Dry Gin	Budwaiser	Concha Y Toro
Evan Williams Bourbon	Ron Appleton Estate V/X	Belvedere Vodka Citrus	Hennessy XO	José Cuervo Black	W Dry Gin	Corona Extra	Santa Rita
Buchanan's	Ron Appleton Estate Reserva	Skyy 90	Remy Martin Luis XIII	Don Julio, Añejo Tequila		Heineken	Nobilo

CONTINÚA



Black White	& Zacapa XO	Smirno	Martin VSOP	José Cuervo Blanco	Beck	Undugarra
Grant's	Zacapa 23	Russkaya	Davidoff Classic	Recuerdo de Oaxaca	Sol	Villa María
Johnnie Walker Blue Label	Santa Teresa 1796		Brandy Gran Duque de Alba	Tequila Añejo 1800	Club Colombiana	Campo Viejo
Johnnie Walker Red Label	Ron Selecto		Brandy Torres 5 Imperial	El Señorío Tequila		Cheval Blanc
Something Special	Ron Gran Reserva					Fetzer
Chivas Regal 12 años	Habana Club					Marquez de Riscal
William Lauson's	Cacique					Black Tower
Jack Daniel's	Bacardi					
Old Times	Caney					

Fuente: (Taberna, L., 2014)

Vamos a analizar la partida 22 (Bebidas, líquidos alcohólicos, vinagre representado en el siguiente cuadro:

Tabla 43

Partidas y sub partidas arancelarias bebidas alcohólicas y no alcohólicas

	Partida Principal	Sub partidas
	2201 agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin azúcar	220110 agua mineral y gasificada sin azúcar ni edulcorar de otro modo 220190 Las demás aguas, excepto mineral y gasificada; hielo y nieve, sin azúcar
Partida de bebidas sin alcohol	2202 agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar	220210 agua, incluida el agua mineral y la gasificada azucarada, edulcorada 220290 las demás bebidas no alcohólicas
	2203 Cerveza de malta	220310 cerveza de malta
	2204 Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de 220410	220410 vino espumoso 220421 los demás vinos; mosto de uva en recipientes con capacidad inferior 220429 los demás vinos y mostos de uva 220430 los demás mostos de uva
Partida de bebidas con alcohol	2205 Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias	220510 vermut y demás vinos de uvas frescas preparados en recipientes 220590 los demás vermut y vinos de uva fresca preparados con plantas o sustancias

CONTINÚA



2206	Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel);	220600	las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada o aguamiel)
2207	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico	220710	alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico
		220720	alcohol etílico y aguardiente desnaturalizado, de cualquier graduación
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico	220820	aguardiente de vino o de orujo de uvas
		220830	whiskies
		220840	ron y aguardiente de cana o tafia.
		220850	gin y ginebra
		220860	vodka
		220870	licores
		220890	los demás gin y ginebra

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2016).

Nos enfocaremos en analizar los principales mercados para la partida 22 y las sub partidas Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre para complementar la investigación sobre las salvaguardias.

Tabla 44

Lista de los principales mercados proveedores para un producto importado por Ecuador

Producto: 22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	59792	67137	50467	41619	32884
Chile	5334	10688	6896	9328	7504
Perú	9431	20364	10070	3919	5179
Argentina	2834	1472	3626	4821	4162
Colombia	10936	8600	8233	5270	3374
Reino Unido	14982	5301	5070	4611	3335
México	4933	5459	5192	4244	2541
Estados Unidos de América	3570	5813	3434	2439	1717
Austria	1310	851	1879	1730	1153
Francia	925	881	456	291	562
España	673	497	796	577	534
Panamá	1039	825	464	629	468
Países Bajos	635	1245	833	1105	455
Guatemala	99	76	359	544	440
Italia	606	444	510	382	374
Alemania	769	2368	673	379	260
Brasil	144	288	247	135	181
Bélgica	7	435	185	42	143
Cuba	113	305	526	468	126
China	0	246	3	0	120
Suecia	415	0	71	62	81

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 44 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 22, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$41.619 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$ 32.884 en miles de dólares; igualmente existe una disminución en la mayoría de países, por lo que existe una disminución en las importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol que son afectados por las salvaguardias.

Los 10 países de donde más importamos las bebidas sin alcohol y con alcohol son Chile, Perú, Argentina, Colombia, Reino Unido, México, Estados Unidos de América, Austria, Francia, España.

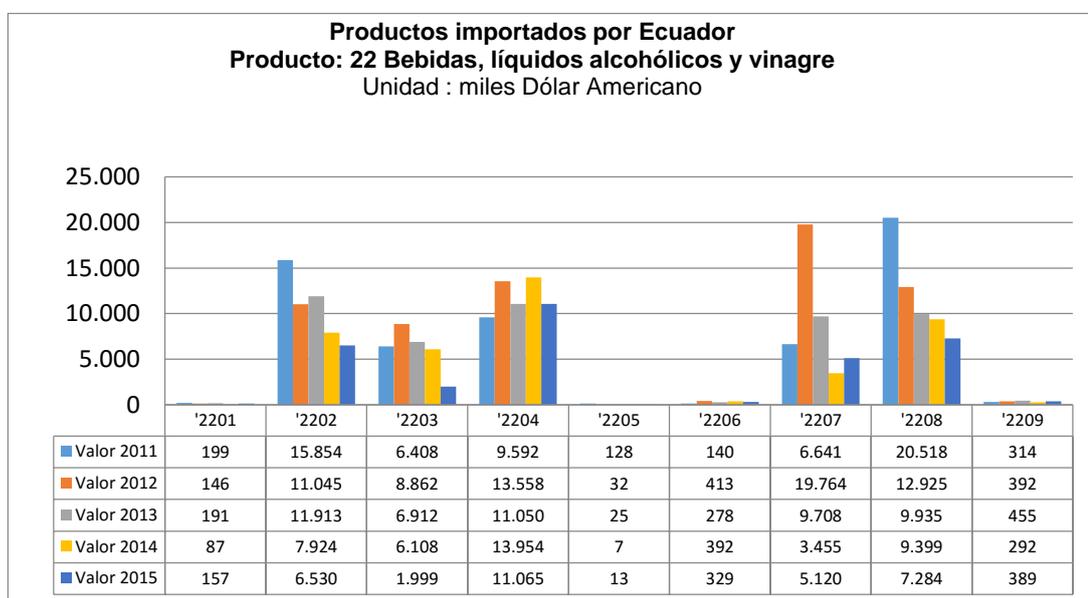


Figura 63 Productos importados por Ecuador

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Figura 63 nos lista las sub partidas de la partida 22, en donde se muestra que las 5 partidas más participativas son la 2204 (Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva) con USD \$11.065 miles de dólares, seguido de la partida 2208 (Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico) con USD \$7.284 miles de dólares, luego está la partida 2202 (Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar) y la partida 2207 (Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico).

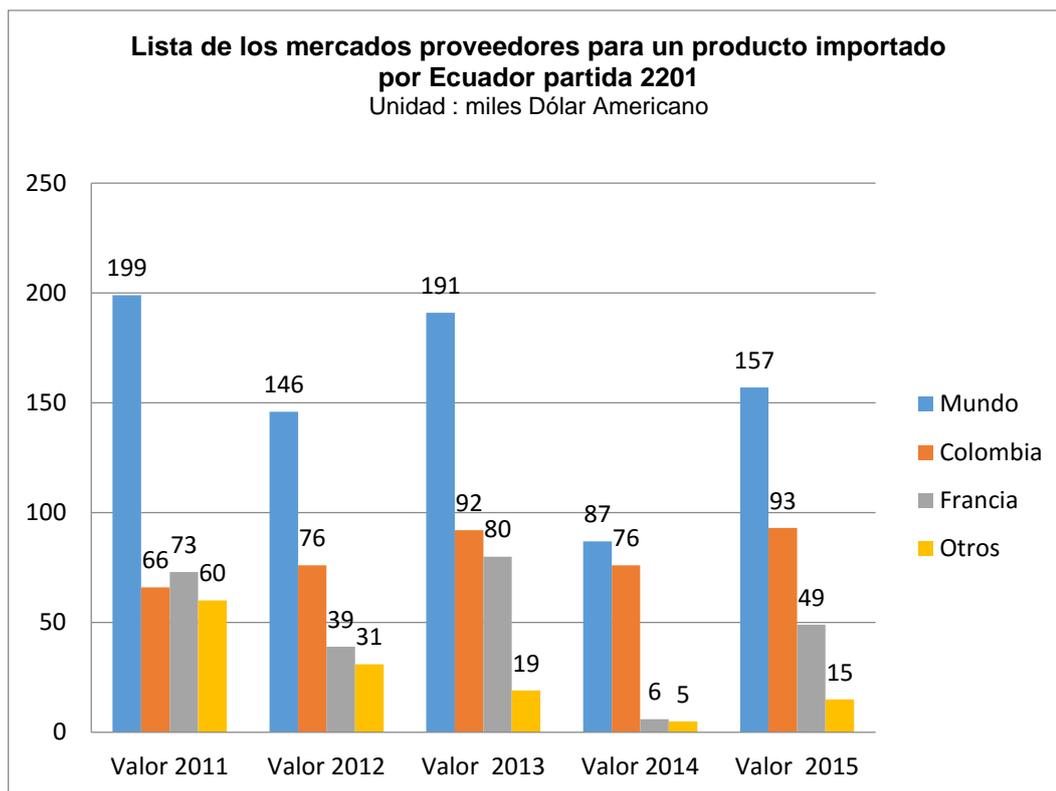


Figura 64 Lista de mercados proveedores para un producto importado por Ecuador partida 2201

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Figura 64 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2201, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$87 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$ 157 en miles de dólares; igualmente existe un aumento en la mayoría de países, por lo que existe un incremento en las importaciones de bebidas de la partida 2201.

Los países de donde más importamos bebidas de la partida 2201 son Colombia, Francia, Estados Unidos de América, Bélgica, Alemania y Noruega.

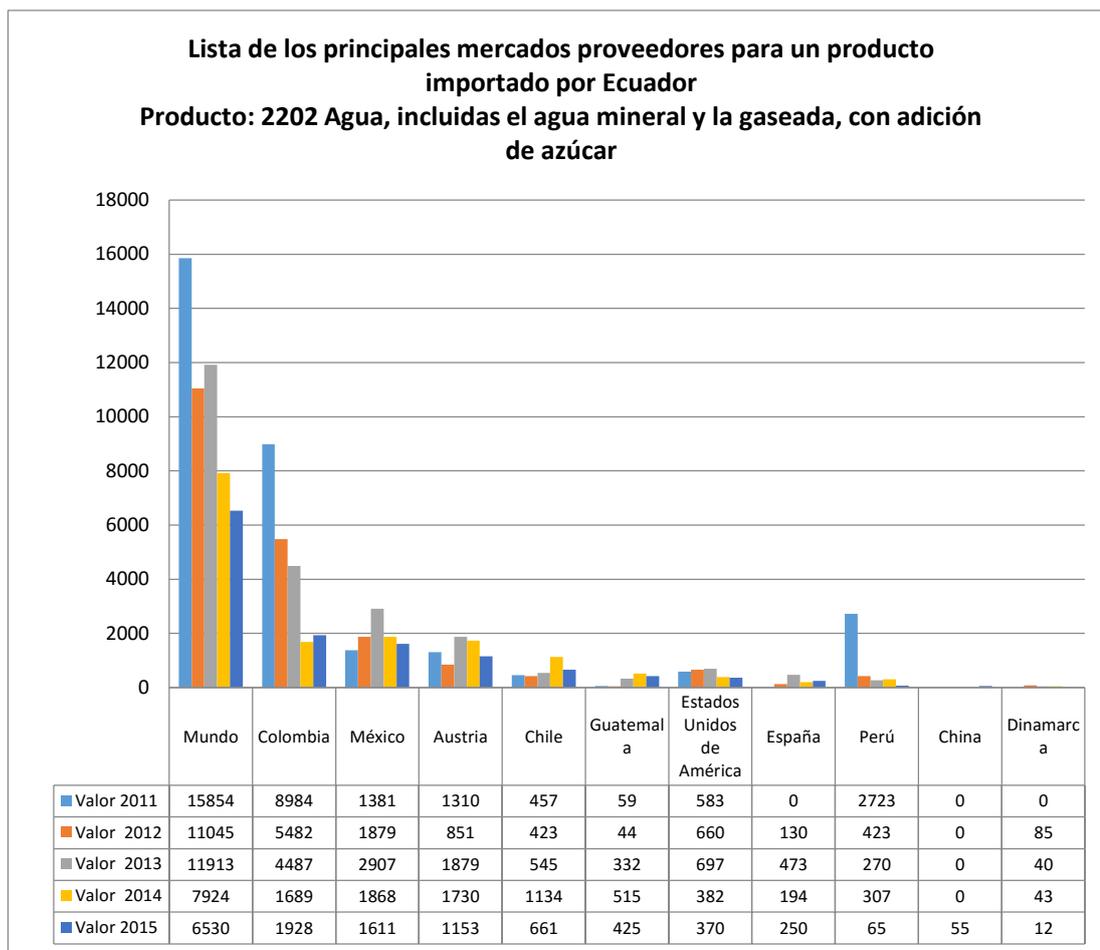


Figura 65 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador, producto 2002

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Figura 65 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2202, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$7.924 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$6.530 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe una disminución en la mayoría de países, por lo que existe un decremento en las importaciones de bebidas de la partida 2202 en valores.

Los 5 países de donde más importamos bebidas de la partida 2202 son Colombia, México, Austria, Chile, Guatemala, Estados Unidos de América.

Tabla 45

Lista de los principales mercados proveedores partida 2203 importado por Ecuador en valores

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador					
Producto: 2203 Cerveza de malta.					
Unidad : miles Dólar Americano					
Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	6408	8862	6912	6108	1999
Estados Unidos de América	2255	3601	1918	995	643
Argentina	0	0	4	219	601
Países Bajos	556	577	814	937	359
México	2106	2738	1747	1509	142
Bélgica	0	65	182	35	117
Chile	0	0	0	68	85
España	0	0	46	47	30
Alemania	29	130	60	12	17
Colombia	1460	1752	1861	1918	5
Cuba	0	0	0	12	1

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 45 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2203, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$ 6.108 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$ 1.999 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe una disminución en la mayoría de países, por lo que existe un decremento en las importaciones de bebidas de la partida 2203 en valores.

Los 5 países de donde más importamos bebidas de la partida 2203 son Estados Unidos de América, Argentina, Países Bajos, México, Bélgica.

Tabla 46

Lista de los principales mercados proveedores partida 2204 importado por Ecuador en valores

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador

Producto: 2204 Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de

Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	9592	13558	11050	13954	11065
Chile	4816	10079	6288	8035	6725
Argentina	2351	1452	3436	4423	3503
Francia	505	555	289	243	325
España	563	290	241	319	232
Alemania	425	33	353	171	126
Italia	298	194	181	139	66
Estados Unidos de América	451	486	236	586	44
Bélgica	0	219	0	7	23
Portugal	44	0	15	31	20
Australia	34	0	0	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 46 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2204, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$13.954 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$11.065 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe una disminución en la mayoría de países, por lo que existe un decremento en las importaciones de bebidas de la partida 2204 en valores.

Los 5 países de donde más importamos bebidas de la partida 2204 son Chile, Argentina, Francia, España, Alemania.

Tabla 47**Lista de los principales mercados proveedores partida 2205 importado por Ecuador en valores****Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador**

Producto: 2205 Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancia

Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	128	32	25	7	13
Estados Unidos de América	4	0	0	0	12
España	2	0	0	0	1
Zona franca	67	0	0	0	0
Argentina	31	20	20	7	0
Italia	24	12	5	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 47 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2205, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$7 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$13 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe un aumento en los países de Estados Unidos de América y España.

Tabla 48**Lista de los principales mercados proveedores partida 2206 importado por Ecuador en valores****Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador**

Producto: 2206 Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel);

Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	140	413	278	392	329
Estados Unidos de América	140	413	275	383	329
Italia	0	0	3	0	0
España	0	0	0	9	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 48 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2206, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$392 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$329 en miles de dólares en el año 2015; solo existe un país que actualmente realiza transacciones internacionales y es Estados Unidos de América.

Tabla 49

Lista de los principales mercados proveedores partida 2207 importado por Ecuador en valores

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador
 Producto: 2207 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico su
 Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	6641	19764	9708	3455	5120
Perú	6498	19611	9554	3207	4914
México	23	27	0	122	119
Alemania	30	83	102	85	62
Estados Unidos de América	3	0	10	42	24
China	0	0	0	0	1
Zona franca	0	0	42	0	0
Brasil	63	0	0	0	0
Colombia	0	43	0	0	0
Francia	23	0	0	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 49 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2207, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$3.455 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$5.120 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe un aumento en la mayoría de países, por lo que existe un incremento en las importaciones de bebidas de la partida 2207 en toneladas.

Los 5 países de donde más importamos bebidas de la partida 2207 son Perú, México, Alemania, Estados Unidos de América, China.

Tabla 50**Lista de los principales mercados proveedores partida 2208 importado por Ecuador en valores**

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador
 Producto: 2208 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico in
 Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	20518	12925	9935	9399	7284
Reino Unido	14970	5301	5070	4611	3335
Colombia	370	1167	1727	1563	1334
México	1393	815	538	745	669
Panamá	1039	809	464	629	468
Estados Unidos de América	93	577	221	14	256
Francia	323	288	86	42	187
Perú	202	274	246	405	185
Brasil	80	205	247	135	181
Cuba	113	305	526	457	125
Países Bajos	20	550	0	167	96
Suecia	415	0	71	62	81
Irlanda	98	100	100	88	67
Jamaica	58	64	147	59	64
China	0	238	1	0	63
Argentina	434	0	166	171	59
Alemania	180	1361	121	112	53
Italia	53	53	5	15	20
Guatemala	41	32	27	29	15
Sudáfrica	0	0	0	0	13
Chile	46	146	57	91	9

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 50 nos lista los principales mercados de proveedores en la partida 2208, en total Ecuador ha importado de todos los países de la lista con USD \$9.939 en miles de dólares para el año 2014 y USD \$7.284 en miles de dólares en el año 2015; igualmente existe una disminución en la mayoría de países, por lo que existe un decremento en las importaciones de bebidas de la partida 2208 en valores.

Los 5 países de donde más importamos bebidas de la partida 2208 son Reino Unido, Colombia, México, Panamá, Estados Unidos de América.

Tabla 51

Lista de los productos importados partida 2208 importado por Ecuador en valores

Lista de los productos importados por Ecuador
partida 2208 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico in
Unidad: miles Dólar Americano

Código	Descripción del producto	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
'220830	Whiskies	15024	8131	5311	4642	3748
'220840	Ron y aguardiente de caña o tafia.	2432	2385	3098	2494	1323
'220890	Los demás gin y ginebra	951	1072	778	1103	1077
'220870	Licores	742	621	388	647	812
'220860	Vodka	1060	416	176	167	147
'220820	Aguardiente de vino o de orujo de uvas	246	260	155	258	126
'220850	Gin y ginebra	62	39	29	88	52

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la Tabla 51 nos lista los principales productos en la partida 2208, en donde prevalece el Whiskies con USD \$3.748 en miles de dólares, seguido de él Ron y aguardiente de caña o tafia con USD \$1.323 en miles de dólares, luego está el GIN y el Ginebra con USD \$1077 en miles de dólares.

Tabla 52

Lista de los productos importado por Ecuador en valores (partida 2209)

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Ecuador
Producto: 2209 Vinagre y sucedáneos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético.
Unidad: miles Dólar Americano

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	314	392	455	292	389
Italia	195	151	306	229	288
Estados Unidos de América	32	71	70	34	31
Chile	16	41	6	0	24
España	7	17	4	5	17
Perú	8	30	0	0	15
Colombia	56	81	66	24	14
China	0	1	3	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016).

En la tabla 52 nos lista los productos importados por país hacia Ecuador en la partida 2209, en total se ha importado Italia es el que más importa con USD \$389 en miles de dólares, seguido de Estados Unidos de América con USD \$288 en miles de dólares, como los más importantes.

a. Distribución porcentual del mercado

Explicaremos en esta sección la participación del mercado de forma porcentual del mercado de importaciones más importantes relacionadas con el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol del Ecuador en los años 2014 y 2015 para conocer lo que paso antes de las salvaguardias y luego de las salvaguardias.



Figura 66 Participación del mercado de importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 66 el mercado de importaciones de bebidas del Ecuador en el año 2014, se divide en un 80.8% en bebidas con alcohol y un 19.2% en bebidas sin alcohol.



Figura 67 Participación del mercado de importaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 67 el mercado de importaciones de bebidas del Ecuador en el año 2015, se divide en un 79,7% en bebidas con alcohol y un 20,3% en bebidas sin alcohol.

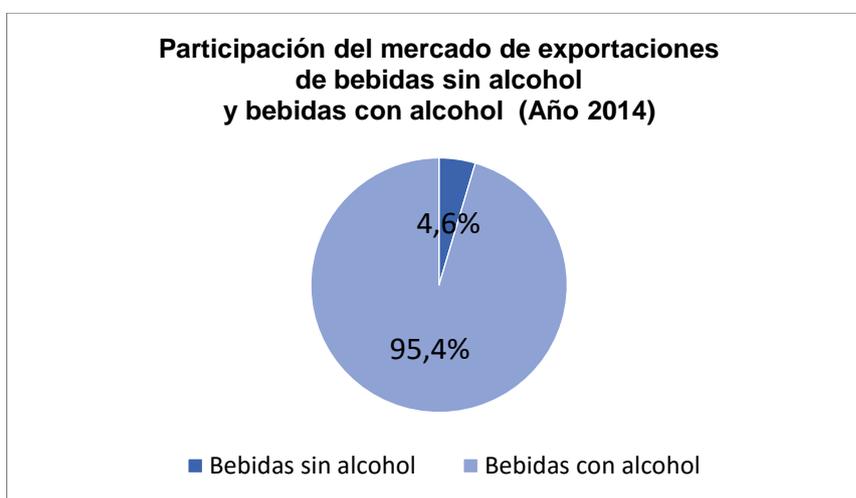


Figura 68 Participación del mercado de exportaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en el Figura 68 el mercado de exportaciones de bebidas del Ecuador en el año 2014, se divide en un 95,4% en bebidas con alcohol y un 4,6% en bebidas sin alcohol.



Figura 69 Participación del mercado de exportaciones de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 69 el mercado de exportaciones de bebidas del Ecuador en el año 2015, se divide en un 94,3% en bebidas con alcohol y un 3,7% en bebidas sin alcohol.

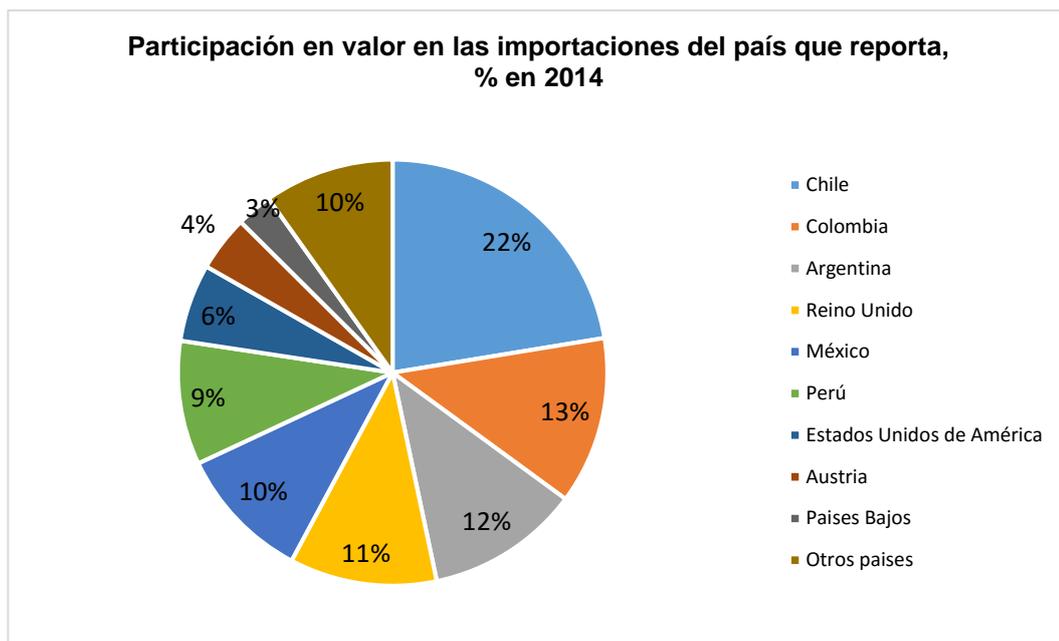


Figura 70 Participación en valor en las importaciones en % a Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 70 el mercado de importaciones de bebidas por país hacia el Ecuador en el año 2014, países como Chile con 22,4%, seguido de Colombia con un 12,7%, continuando con Argentina con 11,6%, luego está Reino Unido con 11,1%, México con 10,2% y finalmente Perú con 9,4% entre los más importantes.

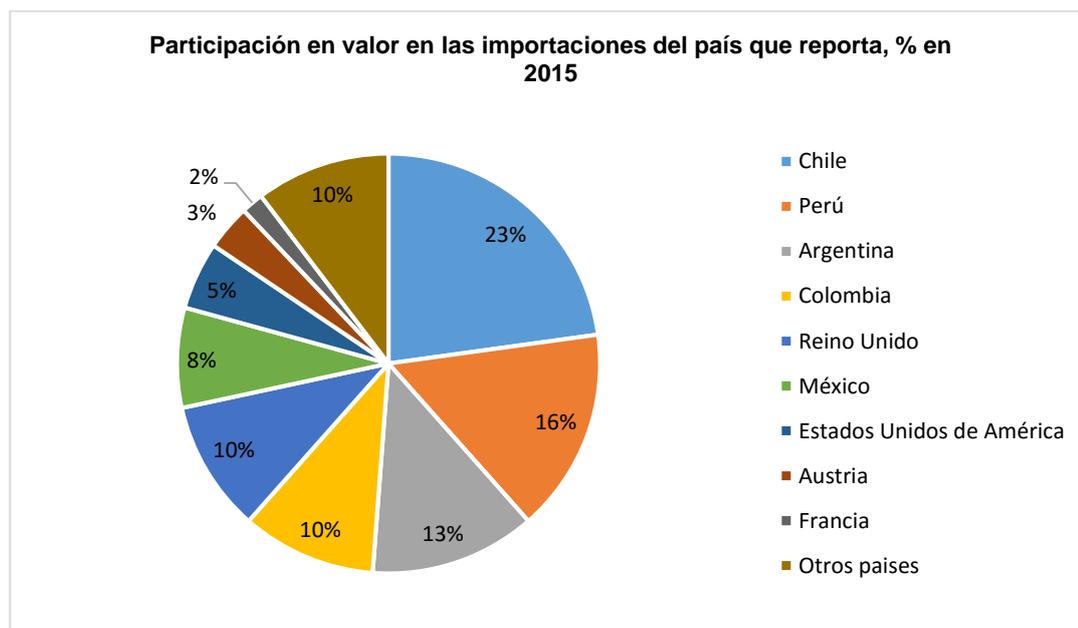


Figura 71 Participación en valor en las importaciones en % a Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en el Figura 71 el mercado de importaciones de bebidas por país hacia el Ecuador en el año 2015, países como Chile con 22,8%, seguido de Perú con un 15,7%, continuando con Argentina con 12,7%, luego está Colombia con 10,3%, Reino Unido con 10,1% y finalmente México con 9,4% entro los más importantes.

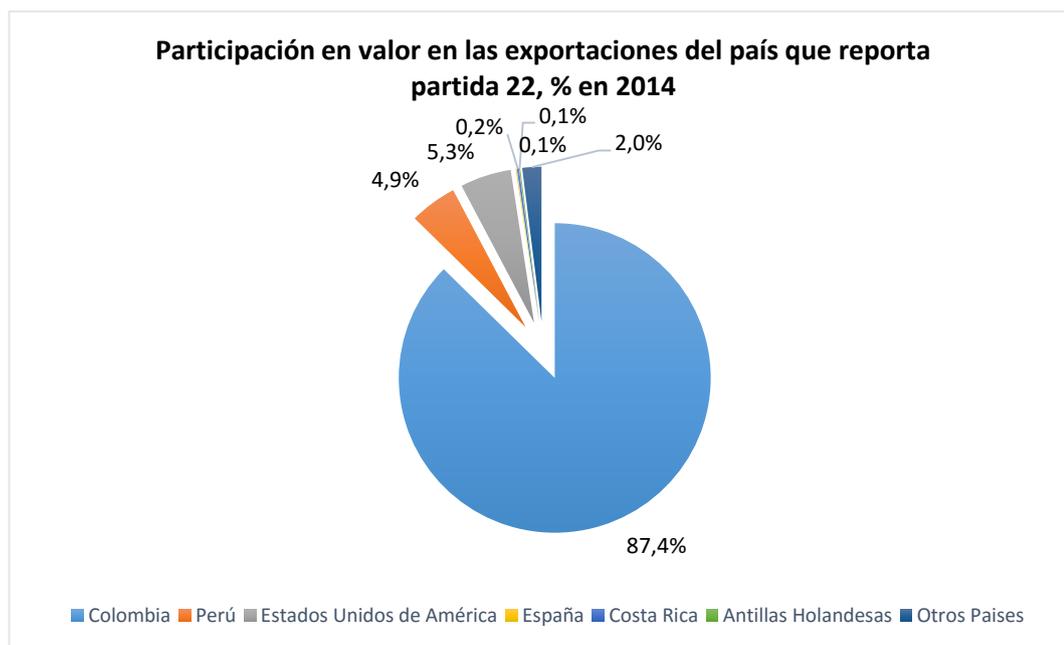


Figura 72 Participación en valor en las exportaciones en % partida 22 a Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 72 el mercado de exportaciones de bebidas por país de la partida 22 hacia el Ecuador en el año 2014, países como Colombia con 87,4%, seguido de Estados Unidos con 5,3%, Perú con un 4,9%, entro los más importantes.

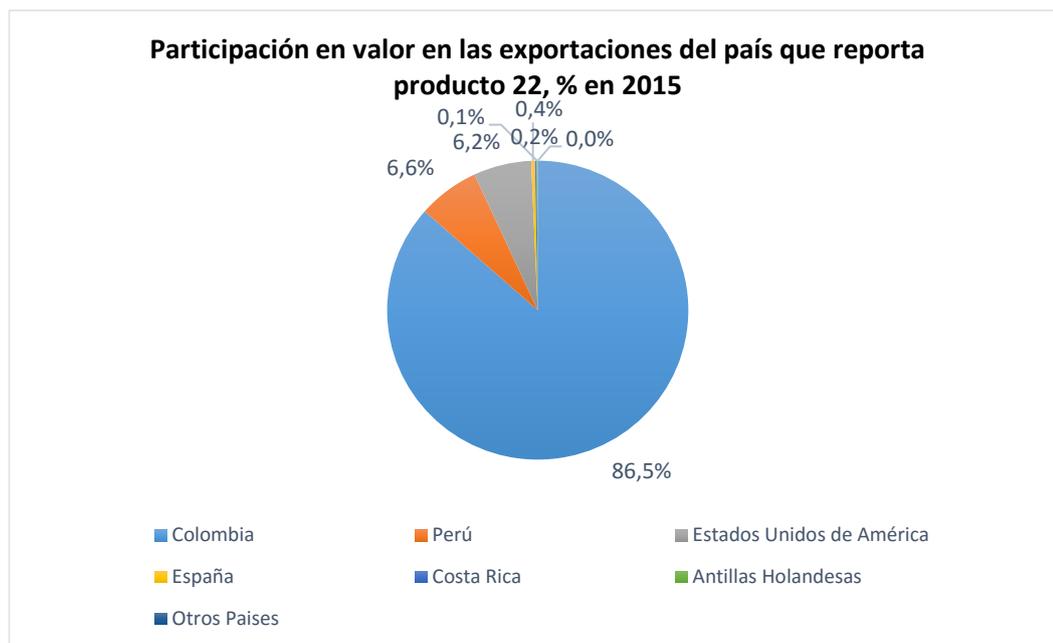


Figura 73 Participación en valor en las exportaciones en % partida 22 a Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 73 el mercado de exportaciones de bebidas por país de la partida 22 hacia el Ecuador en el año 2015, países como Colombia con 86,5%, seguido de Perú con 6,6%, Estados Unidos con un 6,2%, entro los más importantes.

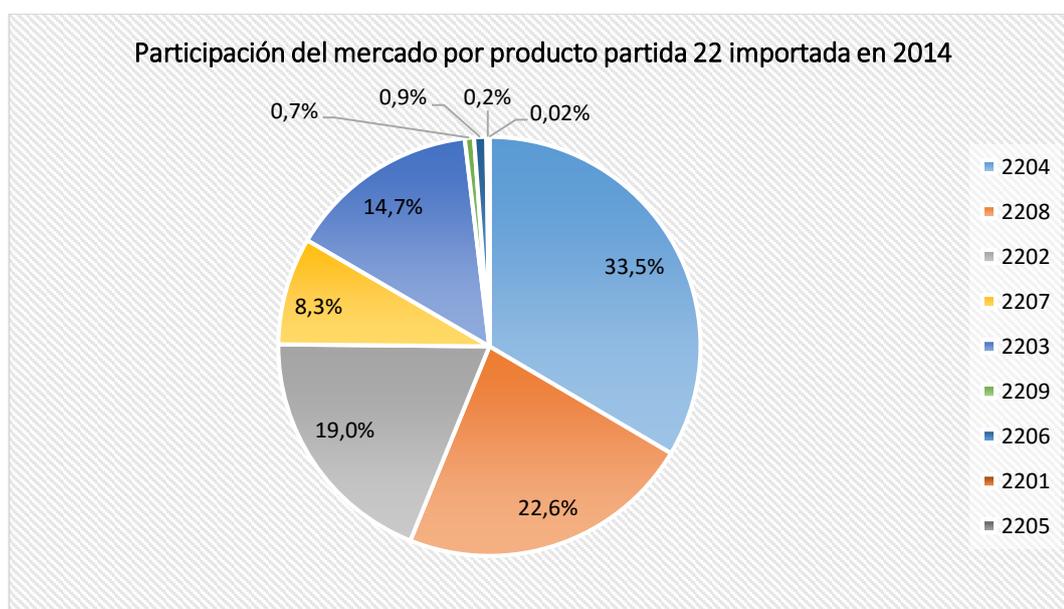


Figura 74 Participación del mercado por producto partida 22 importada Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 74 el mercado por producto de la partida 22 importada hacia el Ecuador en el año 2014, donde las partidas de mayor participación son la 2204 con 33,5%, luego la 2208 con 22,6% seguida de la 2202 con 19,0% y 2237 con 14,7% como las más relevantes.

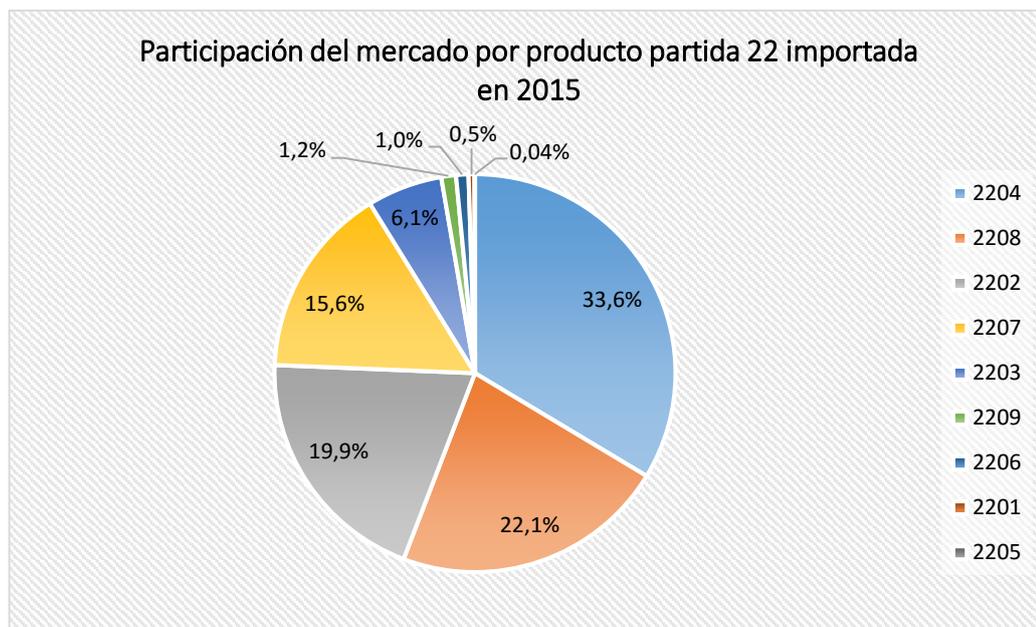


Figura 75 Participación del mercado por producto partida 22 importada Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 75 el mercado por producto de la partida 22 importada hacia el Ecuador en el año 2015, donde las partidas de mayor participación son la 2204 con 33,6%, luego la 2208 con 22,1% seguida de la 2202 con 19,9% y 2207 con 15,6% como las más relevantes.

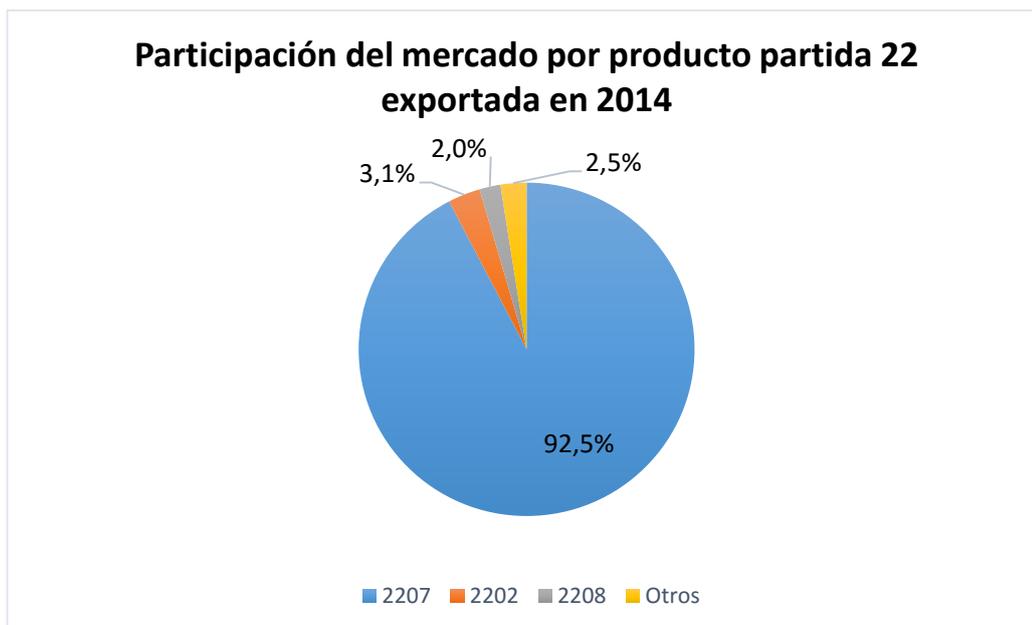


Figura 76 Participación del mercado por producto partida 22 exportada Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 76 el mercado por producto de la partida 22 exportada desde el Ecuador en el año 2014, donde la partida de mayor participación es la 2207 con 92,5% como la más relevante.

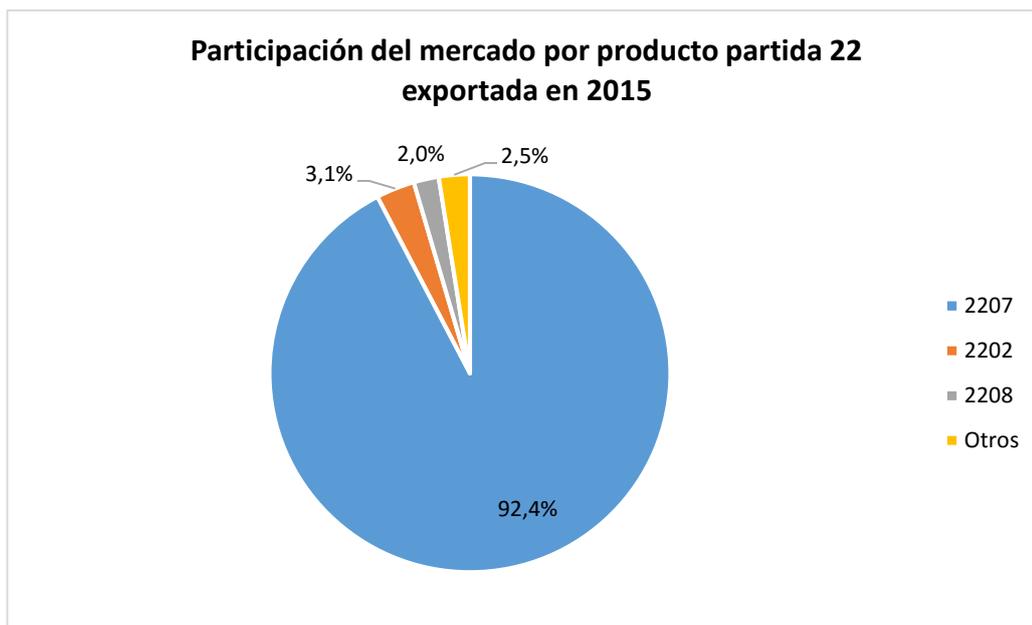


Figura 77 Participación del mercado por producto partida 22 exportada Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 77 el mercado por producto de la partida 22 exportada desde el Ecuador en el año 2015, donde la partida de mayor participación es la 2207 con 92,4% como la más relevante.

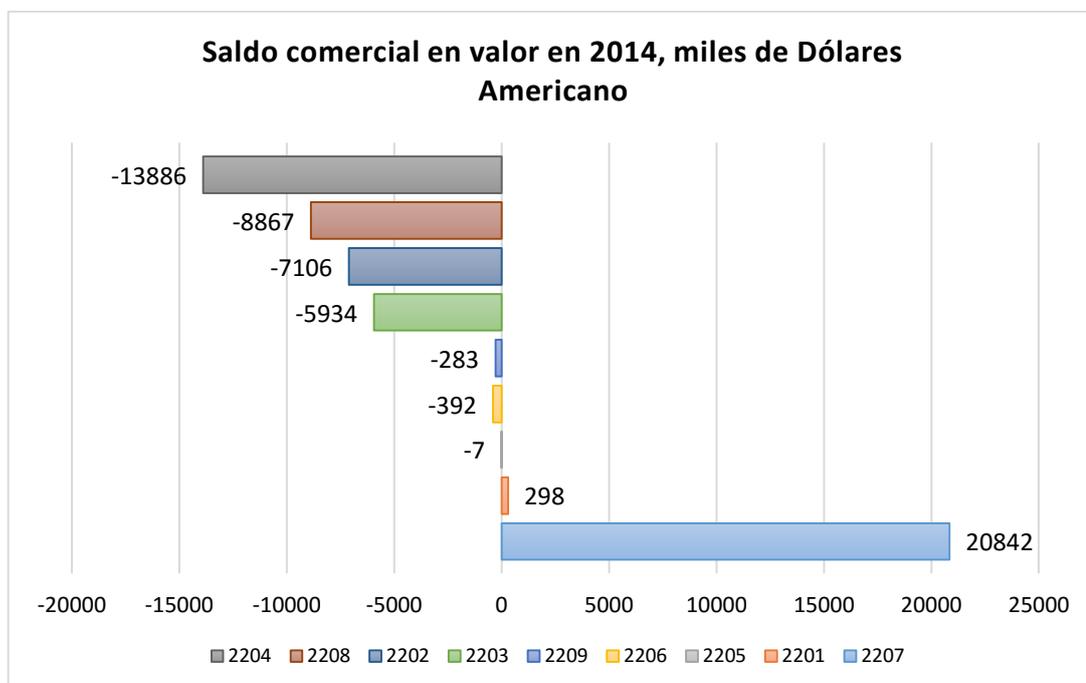


Figura 78 Saldo Comercial de la partida 22 Ecuador 2014

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 78 el mercado por producto de la partida 22 el saldo comercial para Ecuador en el año 2014, donde las partidas de mayor participación positiva son la 2207 con USD 20.842 miles de dólares, y la partida 2201 con USD 298 miles de dólares.

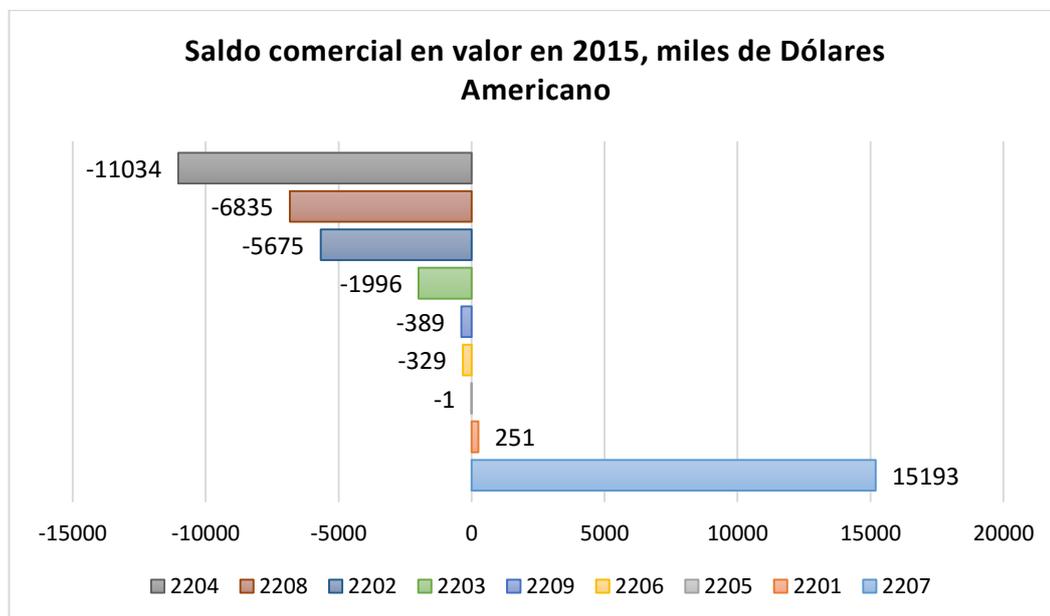


Figura 79 Saldo Comercial de la partida 22 Ecuador 2015

Fuente: Cálculos basados en estadísticas de (UN COMTRADE, 2016)

Como se muestra en la Figura 79 el mercado por producto de la partida 22 el saldo comercial para Ecuador en el año 2015, donde las partidas de mayor participación positiva son la 2207 con USD 15.193 miles de dólares, y la partida 2201 con USD 251 miles de dólares.

4.3. Análisis interno

En los proceso de planificación estratégica para el sector de las bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador, la evaluación interna es una herramienta gerencial segura y eficaz como apoyo a las políticas y control dentro de la gestión, ya que facilita información en donde el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol puede mejorar su desempeño y competitividad que necesitan las comercializadoras de bebidas, para hacer

frente a la recesión económica que estamos y por supuesto haciendo énfasis en la aplicación de la ley de salvaguardias.

El análisis interno nos sirve para encontrar estrategias para capitalizar las fortalezas y neutralizar las debilidades, y para eso tenemos siete áreas importantes, a) administración y gerencia, b) marketing y ventas, c) operaciones y logística, infraestructura, d) recursos humanos, e) sistemas de información y comunicaciones, y f) tecnología e investigación y desarrollo (D' Alessio, 2008b).

4.3.1. Administración y gerencia (A)

El sector interno de bebidas sin alcohol y con alcohol es uno de los sectores más importantes y dinámicos de Ecuador, de modo que están regulados por la Constitución de la República del Ecuador, el ARCSA, el Ministerio de Salud Pública, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, en la cual se otorga el control en la producción y en la comercialización.

Entro los productos más comúnmente explotados en Ecuador con respecto a las bebidas con alcohol, están la cerveza, los vinos y los licores destilados aguardiente, el whisky, ron, y últimamente el tequila; para las bebidas sin alcohol la producción nacional se basa en aguas con y sin azúcar, agua mineral, jugos azucarados y gaseosas.

Actualmente, el sector interno de bebidas sin alcohol y con alcohol se encuentra agrupada en varios gremios: La Asociación de Importadores de Licores del Ecuador (AILE), Asociación de Distribuidores de Licores del Ecuador (ADLE), la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFA).

El número de empresas importadoras en Ecuador, por categoría de productos para la partida 22 de *Bebidas, líquidos y vinagre* se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 53

Lista de las empresas importadoras en Ecuador 2015 para el producto Bebidas sin alcohol y con alcohol

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Bebidas
Aguerre Vignart, Fernando Oscar - Hayfi Gourmet	1	16	Ecuador	Quito	CA
Ajecuador, S.A.	1	28	Ecuador	Guayaquil	SA
Augusto Davalos - Importadora Davalos	2	8	Ecuador	Quito	SA y CA
Atlantic Industries Ltd	2	40	Ecuador	Quito	CA
Bebidas del Pacifico S.A.	2	478	Ecuador	Guayaquil	SA
Cerveceria Nacional Cn S.A. – Cn	2	1770	Ecuador	Guayaquil	SA y CA
Cervezas Regionales, S.A.	1	47	Ecuador	Guayaquil	SA y CA
Compania Cervecera Ambev Ecuador S.A. - Ambev Ecuador	1	350	Ecuador	Guayaquil	CA
Cosmica Cia. Ltda. - La Toscana	2	39	Ecuador	Cuenca	CA
Destileria Zhumir Cia. Ltda.	1	500	Ecuador	Cuenca	CA
Distribuidora Ecuatoriana Deca Cia. Ltda.	2	70	Ecuador	Guayaquil	SA
Distribuidora Dispacif, S.A.	3	130	Ecuador	Guayaquil	CA
Ditacom S.A.	2	10	Ecuador	Guayaquil	SA y CA
Fraganlicor Cia. Ltd	1	15	Ecuador	Cuenca	SA
Guevara Vasco Juan Xavier - Fabrica Baldore	2	25	Ecuador	Ambato	CA
Industrial Fruit del Ecuador C.A.	1	300	Ecuador	Quito	SA
Grafandina S.A.	2	12	Ecuador	Quito	CA
Guevara Vasco Juan Xavier - Fabrica Baldore	2	25	Ecuador	Ambato	CA
Imocon Ecuatoriana Cia. Ltda.	3	15	Ecuador	Quito	CA
Importadora y Exportadora Carmiranda Cia. Ltda.	2	34	Ecuador	Guayaquil	SA y CA
Industria Licorera Villa S.A.	3	25	Ecuador	Quito	SA y CA

CONTINÚA 

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Bebidas
Licores De America Sa – Licoram	1	78	Ecuador	Quito	CA
Licores de Exportacion S.A.	1	100	Ecuador	Quito	CA
Orangine SA	1	250	Ecuador	Quito	SA
Producargo, S.A.	1	65	Ecuador	Guayaquil	CA
Productos Alimenticios Y Licores Cia., Ltda. - Proalco	2	70	Ecuador	Guayaquil	SA y CA
Sumesa S.A.	4	500	Ecuador	Guayaquil	SA
The Tesalia Springs Company S.A.	3	300	Ecuador	Guayaquil	SA

Fuente: (Dun & Bradstreet, 2016).

En total son 28 importadoras de bebidas para el Ecuador y estas abastecen a la provincia de Cotopaxi, en donde 8 empresas se dedican a importar bebidas sin alcohol, 13 empresas se dedican a importar bebidas con alcohol y 7 se dedican a importar bebidas sin alcohol y con alcohol.

4.3.2. Marketing y ventas (M)

El marketing y las ventas son el eje primordial para poder obtener ingresos y que las empresas se mantengan en el mercado, y en efecto esto debe darse un valor agregado al cliente en todos los canales de comercialización hasta llegar al consumidor final de bebidas sin alcohol y con alcohol.

El consumo de bebidas sin alcohol de producción nacional va aumentando en promedio de 12% y en las importaciones va disminuyendo en 2% hasta el año 2015 que se nota el beneficio al productor ecuatoriano de estas bebidas (El Comercio, 2016).

En el consumo de bebidas con alcohol de producción nacional va aumentando en promedio de 2% y en las importaciones va disminuyendo en 1,6% hasta el año 2015 que se nota el beneficio al productor ecuatoriano de

estas bebidas, pero que no existe estadísticas de el contrabando con sus traídos por los países de Colombia y Perú sin el sello correspondiente de la aduana (El Comercio, 2016).

En lo que respecta a los ingresos por venta de bebidas es dominado por 10 empresas con mayor participación en el sector interno de bebidas son las siguientes:



Figura 80 Ingresos de Bebidas en el Ecuador 2014

Fuente: (interActúa Club de Negocios, 2016).

Las 10 empresas que dominan las ventas de bebidas en el Ecuador producen en total 2.645,14 millones de USD \$ en el año 2014 aún con las restricciones y tasas a los envases, la semaforización de bebidas y otras variables externas.

4.3.3. Operaciones y logística, infraestructura (O)

El sector interno de bebidas en Ecuador las empresas que producen sus propios productos son la que ya se habían mencionado anteriormente, a) Dinadec, b) Arca Ecuador, c) Cervecería Nacional, d) The Thesalia Spring Company, e) Bebidas Arcacontinental Ecuador, f) Ecuajugos, g) AjeEcuador (Big Cola), h) Coca Cola Ecuador, i) Corporación Azande, j) Quicornac.

La mayoría de empresas productoras de bebidas se encuentran ubicadas principalmente en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Existen en Cotopaxi empresas que producen bebidas sin alcohol según la Cámara de Industriales de Cotopaxi, FUENTES SAN FELIPE S.A., y de bebidas con alcohol la INDUSTRIA DE LICORES ECUATORIANOS LICOREC S.A, EMBOTELLADORA ILREPSA S.A y COMPAÑIA CAÑA DE SILLAGUA CADESILLA S.A (Cámara de Producción de Cotopaxi, 2016).

La materia prima para la bebida sin alcohol y con alcohol es obtenida del mercado nacional e internacional, adicionalmente para los procesos de embotellado y provisión se hace uso de botellas de vidrio en variadas presentaciones y diseños con empaques plásticos y empaques tipo tetrapack, tapas, etiquetas y para el embalaje final se necesita cajas de cartón.

En los procesos de producción de bebidas se necesita de energía eléctrica, agua y alcantarillado y algunos pueden utilizar gas natural para alimentar calderas y otros equipos similares, pues se presumen un menor costo de consumo.

La cadena de suministro de materias primas es vía terrestre y se hace uso de empresas de transporte a nivel nacional y local. Después al llegar diferentes productos a sus plantas, se llevan a cabo tareas de almacenamiento y de asignación a elaboración de bebidas de acuerdo a los planes de producción.

Estos planes de producción maestros pueden mostrar ciertos picos a lo largo del año, dependiendo del consumo regional de acuerdo a ciertas épocas del año.

Después del proceso de elaboración de bebidas, cuando el producto está listo para la distribución, se realiza el envío a las comercializadoras o a las empresas con las cuales se han determinado acuerdos para realizar dichas labores.

Con el objetivo de ser productivos, estos procesos se han tercerizados y en solo en algunos casos son llevados a cabo por las propias productoras de bebidas, para el ejemplo FUENTES SAN FELIPE S.A. hace de productor y comercializadora a la misma vez porque tiene su propio transporte.

4.3.4. Finanzas y contabilidad (F)

Es preciso tomar buenas decisiones empresariales sobre todo en términos financieros, la importancia de la gestión financiera depende el tamaño de la empresa, así como el entorno económico que nos afecta para entender el ambiente financiero como la toma de decisiones, que son su razón fundamental.

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), las cuentas relacionadas para las bebidas que comprende la elaboración de bebidas no alcohólicas y agua mineral, la elaboración de bebidas alcohólicas obtenidas principalmente por fermentación, como cerveza y vino, y la elaboración de bebidas alcohólicas destiladas; así como la venta de al por mayor y menor de bebidas sin alcohol y con alcohol, como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 54
Clasificación CIIU 4.0 para bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador

Actividad Económica	CIIU 4.0
Elaboración de bebidas	C110
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas.	C1101
Elaboración de vinos.	C1102
Elaboración de bebidas malteadas y de malta.	C1103
Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas.	C1104
Venta al por mayor de bebidas no alcohólicas (jugos, gaseosas, agua mineral, etcétera)	G4630.94
Venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación.	G4630.95
Venta al por menor en comercios no especializados (tiendas y supermercados) con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.	G4711

Fuente: (INEC, 2012)

La posición arancelaria se divide en mercancías o productos a importar o exportar, es utilizada para valorar las transacciones de comercio exterior y así asignar los respectivos tributos (impuestos y aranceles) de importación a un país para cada producto.

Tabla 55

Partidas Arancelarias del sector de bebidas 2015

Partida	Detalle	%
2201100000	- Agua mineral y agua gaseada	45%
2201900000	- Los demás	45%
2202100000	- Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.	45%
2202900010	-- Bebidas energizantes, incluso gaseadas	45%
2202900090	-- Las demás	45%
2203000000	Cerveza de malta	25%
2204100000	Vino espumoso	25%
2204210000	-- En recipientes con capacidad interior o igual a 21	25%
2204291000	--- Monto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol	15%
2204299000	--- Los demás vinos	45%
2204300000	- Los demás mostos de uva	15%
2205100000	- En recipientes con capacidad inferior o igual a 21	25%
2205900000	- Los demás	45%
2206000000	Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas y mezclas fermentadas y bebidas alcohólicas, no expresadas ni comprendidas en otra parte.	25%
2207100000	- Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico superior o igual al 80% vol.	25%
2207200000	-- Los demás	45%
2208202100	--- Pisco	25%
2208202200	--- Singanil	45%
2208202910	---- Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de brandy, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50grados gay lussac (50 O.I.), no aptos para comercialización directa al consumidor.	25%
2208202990	--- Los demás	25%
2208203000	-- De crujido de uvas (grapas y similares)	25%
2208300010	--- Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de whisky, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50grados gay lussac (50 O.I.), no aptos para comercialización directa al consumidor.	25%
2208300090	-- Los demás	25%
2208400010	-- Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de ron, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50grados gay lussac (50 O.I.), no aptos para comercialización directa al consumidor.	25%
2208400090	-- Los demás	25%
2208500010	-- Extractos y concentrados alcohólicos para la elaboración de <gin> y ginebra, embalados al granel, con grado alcohólico igual o superior a 50grados gay lussac (50 O.I.), no aptos para comercialización directa al consumidor.	25%

CONTINÚA 

Partida	Detalle	%
2208500090	-- Los demás	25%
2208600000	- Vodka	25%
2208701000	-- De anís	25%
2208702000	-- Cremas	25%
2208709000	-- Los demás	25%
2208901000	-- Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol	25%
2208902000	-- Aguardientes de ágaves (tequila y similares)	25%
2208904200	--- De anís	25%
2208904900	---Los demás	25%
2208909000	--Los demás	25%
2209000000	Vinagre y sucedáneos del vinagre obtenidos a partir del ácido acético.	15%

Fuente: Resolución N^o 11-2015 (COMEX, 2015)

4.3.5. Recursos humanos (H)

La industria de alimentos y bebidas es una de las más dinámicas del país. En 2015, el sector representó el 39 por ciento del PIB de la industria no petrolera ecuatoriana, por lo que es considerado, según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB), como uno de los más importantes en producción y creación de empleo (Vistazo, 2016).

Christian Wahli, presidente del gremio, afirma que el segmento involucra a diversos actores tales como agricultores, ingenios, embotelladoras, fabricantes de tapas y envases, y al sistema de transporte, una dinámica que emplea a 252.945 personas (Vistazo, 2016).

En el año 2015, el total de personal ocupado para el sector de la importación de bebidas con alcohol, es de alrededor de 5.300 empleados Dun & Bradstreet (2015), y con respecto a la elaboración de bebidas con alcohol es de alrededor de 10.790 empleados que lo atribuye la ADLE (2014) y 9.875 empleados que lo atribuye la ADLE (2015) con una disminución del 8,48% del total del personal por afectación de la recesión económica y las salvaguardias.

4.3.6. Sistemas de información y comunicaciones (I)

La comunicación apropiada y pertinente es un soporte de apoyo en el desarrollo de las actividades de cualquier sector, de allí que, lo que se muestra, se circula y se informa; no solo genera apariencia institucional, sino sentido de pertenencia y equilibrio por parte de los que reciben el mensaje.

Se requiere establecer en el funcionamiento una oficina de comunicaciones que sirva de enlace entre el sector de bebidas y los medios tradicionales y no tradicionales de comunicación; para que de esta forma se realice la generalización de las actividades que se desarrollan, así como el cumplimiento y aporte para la preservación de la sociedad.

Los mensajes institucionales deben ser divulgados a los consumidores, a través de medios intensivos de comunicación aprobados por la Secretaría Nacional de Comunicación (SIN), bajo la orientación de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), por eso es sustancial que la comunidad pueda contar con toda la información sanitaria actualizada y vigente y las normas que regulan los productos que son competencia del ARCSA, a través de los medios de comunicación locales, regionales y nacionales.

El beneficio principal es la jurisdicción de adelantar en la medida en que las condiciones lo permitan, campañas educativas a nivel nacional que cuenten con el apoyo de los entes zonales, distritos y de las autoridades como la Fiscalía, la Policía, las asociaciones de productores, la asociación de distribuidores y comercializadores, el sector educativo y los consumidores de bebidas con alcohol para informar acerca de a) la adulteración, b) la falsificación, c) el contrabando y d) el hurto de bebidas, con el objetivo de preservar la salud de los ecuatorianos y colaborar con el sector de bebidas nacionales y extranjeras.

4.3.7. Tecnología e investigación y desarrollo (T)

El adelanto tecnológico en materia de elaboración de bebidas, empackado, control de calidad y gestión ambiental de los desechos es permanente; las

empresas pueden ganar mucho cuando automatizan sus procesos de provisión y distribución, acortando los tiempos de producción.

Si las empresas pequeñas y las Pymes no se tecnifican e innovan en productos y en procesos posiblemente pueden perecer en el tiempo, puesto que todo esto requiere de fuertes inversiones, que en muchos casos no se pueden solventar.

Además, el mercado está en constante cambio, en relación a las necesidades del cliente, por lo tanto, tienen que verificar las condiciones de espacio, higiene y seguridad industrial, entre otras medidas.

El sector de bebidas sin alcohol y con alcohol debe practicar con los principios de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y las disposiciones legales vigentes, especialmente las Normas INEN, las afines con el deber del estado de resguardar la variedad del ambiente; para informar y controlar las variables del deterioro del medio ambiente e impactos formados por los diferentes dinamismos de las muchas plantas de producción en Ecuador.

Además, se debe promover la sensibilización y ampliar las actividades de educación en el tema ambiental, por medio de prácticas medio ambientales que ayuden a impulsar el desarrollo de una RSE y de la comunidad, tales como a) el reciclaje, b) el manejo integral de residuos y (c) una producción más limpia; de tal manera el consumo sea más eficiente con respecto a la energía y el agua potable.

4.4. Análisis situacional FODA del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol referente a la adopción de medidas arancelarias sobre las salvaguardias

El direccionamiento estratégico es fundamental en las empresas y los sectores donde existe mejorar y solucionar problemas, para eso primero debemos formular la misión, visión y valores empresariales para el sector de bebidas.

Misión

“Producir y comercializar bebidas sin alcohol y con alcohol para los mercados nacionales e internacionales aplicando el valor agregado transmitida a los consumidores, con investigación, desarrollo e innovación, contribuyendo al crecimiento económico de Cotopaxi y del país, actuando con responsabilidad social empresarial frente al medio ambiente y la comunidad”.

Visión

“Ser en el año 2025 un sector con ventaja competitiva, reconocida nacional e internacionalmente con énfasis en el desarrollo y comercialización de bebidas sin alcohol y con alcohol que superen los más altos estándares de calidad y las expectativas del mercado, conservando el medio ambiente, a través de un proceso de mejora continua, velando por el progreso del talento humano tanto operativo como administrativo, aportando a la economía nacional y educación de los ecuatorianos”.

Valores Empresariales

Los valores que formarían los cimientos para el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador son los siguientes:

Honestidad: Desempeño integral en todas las funciones del sector de bebidas con sus clientes, socios, comerciantes, medio ambiente y comunidad en general.

Innovación: Exploración permanente de mejores bebidas y servicios para los clientes, así como mejores oportunidades de crecimiento para el sector de bebidas.

Servicio: Superación de las perspectivas de los clientes, en calidad de las bebidas, anticipándose a sus necesidades actuales y futuras, para crear un clima de confianza y seguridad.

Transparencia: Se desea tener una interrelación transparente con los clientes y el gobierno nacional actual, con el objetivo de explicar dudas acerca de nuestras actividades dentro del sector de bebidas.

Ahora si continuando tenemos la *Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)* que nos proporciona el evaluar la información que vamos a necesitar para analizar el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol (a) económica, (b) social, (c) cultural, (d) ambiental, (e) política, (f) gubernamental, (g) legal, h) tecnológica y (i) competitiva.

Para esta investigación se han identificado trece factores, llamados oportunidades y amenazas que afectan el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol (ver Tabla 56 y 57):

Tabla 56

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) sin alcohol

Factores Externos Clave		Sector Externo de bebidas sin alcohol		
Oportunidades		Peso	Valor	Ponderación
1	Expansión a nuevos mercados donde es fuerte el sector de bebidas sin alcohol.	0,07	4	0,28
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	0,10	4	0,4
3	Nuevos hábitos de compra para bebidas sin alcohol como jugos y energizantes	0,06	3	0,18
4	Incremento de población de consumo de bebidas sin alcohol	0,05	3	0,15
5	Nuevos productos (sabores y colores) en bebidas sin alcohol	0,06	4	0,24
6	Cambios en la demanda de algunos productos de origen nacional	0,07	3	0,21
7	Tratados de Libre Comercio con la Unión Europea	0,11	4	0,44
		0,52		1,9
Amenazas		Peso	Valor	Ponderación
1	Inestabilidad política del gobierno actual.	0,11	1	0,11
2	Incremento de los costos de producción y comercialización por las salvaguardias	0,06	1	0,06
3	Economía actual en recesión	0,10	1	0,10
4	Elevada competencia a nivel de Industria	0,08	2	0,16
5	Desastres naturales	0,05	2	0,10
6	Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo	0,08	2	0,16
		0,48		0,69
Total		1,00		2,59

Nota: Valor: 4. Oportunidad mayor; 3. Oportunidad menor; 1. Amenaza mayor; 2. Amenaza menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008).

El puntaje obtenido por el sector de bebidas sin alcohol en el MEFE es de 2,59 lo cual se ubica ligeramente por encima del valor ponderado total promedio que es 2,5. Este valor por encima del promedio está influenciando principalmente por la lentitud con la que se responde ante las condiciones económicas y políticas del gobierno adopta en la actualidad que nos ejerce un ambiente de incertidumbre e inestabilidad en todo el país por lo que los comerciantes y consumidores no asumen el riesgo para invertir y permanecer en el mercado actual.

Tabla 57
Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) con alcohol

Factores Externos Clave		Sector Externo de bebidas con alcohol		
Oportunidades		Peso	Valor	Ponderación
1	Expansión a nuevos mercados como Rusia, Italia, Japón y China.	0,12	4	0,48
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	0,10	4	0,4
3	Incentivar a la gente a consumir de forma moderada las bebidas con alcohol.	0,08	3	0,24
4	El alto precio de las bebidas con alcohol importado.	0,07	3	0,21
5	Traer marcas extranjeras y producir en la provincia para el desarrollo local y adquirir experiencia en el sector de bebidas con alcohol	0,09	4	0,36
		0,46		1,69
Amenazas		Peso	Valor	Ponderación
1	Que las políticas o normas del gobierno actual afecten el sector de bebidas con alcohol	0,11	1	0,11
2	Altos impuestos y aranceles en el sector de bebidas con alcohol	0,12	1	0,12
3	Desastres naturales	0,10	1	0,10
4	Gran número de competidores extranjeros con marcas reconocidas a nivel mundial en el sector de bebidas con alcohol	0,08	2	0,16
5	Contrabando excesivo en las bebidas con alcohol	0,05	2	0,10
6	Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo	0,08	2	0,16
		0,54		0,75
Total		1,00		2,44

Nota: Valor: 4. Oportunidad mayor; 3. Oportunidad menor; 1. Amenaza mayor; 2. Amenaza menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008).

El puntaje obtenido por el sector de bebidas sin alcohol en el MEFE es de 2,44 lo cual se ubica ligeramente por debajo del valor ponderado total promedio que es 2,5.

El valor de 2,91 (ver Tabla 58) obtenido para la producción de bebidas sin alcohol nacionales es el más alto en comparación a los valores obtenidos para los otros tres competidores.

Este valor relativamente cercano, está sustentado en el hecho de tener más participación de mercado, sin embargo, de no ser así sería interesante observar que los otros competidores, como las bebidas sin alcohol importadas por su variedad y sabor.

Tabla 58
Matriz de Posición Competitiva bebidas sin alcohol (MPC)

	Factores Clave de Éxito	Producción de bebidas sin alcohol nacionales			Productos Importados		Nuevos competidores	
		Peso	Valor	Ponder	Valor	Ponder	Valor	Ponder
1	Participación del mercado	0,20	4	0,80	2	0,40	1	0,20
2	Calidad del producto	0,10	4	0,40	4	0,40	1	0,10
3	Competitividad de precios	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4	Comercialización	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10
5	Inversión en Marketing	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
6	Capacidad de inversión	0,05	2	0,10	3	0,15	2	0,10
7	Lealtad del cliente	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10
8	Margen de ganancia	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14
9	Diversidad de productos	0,06	3	0,18	4	0,24	3	0,18
10	Contrabando y Adulteración	0,12	1	0,12	1	0,12	1	0,12
	Total	1,00		2,91		2,25		1,54

Nota: Valor: 4. Fortaleza mayor; 3. Fortaleza menor; 1. Debilidad mayor; 2. Debilidad menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

El valor de 2,45 (ver Tabla 59) obtenido para la industria destilería en Ecuador es el tercer más alto en comparación a los valores obtenidos para los otros tres competidores. Este valor relativamente cercano, está sustentado en el hecho del monopolio, sin embargo, de no ser así sería interesante observar que los otros competidores, como las cervezas nacionales, y los productos importados dan alto valor a temas como a) la

inversión publicitaria, b) la lealtad del cliente, c) la competitividad en precios y d) la diversidad de bebidas con alcohol.

Con una atención de posibles escenarios y análisis de los competidores, se puede definir aquellos factores claves de éxito, en los cuales se requiere enfocar acciones para fortalecerse por encima de ellos; garantizando la presencia, rentabilidad y participación en el mercado de las bebidas con alcohol.

Tabla 59

Matriz de Posición Competitiva bebidas con alcohol (MPC)

	Factores Clave de Éxito	Industria destilería de bebidas con alcohol nacionales			Productos Importados		Cerveceras Nacionales		Nuevos competidores	
		Peso	Valor	Ponder	Valor	Ponder	Valor	Ponder	Valor	Ponder
1	Participación del mercado	0,20	2	0,40	3	0,60	4	0,80	1	0,20
2	Calidad del producto	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30	1	0,10
3	Competitividad de precios	0,10	4	0,40	2	0,20	4	0,40	3	0,30
4	Comercialización	0,10	3	0,30	3	0,30	4	0,40	1	0,10
5	Inversión en Marketing	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20
6	Capacidad de inversión	0,05	2	0,10	3	0,15	3	0,15	2	0,10
7	Lealtad del cliente	0,10	2	0,20	4	0,40	4	0,40	1	0,10
8	Margen de ganancia	0,07	3	0,21	2	0,14	3	0,21	2	0,14
9	Diversidad de productos	0,06	2	0,12	4	0,24	3	0,18	3	0,18
10	Contrabando y Adulteración	0,12	1	0,12	3	0,36	1	0,12	2	0,24
	Total	1,00		2,45		2,99		3,26		1,66

Nota: Valor: 4. Fortaleza mayor; 3. Fortaleza menor; 1. Debilidad mayor; 2. Debilidad menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Con el fin de analizar los factores de éxito interno, tomando en cuenta las debilidades y las fortalezas del sector interno de bebidas sin alcohol y con alcohol del Ecuador, se usará la *Matriz de Factores Internos* (ver Tabla 60 y 61).

La MEFI proporciona una visión más clara de la medida en que este sector de las bebidas está aprovechando sus fortalezas y minimizando sus debilidades (D'Alessio, 2008b).

Tabla 59
Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) bebidas sin alcohol

Factores Determinantes de Éxito		Sector Interno de bebidas sin alcohol		
Fortalezas		Peso	Valor	Ponderación
1	Experiencia y conocimiento del mercado de bebidas sin alcohol	0,12	4	0,48
2	Calidad del producto de bebidas sin alcohol	0,10	4	0,4
3	Fidelidad de clientes de bebidas sin alcohol	0,08	3	0,24
4	Producción y envasados de origen nacional de bebidas sin alcohol	0,10	2	0,20
5	Canales de distribución en las bebidas sin alcohol	0,10	3	0,30
		0,50		1,62
Debilidades		Peso	Valor	Ponderación
1	Escasa asociatividad empresarial en el sector de bebidas sin alcohol	0,10	2	0,20
2	Las ventas se han reducido por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,1	1	0,10
3	Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol	0,05	2	0,10
4	Baja inversión en marketing en bebidas sin alcohol	0,10	2	0,20
5	Infraestructura exportadora para bebidas sin alcohol y con alcohol diferenciadoras	0,05	1	0,05
6	Capacidad instalada no utilizada en el sector de bebidas sin alcohol	0,10	2	0,20
		0,5		0,85
Total		1,00		2,47

Nota: Valor: 4. Fortaleza mayor; 3. Fortaleza menor; 1. Debilidad mayor; 2. Debilidad menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Al calcular los factores considerados, se obtiene un resultado de MEFI 2,47; con lo cual es viable considerar que el sector de bebidas sin alcohol se encuentra en un nivel sobre el promedio, con lo cual está haciendo buen uso de sus fortalezas y está reaccionando adecuadamente ante sus debilidades.

Tabla 60

Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) bebidas con Alcohol

Factores Determinantes de Éxito		Sector Interno de bebidas con alcohol		
Fortalezas		Peso	Valor	Ponderación
1	Empresarios emprendedores para el sector de bebidas con alcohol.	0,13	4	0,52
2	Clientes consumen bebidas con alcohol con frecuencia.	0,14	4	0,56
3	Tiendas, supermercados y gasolineras venden bebidas con alcohol los siete días a la semana.	0,12	3	0,36
		0,39		1,44
Debilidades		Peso	Valor	Ponderación
1	Capacitación al personal es escasa en la industrialización de bebidas con alcohol	0,08	2	0,16
2	Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol	0,1	1	0,10
3	La reducida capacidad instalada inicial	0,10	2	0,20
4	Experiencia y conocimiento del sector de bebidas con alcohol	0,09	1	0,09
5	Reducción en las ventas es alta para las empresas que comercializan bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,12	1	0,12
6	Falta de técnicas adecuadas para elaborar bebidas con alcohol	0,12	1	0,12
		0,61		0,79
Total		1,00		2,23

Nota: Valor: 4. Fortaleza mayor; 3. Fortaleza menor; 1. Debilidad mayor; 2. Debilidad menor.

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Al calcular los factores considerados, se obtiene un resultado de MEFI 2,42; con lo cual es viable considerar que el sector de bebidas con alcohol se encuentra en un nivel debajo del promedio, con lo cual no está haciendo un muy buen uso de sus fortalezas y está reaccionando adecuadamente ante sus debilidades.

Luego tomando como referencia las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentes en las empresas, se proceden a elaborar la Matriz FODA, en la cual se observan y analiza las características del sector de bebidas y del mercado en el cual opera.

El análisis FODA permite descubrir las fortalezas del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol, las oportunidades del mercado, las debilidades y las amenazas en el entorno; además, obtiene algunos datos de salida para tener un acercamiento real de la situación actual en que se encuentra el

sector de bebidas sin alcohol y con alcohol. Igualmente, se estiman algunos factores de riesgo y oportunidades que existen en el mercado y que pueden estar afectando o afectarán el funcionamiento del sector de bebidas.

Una vez descritas las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades del sector, se procede a elaborar las diferentes estrategias que han de buscar explotar, buscar, confrontar y evitar las diferentes situaciones y escenarios posibles, como resultado de la consideración de los diferentes componentes mencionados (ver Tabla 62 y 63).

Tabla 61
Matriz FODA para el sector de bebidas sin alcohol

		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	1	Experiencia y conocimiento del mercado de bebidas sin alcohol	Escasa asociatividad empresarial en el sector de bebidas sin alcohol	1
	2	Calidad del producto de bebidas sin alcohol	Las Ventas se han reducido por la aplicación de la ley de salvaguardias	2
	3	Fidelidad de clientes de bebidas sin alcohol	Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol	3
	4	Producción y envasados de origen nacional de bebidas sin alcohol	Baja inversión en marketing en bebidas sin alcohol	4
	5	Canales de distribución en las bebidas sin alcohol	Infraestructura exportadora para bebidas sin alcohol y con alcohol diferenciadoras	5
			Capacidad instalada no utilizada en el sector de bebidas sin alcohol	6
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO (Explotar Maxi - Maxi)		ESTRATEGIAS DO (Buscar Mini -Maxi)	
1	Expansión a nuevos mercados donde es fuerte el sector de bebidas sin alcohol.	1. Utilizar los acuerdos comerciales actuales respetando los tratados dándose el libre comercio entre regiones y emitir un informe sobre los beneficios de firmar con la UE (F1, F2, F3, F4, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7).	1. Realizar un foro nacional promovido por la ANFAB en el cual intervengan todas las instituciones y agremiaciones del sector, y en el cual se determinen los niveles mínimos y máximos de transferencia de utilidades, así como los niveles mínimos y máximos de reinversión de las mismas con el fin de fortalecer el sector de bebidas sin alcohol. (D1, D2, D3, D4, D6, O1, O2, O5, O6, O7).	
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	2. Aumentar la inversión en I+D+i con el objetivo de desarrollar nuevos productos tanto para penetrar aún más el mercado local, así como para desarrollar los mercados externos, a través de acuerdos comerciales con otras empresas del sector de bebidas sin alcohol. (F1, F4, F5, O1, O2, O6, O7).	2. Crear un plan de marketing que fortalezca la marca ecuatoriana y se cree asociatividad (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).	
3	Nuevos hábitos de compra para bebidas sin alcohol como jugos y energizantes	3. Concentrar recursos en productos con clara ventaja competitiva, estableciendo procesos de mejora continua y de estandarización de su producción en la elaboración de las bebidas sin alcohol (F1, F2, F4, F5, O1, O2, O5, O6).	3. Crear alianzas y convenios con las instituciones del sector público como PRO Ecuador, MIPRO, Cámaras de Comercio para crear clústeres empresariales y se aproveche la infraestructura para exportar y utilizar la capacidad instalada al 100% (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).	
4	Incremento de población de consumo de bebidas sin alcohol	4. Implementar nuevos sistemas de mercadeo aprovechando redes sociales y demás medios e-commerce que le permitan al sector de bebidas sin alcohol incursionar en nuevos segmentos enfocándose en atraer clientes a los nuevos mercados. (F1, F2, F3, O1, O2, O3, O4, O7).		
5	Nuevos productos (sabores y colores) en bebidas sin alcohol			
6	Cambios en la demanda de algunos productos de origen nacional			
7	Tratados de Libre Comercio con la Unión Europea			

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Tabla 62

Matriz FODA para el sector de bebidas con alcohol

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1	Empresarios emprendedores para el sector de bebidas con alcohol.	Capacitación al personal es escasa en la industrialización de bebidas con alcohol	1
2	Clientes consumen bebidas con alcohol con frecuencia	Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol y con alcohol	2
		La reducida capacidad instalada inicial	3
3	Tiendas, supermercados y gasolineras venden bebidas con alcohol los siete días a la semana	Experiencia y conocimiento del mercado de bebidas alcohol	4
		Reducción en las ventas es alta para las empresas que comercializan bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias	5
		Falta de técnicas adecuadas para elaborar bebidas con alcohol	6
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS DO (Buscar Mini -Maxi)	
1	Expansión a nuevos mercados como Rusia, Italia, Japón y China.	1. Realizar un foro nacional promovido por la ADILE, AEIL en el cual intervengan todas las instituciones y agremiaciones locales y nacionales, para capacitar al personal que esté involucrado en el sector de bebidas con alcohol para industrializarlo con el apoyo de las comunidades y pequeñas empresas locales que aumente la capacidad instalada mejorando la matriz productiva (D1, D2, D3, D6, O1, O2, O5, O6).	
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	2. Desarrollar la denominación de origen para el “aguardiente ecuatoriano cotopaxense”, la normatividad para su producción, los organismos reguladores y su marca país con el fin de impulsar agresivamente las bebidas locales a nivel internacional (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).	
3	Incentivar a la gente a consumir de forma moderada las bebidas con alcohol.		
4	El alto precio de las bebidas con alcohol importado.		
5	Traer marcas extranjeras y producir en la provincia para el desarrollo local y adquirir experiencia en el sector de bebidas con alcohol		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA (Confrontar Maxi-Mini)	
1	Que las políticas o normas del gobierno actual afecten el sector de bebidas con alcohol	1. Presentar informe de fomentar el sector de bebidas con alcohol dándoles beneficios tributarios que permitan competir con empresas extranjeras (F1, F5, F6, A2, A4, A6).	1. Desarrollar propuestas sobre el ámbito laboral para no despedir al personal y se genere nuevos horarios de producción para aumentar la capacidad instalada. (D1, D2, D6, A1, A3, A4, A6).
2	Altos impuestos y aranceles en el sector de bebidas con alcohol	2. Optimizar los costos de producción con plantas de tratamiento del agua y de las bebidas con alcohol cuidando el tratamiento potable, con el objetivo de aplicar la Responsabilidad Social empresarial (F1, F2, F5, A1, A2, A6).	2. Realizar propuestas al gobierno actual para que de manera conjunta favorezcan la inversión dentro del sector de bebidas con alcohol sin que ello perjudique al cliente en la oferta de productos (D1, D3, D4, D5, A1, A2, A4, A6, A7).
3	Desastres naturales		
4	Gran número de competidores extranjeros con marcas reconocidas a nivel mundial en el sector de bebidas con alcohol	3. Crear un plan agresivo para el consumo de bebidas con alcohol de forma moderada y responsable (F1, F2, F5, A1, A2, A6).	3. Evitar el contrabando creando una cultura de los actores involucrados y revisar que los productos siempre tengan el sello de la aduana y con factura (D1, D6, A1, A2, A3, A4, A6).
5	Contrabando excesivo en las bebidas con alcohol		
6	Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo		

Fuente: Adaptado de “El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia” (D’Alessio, 2008b).

Una herramienta también importante que se complementa a la Matriz FODA, es la *Matriz Interna Externa (MIE)* que sirve para alinear otras estrategias importantes y que se muestran de forma gráfica las diferencias existentes entre las divisiones de las empresas; también, nos indica la información crítica para la buena toma de decisiones, y permite analizar al sector en dos dimensiones que generan un diagnóstico y direccionamiento estratégico (D'Alessio, 2008).

El resultado de la MIE fue elaborado sobre la base de las ponderaciones totales de la MEFI (eje X) y la MEFE (eje Y), las cuales dan como resultados 2,44 y 2,59. En la MIE, esta intersección se ubica en el cuadrante V, que es un promedio de todo el sector de bebidas sin alcohol.

A continuación (ver figura 81), se aprecia la Matriz Interna Externa del sector de bebidas sin alcohol.

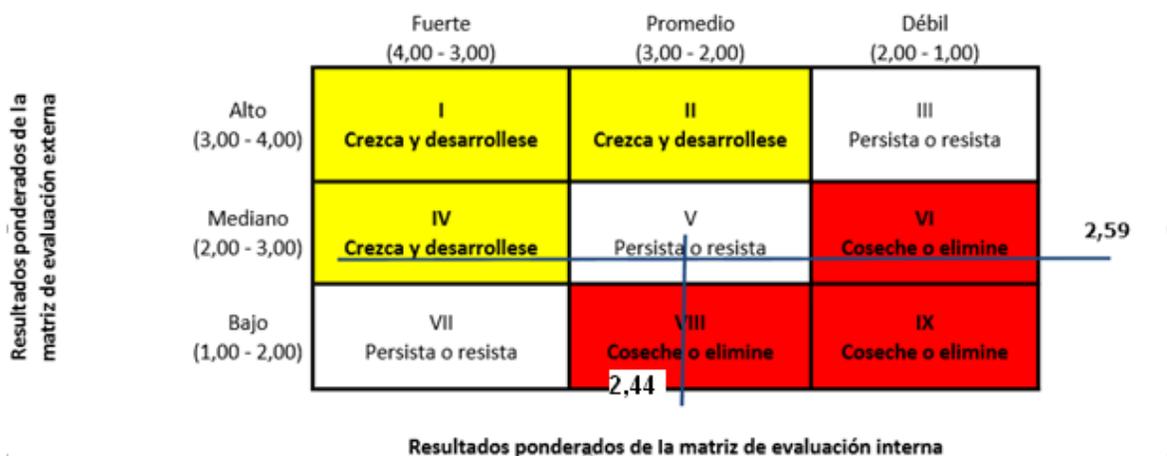


Figura 81 MIE del sector de bebida sin alcohol

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

El resultado de la MIE fue elaborado sobre la base de las ponderaciones totales de la MEFI (eje X) y la MEFE (eje Y), las cuales dan como resultados 2,42 y 2,47. En la MIE, esta intersección se ubica en el cuadrante V, que es un promedio de todo el sector de bebidas con alcohol.

A continuación, en la Figura 82, se aprecia la Matriz Interna y Externa del Sector de bebidas con alcohol.

		Fuerte (4,00 - 3,00)	Promedio (3,00 - 2,00)	Débil (2,00 - 1,00)	
Resultados ponderados de la matriz de evaluación externa	Alto (3,00 - 4,00)	I Crezca y desarrollese	II Crezca y desarrollese	III Persista o resista	
	Mediano (2,00 - 3,00)	IV Crezca y desarrollese	V Persista o resista	VI Coseche o elimine	2,47
	Bajo (1,00 - 2,00)	VII Persista o resista	VIII Coseche o elimine	IX Coseche o elimine	2,42
		Resultados ponderados de la matriz de evaluación interna			

Figura 82 MIE del sector de bebida con alcohol

Fuente: Adaptado de “El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia” (D’Alessio, 2008b).

En conclusión, el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol tiene un gran potencial en obtener ventaja competitiva, lo cual puede protegerse por la aplicación de la ley de salvaguardias a la producción nacional; el factor crítico es la entrada de nuevos competidores, por lo cual se infiere en las estrategias anteriores, con las cuales la organización deberá explotar su posición aceptable.

Para continuar con el análisis con la utilización de las mejores estrategias para el sector de bebidas sin alcohol se integrará solo con las estrategias que estén por encima del promedio de las 13 estrategias, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 63
Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas sin alcohol

Factores Externos Clave	Peso	Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4		Estrategia 5		Estrategia 6		Estrategia 7	
		PA	TPA												
Oportunidades															
1 Expansión a nuevos mercados donde es fuerte el sector de bebidas sin alcohol.	0,07	4	0,28	3	0,21	4	0,28	4	0,28	3	0,21	1	0,07	4	0,28
2 Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30	1	0,10	4	0,40
3 Nuevos hábitos de compra para bebidas sin alcohol como jugos y energizantes.	0,06	2	0,12	4	0,24	2	0,12	2	0,12	3	0,18	4	0,24	1	0,06
4 Incremento de población de consumo de bebidas sin alcohol.	0,05	2	0,10	3	0,15	3	0,15	2	0,10	2	0,10	4	0,20	3	0,15
5 Nuevos productos (sabores y colores) en bebidas sin alcohol.	0,06	3	0,18	4	0,24	2	0,12	2	0,12	4	0,24	4	0,24	4	0,24
6 Cambios en la demanda de algunos productos de origen nacional.	0,07	2	0,14	3	0,21	2	0,14	3	0,21	2	0,14	3	0,21	3	0,21
7 Tratados de Libre Comercio con la Unión Europea.	0,11	4	0,44	3	0,33	4	0,44	4	0,44	2	0,22	1	0,11	4	0,44
Amenazas															
1 Inestabilidad política del gobierno actual.	0,11	3	0,33	3	0,33	4	0,44	4	0,44	3	0,33	2	0,22	3	0,33
2 Incremento de los costos de producción y comercialización por las salvaguardias.	0,06	4	0,24	3	0,18	4	0,24	4	0,24	4	0,24	3	0,18	4	0,24
3 Economía actual en recesión.	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30
4 Elevada competencia a nivel de industria.	0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	4	0,32	4	0,32	2	0,16	3	0,24
5 Desastres naturales.	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,10	2	0,10	2	0,10	3	0,15
6 Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo.	0,08	3	0,24	4	0,32	2	0,16	1	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16
Fortalezas															
1 Experiencia y conocimiento del mercado de bebidas sin alcohol.	0,12	4	0,48	3	0,36	4	0,48	3	0,36	2	0,24	4	0,48	4	0,48
2 Calidad del producto de bebidas sin alcohol.	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40
3 Fidelidad de clientes de bebidas sin alcohol.	0,08	2	0,16	4	0,32	3	0,24	3	0,24	3	0,24	4	0,32	4	0,32
4 Producción y envasados de origen nacional de bebidas sin alcohol.	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	1	0,10
5 Canales de distribución en las bebidas sin alcohol.	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	4	0,40	4	0,40	4	0,40

CONTINÚA 

Factores Externos Clave	Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4		Estrategia 5		Estrategia 6		Estrategia 7		
	Peso	PA	TPA	PA	TPA										
Debilidades															
1 Escasa asociatividad empresarial en el sector de bebidas sin alcohol	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
2 Las ventas se han reducido por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30
3 Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol.	0,05	4	0,20	1	0,05	4	0,20	2	0,10	4	0,20	3	0,15	2	0,10
4 Baja inversión en marketing en bebidas sin alcohol.	0,10	2	0,20	4	0,40	2	0,20	1	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
5 Infraestructura exportadora para bebidas sin alcohol y con alcohol diferenciadoras.	0,05	2	0,10	1	0,05	3	0,15	4	0,20	4	0,20	3	0,15	3	0,15
6 Capacidad instalada al 100% no utilizada en el sector de bebidas sin alcohol.	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Puntaje de Atractividad	2		6,48		6,08		6,27		6,35		5,82		5,69		6,25

Nota: Valor: 4. Muy Atractiva; 3. Atractiva; 2. Algo Atractiva; 1. Sin atractivo

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b)

Tabla 64
Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas sin alcohol

Factores Externos Clave		Estrategia 8		Estrategia 9		Estrategia 10		Estrategia 11		Estrategia 12		Estrategia 13		
		Peso	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA
Oportunidades														
1	Expansión a nuevos mercados donde es fuerte el sector de bebidas sin alcohol.	0,07	2	0,14	4	0,28	3	0,21	3	0,21	3	0,21	2	0,14
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	0,10	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30	3	0,30	2	0,20
3	Nuevos hábitos de compra para bebidas sin alcohol como jugos y energizantes	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12	4	0,24	4	0,24	4	0,24
4	Incremento de población de consumo de bebidas sin alcohol	0,05	4	0,20	2	0,10	2	0,10	3	0,15	4	0,20	2	0,10
5	Nuevos productos (sabores y colores) en bebidas sin alcohol	0,06	4	0,24	2	0,12	2	0,12	4	0,24	4	0,24	4	0,24
6	Cambios en la demanda de algunos productos de origen nacional	0,07	3	0,21	3	0,21	2	0,14	3	0,21	4	0,28	3	0,21
7	Tratados de Libre Comercio con la Unión Europea	0,11	2	0,22	4	0,44	2	0,22	3	0,33	3	0,33	3	0,33
Amenazas														
1	Inestabilidad política del gobierno actual.	0,11	3	0,33	4	0,44	3	0,33	2	0,22	2	0,22	2	0,22
2	Incremento de los costos de producción y comercialización por las salvaguardias	0,06	4	0,24	4	0,24	2	0,12	2	0,12	2	0,12	4	0,24
3	Economía actual en recesión	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4	Elevada competencia a nivel de Industria	0,08	1	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16	4	0,32
5	Desastres naturales	0,05	3	0,15	2	0,10	4	0,20	2	0,10	3	0,15	3	0,15
6	Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo	0,08	2	0,16	4	0,32	3	0,24	1	0,08	4	0,32	3	0,24
Fortalezas														
1	Experiencia y conocimiento del mercado de bebidas sin alcohol	0,12	2	0,24	2	0,24	2	0,24	4	0,48	4	0,48	4	0,48
2	Calidad del producto de bebidas sin alcohol	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40
3	Fidelidad de clientes de bebidas sin alcohol	0,08	4	0,32	2	0,16	2	0,16	4	0,32	4	0,32	4	0,32
4	Producción y envasados de origen nacional de bebidas sin alcohol	0,10	3	0,30	4	0,40	2	0,20	4	0,40	3	0,30	4	0,40
5	Canales de distribución en las bebidas sin alcohol	0,10	4	0,40	4	0,40	2	0,20	4	0,40	4	0,40	4	0,40

CONTINÚA 

Factores Externos Clave	Estrategia 8		Estrategia 9		Estrategia 10		Estrategia 11		Estrategia 12		Estrategia 13		
	Peso	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA	PA	TPA
Debilidades													
1 Escasa asociatividad empresarial en el sector de bebidas sin alcohol	0,10	3	0,30	4	0,40	4	0,40	2	0,20	3	0,30	3	0,30
2 Las ventas se han reducido por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,10	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30
3 Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas sin alcohol	0,05	3	0,15	4	0,20	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15
4 Baja inversión en marketing en bebidas sin alcohol	0,10	1	0,10	2	0,20	1	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20
5 Infraestructura exportadora para bebidas sin alcohol y con alcohol diferenciadoras	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15	3	0,15	3	0,15
6 Capacidad instalada no utilizada en el sector de bebidas sin alcohol	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Puntaje de Atractividad	2		5,55		6,38		4,81		5,96		6,22		6,33
Nota: Valor: 4. Muy Atractiva; 3. Atractiva; 2. Algo Atractiva; 1. Sin atractivo													

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Luego de calcular el puntaje de atractividad el promedio de estrategias del sector comercial de bebidas sin alcohol es de 6,01 que nos sirve para nuestra investigación y se escogerá las estrategias mayores al promedio como prioridad y las otras estrategias serán para futuras investigaciones.

Ahora bien, las estrategias financieras escogidas para el sector de bebidas sin alcohol que se van a proponer para la provincia de Cotopaxi quedan en ocho y son las siguientes:

Estrategia 1: Realizar un foro nacional promovido por la ANFAB en el cual intervengan todas las instituciones y agremiaciones del sector, con el fin de fortalecer el sector de bebidas sin alcohol.

Estrategia 2: Crear un plan de marketing que fortalezca la marca ecuatoriana y se cree asociatividad (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).

Estrategia 3: Crear alianzas y convenios con las instituciones del sector público como PRO Ecuador, MIPRO, Cámaras de Comercio para crear clústeres empresariales y se aproveche la infraestructura para exportar y utilizar la capacidad instalada al 100% (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).

Estrategia 4: Utilizar los acuerdos comerciales actuales respetando los tratados dándose el libre comercio entre regiones y emitir un informe sobre los beneficios de firmar con la UE (F1, F2, F3, F4, O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7).

Estrategia 5: Implementar nuevos sistemas de mercadeo aprovechando redes sociales y demás medios e-commerce que le permitan al sector de bebidas sin alcohol incursionar en nuevos segmentos enfocándose en atraer clientes a los nuevos mercados (F1, F2, F3, O1, O2, O3, O4, O7).

Estrategia 6: Hacer propuestas al gobierno actual para que de manera conjunta favorezcan el desempeño del sector de bebidas sin alcohol sin que ello perjudique al cliente en la oferta de productos y se elimine las salvaguardias (D1, D3, D4, D5, A1, A2, A4, A6).

Estrategia 7: Realizar investigación de mercados para identificar tendencias en los consumidores y así desarrollar nuevas bebidas sin alcohol acordes a las necesidades de los clientes a precios según la condición de vida de los consumidores (F1, F5, F6, A2, A3, A4, A5, A6).

Estrategia 8: Optimizar los costos de producción de las bebidas sin alcohol con plantas de tratamiento del agua cuidando el tratamiento potable, con el objetivo de mantener costos competitivos en el sector de bebidas sin alcohol (F12 F3, F5, A1, A2, A3, A4, A5, A6).

Ahora el análisis de las mejores estrategias para el sector de bebidas con alcohol se integrará solo con las estrategias que estén por encima del promedio de las 13 estrategias, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 65
Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas con alcohol

Factores Externos Clave	Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4		Estrategia 5		Estrategia 6				
	Peso	Valor	Pond	Valor	Pond										
Oportunidades															
1	Expansión a nuevos mercados como Rusia, Italia, Japón y China.		0,12	4	0,48	4	0,48	2	0,24	3	0,36	4	0,48	4	0,48
2	Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.		0,10	4	0,40	4	0,40	2	0,20	3	0,30	4	0,40	4	0,40
3	Incentivar a la gente a consumir de forma moderada las bebidas con alcohol.		0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32	2	0,16	2	0,16	2	0,16
4	El alto precio de las bebidas con alcohol importado.		0,07	4	0,28	4	0,28	4	0,28	3	0,21	2	0,14	2	0,14
5	Traer marcas extranjeras y producir en la provincia para el desarrollo local y adquirir experiencia en el sector de bebidas con alcohol		0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36	2	0,18	4	0,36
Amenazas															
1	Que las políticas o normas del gobierno actual afecten el sector de bebidas con alcohol		0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44
2	Altos impuestos y aranceles en el sector de bebidas con alcohol		0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48	2	0,24	2	0,24	3	0,36
3	Desastres naturales		0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4	Gran número de competidores extranjeros con marcas reconocidas a nivel mundial en el sector de bebidas con alcohol		0,08	4	0,32	3	0,24	2	0,16	3	0,24	4	0,32	3	0,24
5	Contrabando excesivo en las bebidas con alcohol		0,05	2	0,10	2	0,10	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15
6	Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo		0,08	2	0,16	2	0,16	4	0,32	3	0,24	2	0,16	3	0,24

CONTINÚA 

Factores Externos Clave	Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4		Estrategia 5		Estrategia 6			
	Peso	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	
Fortalezas														
1	Empresarios emprendedores para el sector de bebidas con alcohol.	0,13	3	0,39	4	0,52	4	0,52	4	0,52	3	0,39	3	0,39
2	Clientes consumen bebidas con alcohol con frecuencia.	0,14	4	0,56	4	0,56	4	0,56	2	0,28	3	0,42	3	0,42
3	Tiendas, supermercados y gasolineras venden bebidas con alcohol los siete días a la semana.	0,12	4	0,48	4	0,48	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Debilidades														
1	Capacitación al personal es escasa en la industrialización de bebidas con alcohol	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32	2	0,16	3	0,24	3	0,24
2	Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas con alcohol	0,1	3	0,30	3	0,30	3	0,30	2	0,20	3	0,30	4	0,40
3	La reducida capacidad instalada inicial	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	4	0,40	3	0,30	3	0,30
4	Experiencia y conocimiento del sector de bebidas con alcohol	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27	2	0,18	3	0,27
5	Reducción en las ventas es alta para las empresas que comercializan bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36	3	0,36
6	Falta de técnicas adecuadas para elaborar bebidas con alcohol	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
Puntaje de Atractividad		2	6,63		6,46		6,20		5,91		5,73		6,37	

Nota: Valor: 4. Muy Atractiva; 3. Atractiva; 2. Algo Atractiva; 1. Sin atractivo

Fuente: Adaptado de "El Proceso Estratégico: Un Enfoque de Gerencia" (D'Alessio, 2008b).

Tabla 66
Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE) del sector de bebidas con alcohol

Factores Externos Clave	Estrategia 7		Estrategia 8		Estrategia 9		Estrategia 10		Estrategia 11		
	Peso	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond
Oportunidades											
1 Expansión a nuevos mercados como Rusia, Italia, Japón y China.	0,12	3	0,36	3	0,36	4	0,48	3	0,36	2	0,24
2 Utilizar acuerdos comerciales existentes como el ALBA, ALADI, UNASUR, CAN, CELAC.	0,10	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20
3 Incentivar a la gente a consumir de forma moderada las bebidas con alcohol.	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16	4	0,32	4	0,32
4 El alto precio de las bebidas con alcohol importado.	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21	2	0,14	2	0,14
5 Traer marcas extranjeras y producir en la provincia para el desarrollo local y adquirir experiencia en el sector de bebidas con alcohol	0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18	3	0,27	2	0,18
Amenazas											
1 Que las políticas o normas del gobierno actual afecten el sector de bebidas con alcohol	0,11	4	0,44	4	0,44	4	0,44	4	0,44	3	0,33
2 Altos impuestos y aranceles en el sector de bebidas con alcohol	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48	2	0,24	2	0,24
3 Desastres naturales	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	2	0,20
4 Gran número de competidores extranjeros con marcas reconocidas a nivel mundial en el sector de bebidas con alcohol	0,08	4	0,32	3	0,24	3	0,24	3	0,24	4	0,32
5 Contrabando excesivo en las bebidas con alcohol	0,05	3	0,15	4	0,20	2	0,10	3	0,15	2	0,10
6 Cambios de condición de vida de los consumidores por el desempleo	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24
Fortalezas											
1 Empresarios emprendedores para el sector de bebidas con alcohol.	0,13	3	0,39	3	0,39	3	0,39	4	0,52	3	0,39
2 Clientes consumen bebidas con alcohol con frecuencia.	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42	4	0,56	3	0,42
3 Tiendas, supermercados y gasolineras venden bebidas con alcohol los siete días a la semana.	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	4	0,48	4	0,48

CONTINÚA 

Factores Externos Clave	Estrategia 7		Estrategia 8		Estrategia 9		Estrategia 10		Estrategia 11		
	Peso	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond	Valor	Pond
Debilidades											
1 Capacitación al personal es escasa en la industrialización de bebidas con alcohol	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24	3	0,24	3	0,24
2 Excesiva rotación de personal en las comercializadoras de bebidas con alcohol	0,1	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30	3	0,30
3 La reducida capacidad instalada inicial	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20	3	0,30
4 Experiencia y conocimiento del sector de bebidas con alcohol	0,09	3	0,27	3	0,27	3	0,27	3	0,27	2	0,18
5 Reducción en las ventas es alta para las empresas que comercializan bebidas con alcohol por la aplicación de la ley de salvaguardias	0,12	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36	3	0,36
6 Falta de técnicas adecuadas para elaborar bebidas con alcohol	0,12	3	0,36	2	0,24	2	0,24	3	0,36	3	0,36
Puntaje de Atractividad	2		6,31		5,95		6,11		6,29		5,54

Nota: Valor: 4. Muy Atractiva; 3. Atractiva; 2. Algo Atractiva; 1. Sin atractivo

Luego de calcular el puntaje de atractividad el promedio de estrategias del sector comercial de bebidas con alcohol es de 6,14 que nos sirve para nuestra investigación y se escogerá las estrategias mayores al promedio como prioridad y las otras estrategias serán para futuras investigaciones.

Ahora bien, las estrategias para el sector de bebidas con alcohol que se van a utilizar para la provincia de Cotopaxi son las siguientes:

Estrategia 1: Realizar un foro nacional promovido por la ADILE, AEIL en el cual intervengan todas las instituciones y agremiaciones locales y nacionales, para capacitar al personal que esté involucrado en el sector de bebidas con alcohol para industrializarlo con el apoyo de las comunidades y pequeñas empresas locales que aumente la capacidad instalada mejorando la matriz productiva (D1, D2, D3, D6, O1, O2, O5, O6).

Estrategia 2: Desarrollar la denominación de origen para el “aguardiente ecuatoriano cotopaxense”, la normatividad para su producción, los organismos reguladores y su marca país con el fin de impulsar agresivamente las bebidas locales a nivel internacional (D1, D5, D6, O1, O2, O6, O7).

Estrategia 3: Incrementar las ventas de las bebidas por medio de la implantación de campañas de maridaje y preparaciones en base a bebidas con alcohol nacionales, lograr así motivar a los consumidores y obtener fidelización en cadena de comercialización (F1, F2, F3, O1, O3, O5, O6, O7).

Estrategia 6: Desarrollar propuestas sobre el ámbito laboral para no despedir al personal y se genere nuevos horarios de producción para aumentar la capacidad instalada. (D1, D2, D6, A1, A3, A4, A6).

Estrategia 7: Realizar propuestas al gobierno actual para que de manera conjunta favorezcan la inversión dentro del sector de bebidas con alcohol sin que ello perjudique al cliente en la oferta de productos (D1, D3, D4, D5, A1, A2, A4, A6, A7).

Estrategia 10: Optimizar los costos de producción con plantas de tratamiento del agua y de las bebidas con alcohol cuidando el tratamiento potable, con el objetivo de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial (F1, F2, F5, A1, A2, A6).

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA E IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR LA ADOPCIÓN DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO 2015

En este capítulo vamos a evaluar primeramente el sector comercial de Bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador y luego la evaluación del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en Cotopaxi.

5.1. Evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en ecuador

La evaluación financiera empezaremos con las importaciones de las bebidas sin alcohol y con alcohol de forma trimestral, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 67
Importaciones Trimestrales partida 22 (2014-2016) en (USD millones)

Trimestres	Importaciones (millones de dólares)	Tasa de Crecimiento en %	Tasa de Crecimiento en valores (millones de dólares)
2014 – I	6,403		
2014 – II	8,206	28,16%	1,803
2014 – III	11,692	42,48%	3,486
2014 – IV	15,318	31,01%	3,626
2015 – I	11,398	-25,59%	-3,92
2015 – II	5,648	-50,45%	-5,75
2015 – III	6,926	22,63%	1,278
2015 – IV	8,912	28,67%	1,986
2016 – I	5,448	-38,87%	-3,464

Fuente: Basado en estadísticas del (BCE, 2016)

En la siguiente Figura 83, se muestra la tendencia de crecimiento de las importaciones de la partida 22 de bebidas.

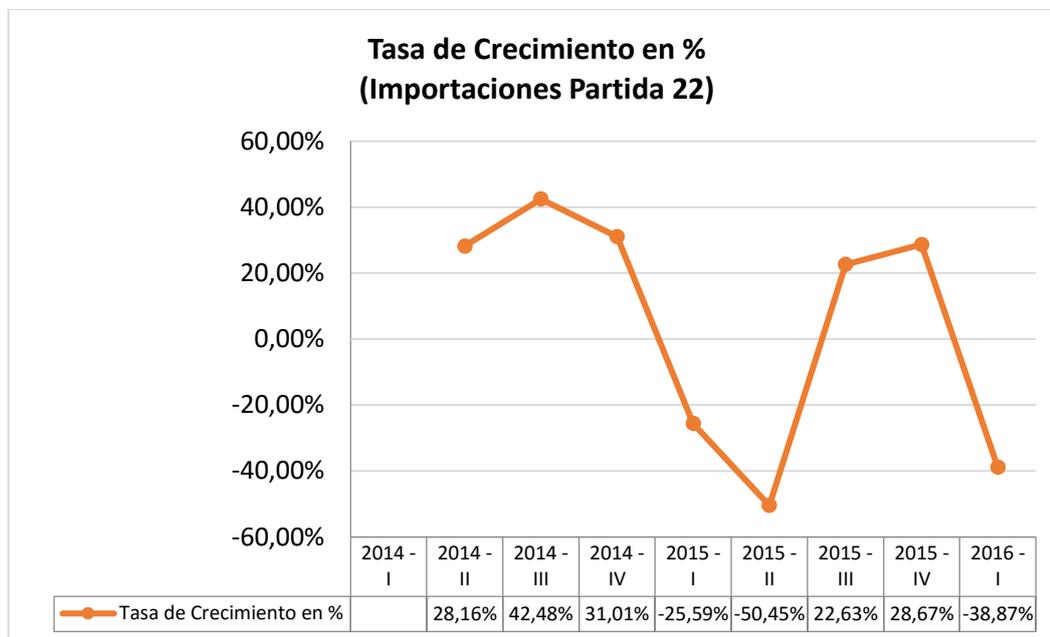


Figura 83 Tasa de crecimiento en % Importaciones partida 22

Análisis

En el año 2014 la variación del primer y segundo trimestre es de 28,16%, para el segundo y tercer trimestre se incrementó al 42,88%, para el tercer y cuarto trimestre las importaciones bajaron a un 31,01%, para el cuarto y primer trimestre del año 2015 disminuyó al -25,59% por el anuncio de la aplicación de la ley de salvaguardias, para el primer y segundo trimestre del año 2015 por la aplicación de la ley de salvaguardias en el Ecuador disminuyó al -50,45% considerablemente.

Para el segundo y tercer trimestre del año 2015 volvieron a subir las importaciones al 22,63% por que se necesitan dichas importaciones para seguir sobreviviendo las empresas, para el tercer y cuarto trimestre del año 2015 subieron levemente al 28,67% y para el cuarto y primer trimestre del año 2016 bajaron considerablemente hasta caer al -38,87% porque en este trimestre el gobierno actual ofreció disminuir poco a poco hasta eliminarlas, pero no se dio hasta el momento.

Pronóstico

Según el análisis anterior la tendencia de crecimiento de las Importaciones en la partida 22, está decayendo por la aplicación de la ley de salvaguardias y la situación económica del país, por lo que es desfavorable para todos los sectores comerciales.

Tabla 68
Exportaciones Trimestrales partida 22 (2014-2016) en (USD millones)

Trimestres	Exportaciones(millones de dólares)	Tasa de Crecimiento en %	Tasa de Crecimiento en valores (millones de dólares)
2014 – I	4,025		
2014 – II	5,603	39,20%	1,578
2014 – III	7,872	40,50%	2,269
2014 – IV	8,773	11,45%	0,901
2015 – I	4,378	-50,10%	-4,395
2015 – II	4,384	0,14%	0,006
2015 – III	6,134	39,92%	1,75
2015 – IV	7,176	16,99%	1,042
2016 – I	3,465	-51,71%	-3,711

Fuente: Basado en estadísticas del (BCE, 2016)

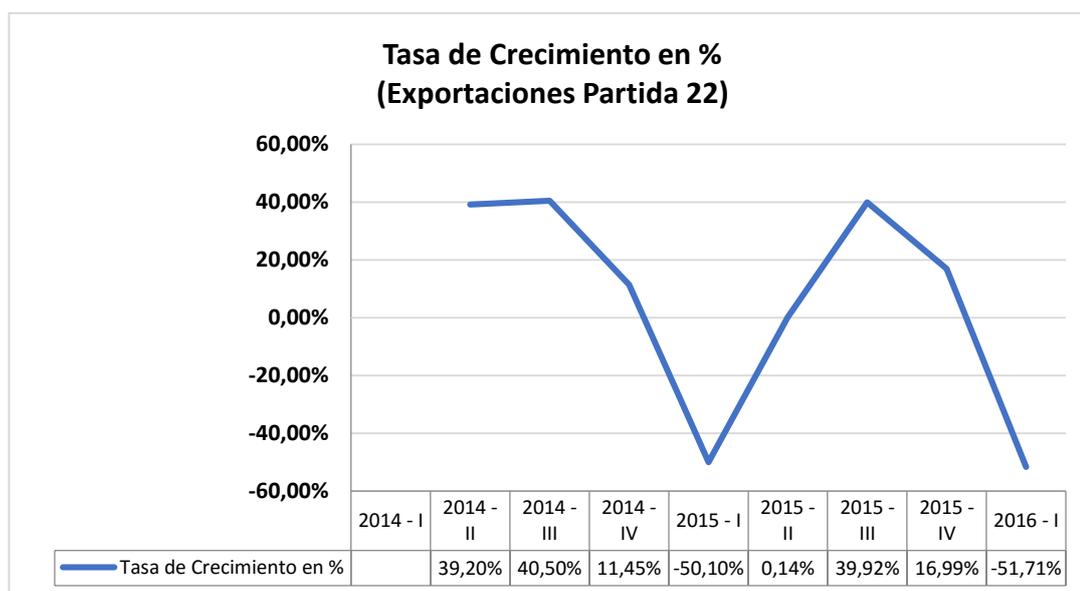


Figura 84 Tasa de crecimiento en % Exportaciones partida 22

Análisis

En el año 2014 la variación del primer y segundo trimestre es de 39,20%, para el segundo y tercer trimestre se incrementó al 40,50%, para el tercer y cuarto trimestre las exportaciones bajaron a un 11,45%, para el cuarto y primer trimestre del año 2015 disminuyó al -50,10% por el anuncio de la aplicación de la ley de salvaguardias, para el primer y segundo trimestre del año 2015 por la aplicación de la ley de salvaguardias en el Ecuador aumento al 0,14% considerablemente.

Para el segundo y tercer trimestre del año 2015 volvieron a subir las exportaciones al 39,92% por que se necesitan dichas exportaciones para seguir sobreviviendo las empresas, para el tercer y cuarto trimestre del año 2015 bajaron levemente al 16,99% y para el cuarto y primer trimestre del año 2016 bajaron considerablemente hasta caer al -51,71% porque en este trimestre el gobierno actual ofreció disminuir poco a poco hasta eliminarlas, pero no se dio hasta el momento.

Pronóstico

Según el análisis anterior la tendencia de crecimiento de las Exportaciones en la partida 22, está decayendo por la aplicación de la ley de salvaguardias, la situación económica del país y los Impuestos creados por el gobierno estos últimos 10 años, por lo que es desfavorable para todos los sectores comerciales.

Tabla 69
Saldo Comercial Trimestral partida 22 (2014-2016) en (USD millones)

Trimestres	Saldo Comercial (millones de dólares)	Tasa de Crecimiento en %	Tasa de Crecimiento en valores (millones de dólares)
2014 - I	-2,378		
2014 - II	-2,603	9,46%	-0,225
2014 - III	-3,82	46,75%	-1,217
2014 - IV	-6,545	71,34%	-2,725
2015 - I	-7,02	7,26%	-0,475
2015 - II	-1,264	-81,99%	5,756
2015 - III	-0,792	-37,34%	0,472
2015 - IV	-1,736	119,19%	-0,944
2016 - I	-1,983	14,23%	-0,247

Fuente: Basado en estadísticas del (BCE, 2016)

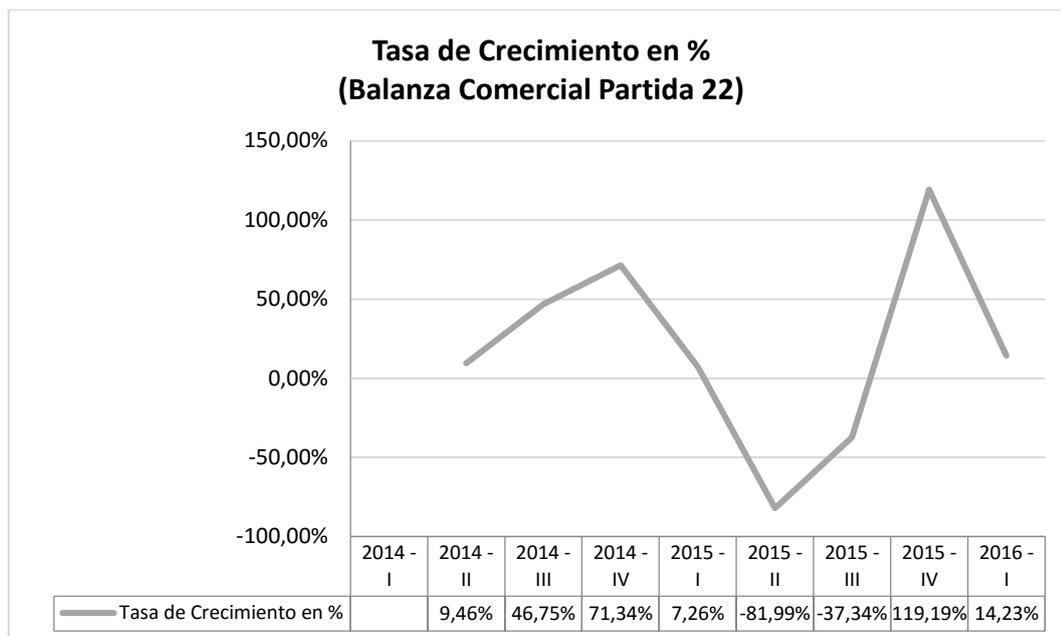


Figura 85 Tasa de crecimiento en % Balanza Comercial partida 22

Análisis

En el año 2014 la variación del primer y segundo trimestre es de 9,46%, para el segundo y tercer trimestre se incrementó al 46,75%, para el tercer y cuarto trimestre el saldo comercial subió a un 11,45%, para el cuarto y primer trimestre del año 2015 aumento al 71,34%, para el primer y segundo trimestre del año 2015 por la aplicación de la ley de salvaguardias en el Ecuador disminuyo al 7,26% considerablemente.

Para el segundo y tercer trimestre del año 2015 volvieron a bajar el saldo comercial al -81,99% por que se necesitan dichas exportaciones para seguir sobreviviendo las empresas, para el tercer y cuarto trimestre del año 2015 subieron considerablemente al 119,19% y para el cuarto y primer trimestre del año 2016 bajaron hasta caer al 14,23% porque en este trimestre el gobierno actual ofreció disminuir poco a poco hasta eliminarlas, pero no se dio hasta el momento.

Pronóstico

Según el análisis anterior la tendencia de crecimiento de las Importaciones y de las Exportaciones en la partida 22, como es lógico la Balanza Comercial ha sido afectada por que existe un desequilibrio en la balanza por las políticas de gobierno adoptadas que afectaron al sector

comercial que exporta y/o importa afectando a la Balanza de Pagos del Ecuador por lo que se debe formular estrategias factibles para dichos sectores.

5.1.2. Efecto de la aplicación de las salvaguardias en el sector comercial de bebidas en el Ecuador

El efecto de la aplicación de la ley de salvaguardias se siente en la economía de los empresarios y de los hogares ya que los importadores pueden aumentar los precios al adquirir las nuevas mercaderías o tomar la decisión bajar los volúmenes de importación, y que estas dos medidas generarían un aumento de precios.

A esto se le agrega el estado de la producción nacional, que, al menos en el corto plazo, no es competente para suplir una gran cantidad de los bienes que se importan actualmente, por esta razón, se torna vital la potenciación de estrategias que permitan la transformación productiva nacional y local, sobre todo en sectores estratégicos como la agricultura, manufactura para que puedan producir bienes sustitutos a los importados en un menor tiempo.

Finalmente, aunque lo óptimo sería apoyar a las empresas nacionales para que puedan formarse en proveedores eficientes de la demanda local, este es un proceso a largo plazo y solicitaría un aporte importante del gobierno actual, como recursos económicos cuya disponibilidad es cuestionable por el actual déficit presupuestario del Gobierno.

5.2. Impacto económico social

5.2.1. Efectos en la balanza de pagos

Tenemos la Balanza de Pagos del Ecuador comprendido desde el año 2014-2016 en trimestres donde se muestra en la Tabla 71:

Tabla 70
Balanza de Pagos Ecuador (2014-2016) en (USD millones)

Trimestres	Balanza de pagos Global (En millones de dólares)	Balanza de Pagos Cuenta Corriente (En millones de dólares)	Balanza de Pagos Cuenta de Capital y Financiera (En millones de dólares)	Errores y Omisiones (En millones de dólares)
2014 – I	-373,03	549,79	-965,75	42,93
2014 – II	1818,20	310,42	1596,54	-88,77
2014 – III	877,05	-37,39	972,95	-58,51
2014 – IV	-2746,69	-1349,54	-1276,89	-120,26
2015 – I	-292,73	-892,24	693,39	-93,88
2015 – II	1064,74	-265,07	1244,57	85,24
2015 – III	-1238,52	-462,64	-755,16	-20,73
2015 – IV	-1022,37	-472,17	-614,78	64,58
2016 – I	-90,74	-32,88	-169,33	111,47

Fuente: Basado en estadísticas del (BCE, 2016)

En la Figura 86 se muestra la tendencia en millones de dólares:

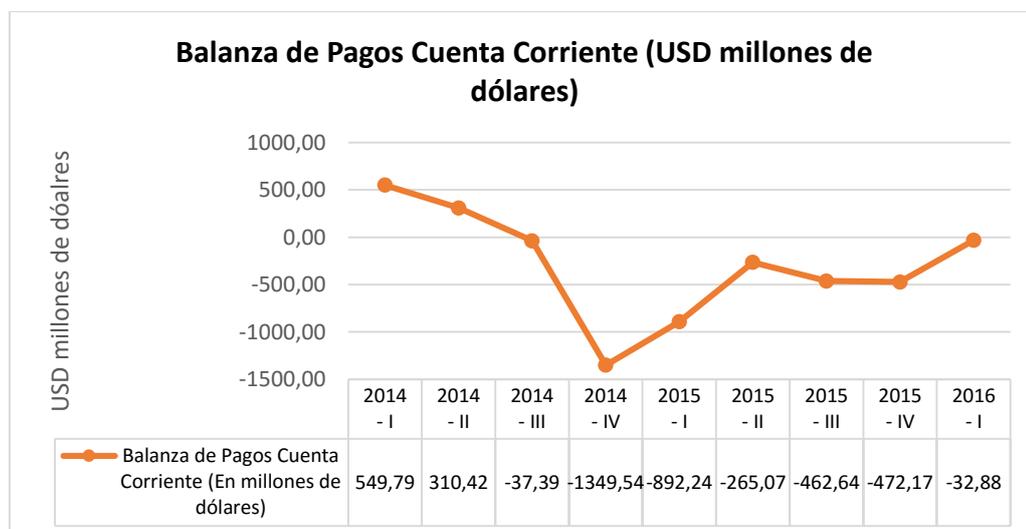


Figura 85 Balanza de Pagos Cuenta Corriente Ecuador (2014-2016)

Análisis

Lo últimos años la Balanza de Pagos Cuenta Corriente en Ecuador ha estado en constante cambio, en el primer trimestre del año 2015 este fue negativo con USD - 892,24 millones de dólares, luego en el segundo trimestre del 2015 aumento USD -265,07 millones de dólares, para el tercer trimestre se disminuyó drásticamente con USD -462,64 millones de dólares,

luego en el cuarto trimestre se obtuvo USD -472,17 millones de dólares, y para el primer semestre del 2016 se mantiene unas buenas expectativas dándose un aumento de USD -32,88 millones de dólares.

Pronóstico

La Balanza de Pagos de Cuenta Corriente en el Ecuador en los últimos años esta descompensada, está formada por la los Bienes que conforman las Exportaciones e Importaciones, la cuenta de Servicios ha sido afectada por la disminución de Servicios prestados y se ha mantenido estable los Servicios recibidos; y la cuenta de Renta ha sido afectada por no tener Inversión Directa suficiente y los altos costos de las remuneraciones; y por último las Transferencias Corrientes donde la cuentas más relevante son las Remesas de trabajadores que han disminuido los últimos años; todo esto sumado nos dan una Balanza de Pagos con incertidumbre para los años futuros por lo que es un estado desfavorable para todos los comerciantes y el país en general.

5.2.2. Efectos en el sector laboral

El efecto en el sector laboral en el Ecuador lo vamos a representar en los indicadores de desempleo, el subempleo del periodo 2014-2016 de forma trimestral para conocer la influencia que se ha tenido con la aplicación de la ley de salvaguardias antes y después de esta medida, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 71
Indicadores Desempleo Ecuador (2014-2016) en %

Trimestres	Desempleo Urbano (%)	Desempleo Rural (%)	Desempleo Nacional (%)	Desempleo Abierto Nacional (%)	Desempleo Oculto Nacional (%)
2014 – I	5,6	3,3	4,9	3,8	1,0
2014 – II	5,7	2,3	4,7	3,7	1,0
2014 – III	4,7	2,3	3,9	3,1	0,8
2014 – IV	4,5	2,2	3,8	3,7	0,8
2015 – I	4,8	1,9	3,8	3,3	0,5
2015 – II	5,6	2,2	4,5	3,7	0,8
2015 – III	5,5	1,8	4,3	3,7	0,6
2015 – IV	5,6	2,9	4,8	3,7	1,1
2016 – I	7,4	2,4	5,7	4,9	0,8

Fuente: Basado en estadísticas del (INEC, 2016)

En la Figura 87 se muestra la tendencia en millones de dólares:

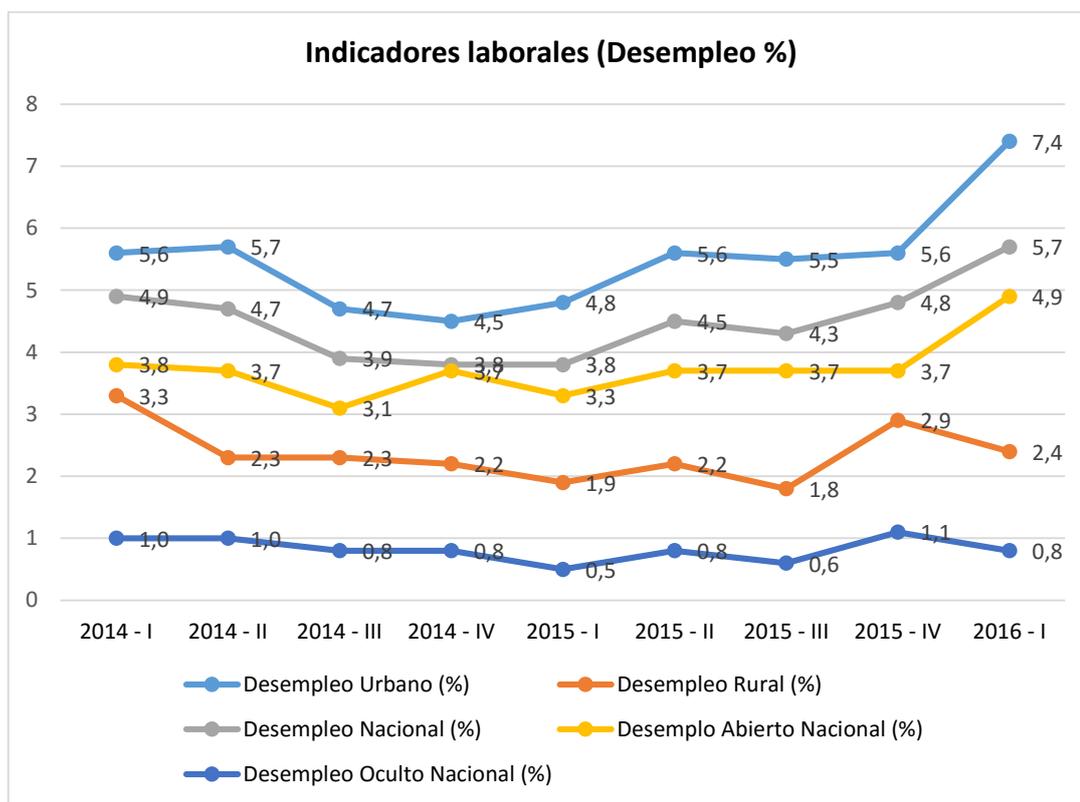


Figura 86 Indicadores Laborales Desempleo Ecuador (2014-2016)

Fuente: Basado en estadísticas del (INEC, 2016)

Análisis

Como se muestra en la Tabla 72 y Figura 87, el desempleo va en aumento, el desempleo nacional desde el año 2015 en el primer trimestre fue de 4,8%, para luego ir en aumento en el segundo trimestre a 5,6%, en el tercer trimestre una pequeña disminución de 5,5%, luego un aumento mínimo al 5,6% y para el primer trimestre del año 2016 aumento considerablemente del 7,4%.

Pronóstico

Esta es una de las variables más importantes para la economía del país, ya que es preocupante porque cada día es de mayor incertidumbre en nuestro país porque no existe medidas y ni propuestas para la creación de empleo adecuado, por lo que es desfavorable desde todo punto de vista estar en recesión económica en la actualidad,

Otro indicador importante del sector laboral en el Ecuador, es el Subempleo que lo tenemos de forma nacional, urbano, rural, por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos representados en periodos trimestrales.

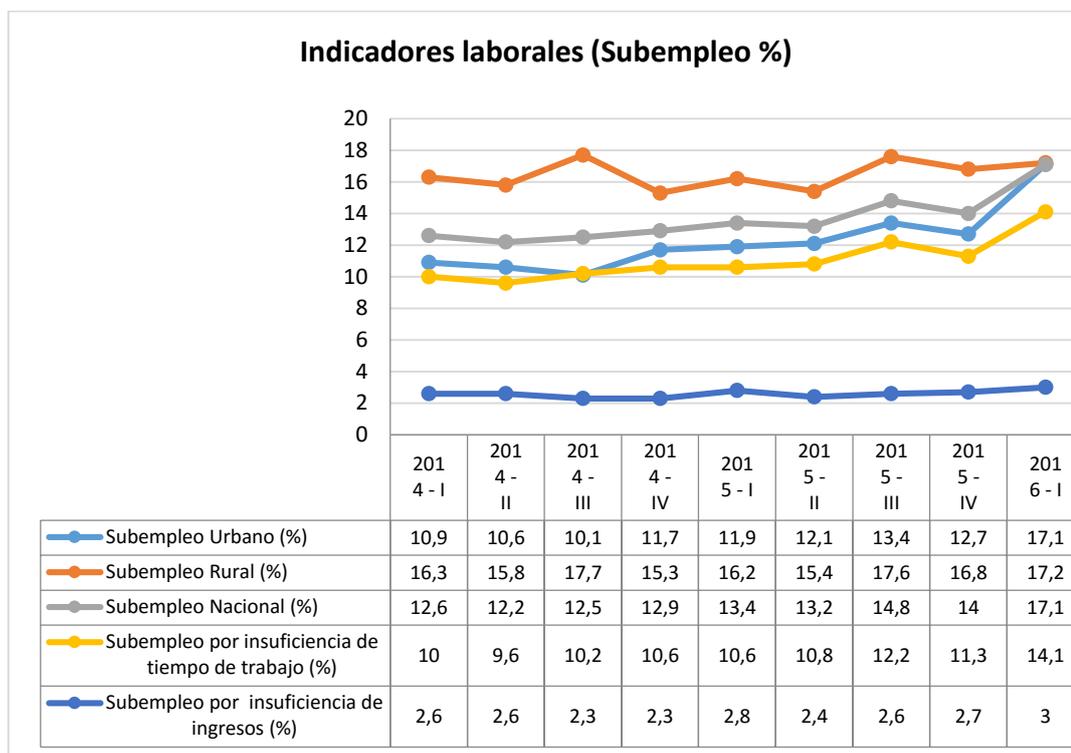


Figura 87 Indicadores Laborales Subempleo Ecuador (2014-2016)

Fuente: Basado en estadísticas del (INEC, 2016)

Análisis

Como se muestra en la Figura 88, el Subempleo va en aumento, el desempleo nacional desde el año 2015 en el primer trimestre fue de 13,4%, para luego ir en el segundo trimestre a 13,2%, en el tercer trimestre un aumento en 14,8%, luego disminuye en forma mínimo al 14,0% y para el primer trimestre del año 2016 aumento considerablemente del 14,1%.

Pronóstico

Esta variable sufre cambios desfavorables en el mejoramiento de la matriz productiva del país, ya que no existe en estos momentos una estabilidad laboral de los ecuatorianos que afectan a todos los sectores

económicos del país, porque no se genera empleo ya que las empresas pagan altos impuestos y la inflación se mantiene alta, afectando a todos los ecuatorianos.

Es importante revisar el Empleo adecuado de forma plena en el sector urbano y el sector rural de forma trimestral en el periodo 2014-2016, ver Figura 89.

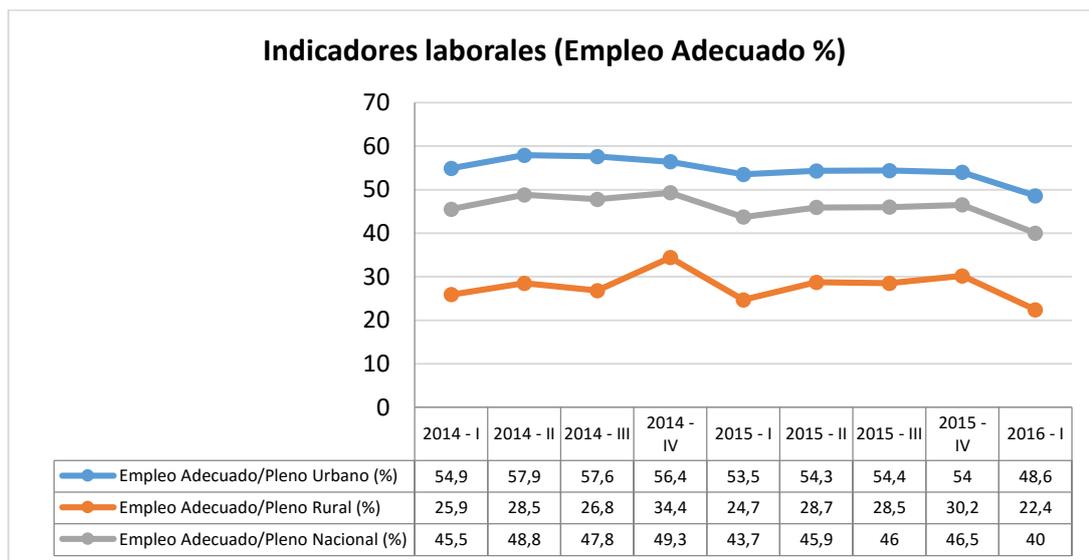


Figura 88 Indicadores Laborales Empleo Adecuado/Pleno Ecuador (2014-2016)

Fuente: Basado en estadísticas del (INEC, 2016)

Análisis

Por lo que el empleo adecuado se ha mantenido en promedio de alrededor de 56% en el año 2015, pero entrando en el primer trimestre del año 2016 este ha disminuido en 4 puntos, notándose una afectación por la inestabilidad económica y política del Ecuador.

Pronóstico

Este significa que el Empleo Inadecuado esta alrededor del 50% en el Ecuador, según la tendencia por la inestabilidad económica y seguridad jurídica que enfrenta nuestros empresarios y todos los actores involucrados en este modelo económico de demasiado gasto público, por lo que este indicador es unos de más desfavorables de América

Este indicador es muy importante del sector laboral en el Ecuador, es el empleo adecuado por actividad según CIU 4.0 elaborado por el INEC (ver Figura 90).

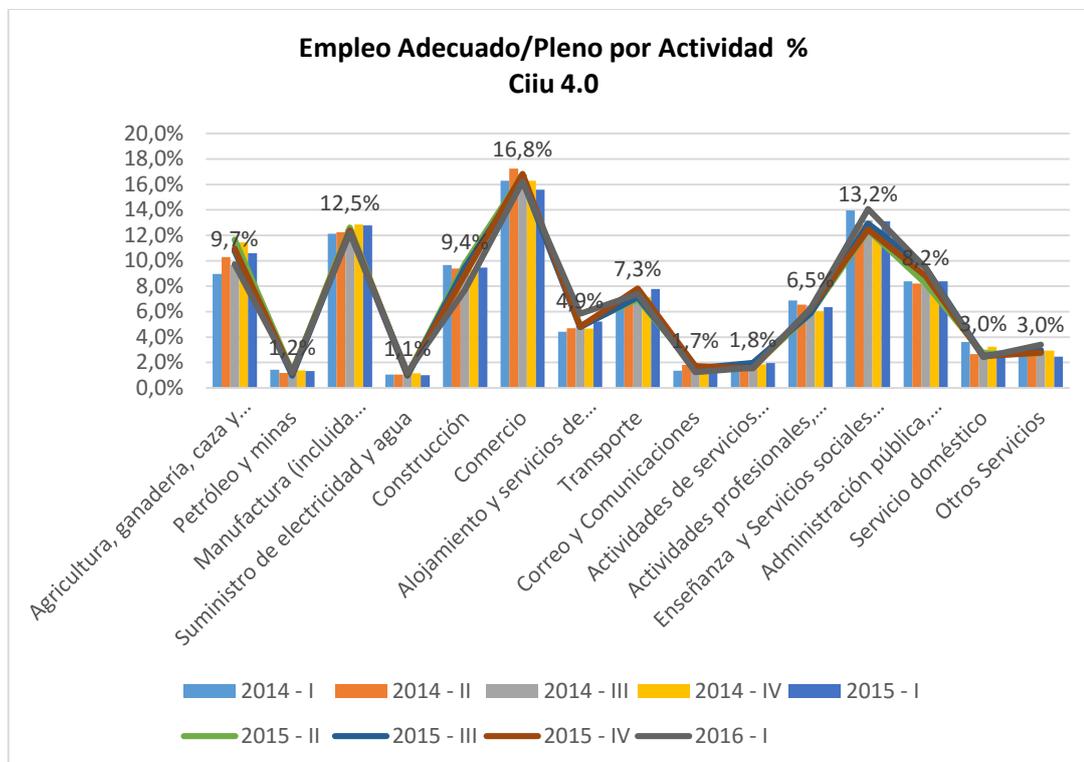


Figura 89 Empleo Adecuado/Pleno por Actividad Ecuador (2014-2016)

Fuente: Basado en estadísticas del (INEC, 2016)

Análisis

Las actividades en promedio desde el periodo 2014 y 2016, que más aportan al empleo adecuado en el Ecuador, son el sector del Comercio con 16,8%, la Enseñanza y servicios con 13,20%, la Manufactura, la Agricultura, ganadería y la Construcción con 12,5% que son importantes para el país en el periodo 2014-2016.

Pronóstico

El sector de Comercio es fundamental para todos los sectores de la economía ecuatoriana, en nuestro caso del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol como lo hemos estado revisando ha sido uno de los afectados en lo que se refiere a las bebidas con alcohol, por lo que es

desfavorable se necesitan formular estrategias para este sector tan importante del país y de nuestra provincia de Cotopaxi.

5.3. Evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol en Cotopaxi

Este análisis se aplicará al Estado de Situación Financiera y al Estado de Resultados de los periodos del año 2015 y del año 2016 y estará orientado a evaluar la liquidez, rentabilidad, actividad y endeudamiento de las dos empresas del sector de bebidas en Cotopaxi, las que están registradas en el sitio web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (www.supercias.gob.ec), de tal forma que nos permita determinar la evolución de la empresa en el pasado y apreciar su situación financiera actual, para luego formular las estrategias financieras para el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi en el capítulo 6.

Iniciaremos el estudio por el análisis horizontal y vertical de cada una de las empresas del sector comercial sin alcohol y con alcohol, luego procederemos analizar los indicadores, obteniendo así información acerca de la rotación de cartera, inventario, rentabilidades de patrimonio, activo, pasivos, márgenes de utilidad, entre otros logrando con esto posicionar las empresas de acuerdo a los resultados obtenido.

Tabla 72
Estado de Situación Financiera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

RUC 0590055328001
 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC
 CIU Nivel 6 G4630.94
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (en USD)

	2015	%	2016	%	var %	var \$
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	35911,35	2,67%	275945,57	21,61%	668,41%	240034,22
INVERSIONES CORRIENTES	300.000,00	22,30%	0		-100,00%	-300000,00
(-) PROVISIÓN POR DETERIORO DE IC	0		0			
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES LOCALES	49428,85	3,67%	53925,39	4,22%	9,10%	4496,54
DEL EXTERIOR	0		0			
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES LOCALES	9444,31	0,70%	12094,88	0,95%	28,07%	2650,57
DEL EXTERIOR	0		0			
(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES Y DETERIORO	-1767,76	-0,13%	-2213,77	-0,17%	25,23%	-446,01
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (ISD)	0		0			
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (IVA)	9412,02	0,70%	7223,26	0,57%	-23,25%	-2188,76
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (RENTA)	16401,16	1,22%	13895,18	1,09%	-15,28%	-2505,98
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	101669,71	7,56%	102586,79	8,03%	0,90%	917,08
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	0		0			
INVENTARIO DE SUMINISTROS Y MATERIALES	0		0			
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACÉN	82750,81	6,15%	97652,04	7,65%	18,01%	14901,23
INVENTARIO REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	2904,11	0,22%	5186,02	0,41%	78,58%	2281,91
(-) PROVISIÓN DE INVENTARIO POR VALOR NETO DE REALIZACIÓN Y OTRAS PÉRDIDAS EN INVENTARIO	-991,43	-0,07%	-2339,56	-0,18%	135,98%	-1348,13
ACTIVOS PAGADOS POR ANTICIPADO	7274,18	0,54%	6987,71	0,55%	-3,94%	-286,47
(-) PROVISIÓN POR DETERIORO DEL VALOR DEL ACTIVO CORRIENTE	0		0			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	0		0			
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	612437,31	45,52%	570943,51	44,71%	-6,78%	-41493,8
ACTIVOS NO CORRIENTES						

CONTINÚA



PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS

TERRENOS	92207,3	6,85%	92207,3	7,22%		
INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)	490623,19	36,47%	490623,19	38,42%		
CONSTRUCCIONES EN CURSO	7995,38	0,59%	41023,84	3,21%	413,09%	33028,46
MUEBLES Y ENSERES	55765,4	4,15%	59770,93	4,68%	7,18%	4005,53
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES	341559,89	25,39%	343881,7	26,93%	0,68%	2321,81
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	57006,32	4,24%	64499,32	5,05%	13,14%	7493
VEHÍCULOS, EQUIPO DE TRANSPORTE Y CAMINERO MÓVIL	285349,25	21,21%	285349,25	22,34%		
OTROS PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	28588,62	2,13%	21040,55	1,65%	-26,40%	-7548,07
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-747105,93	-55,54%	-788173,7	-61,72%	5,50%	-41067,77
(-) DETERIORO ACUMULADO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-35647,04	-2,65%	-47529,08	-3,72%	33,33%	-11882,04
TOTAL PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS	576342,38	42,84%	562693,3	44,06%	-2,37%	-13649,08
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	156507,62	11,63%	143428,47	11,23%	-8,36%	-13079,15
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	732850,00	54,48%	706121,77	55,29%	-3,65%	-26728,23
TOTAL DEL ACTIVO	1345287,31	100%	1277065,28	100%	-5,07%	-68222,03
PASIVO						
PASIVO CORRIENTES						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES						
LOCALES	65262,08	4,85%	54527,91	4,27%	-16,45%	-10734,17
DE EXTERIOR	0		0			
LOCALES	14529,39	1,08%	42826,03	3,35%	194,75%	28296,64
DE EXTERIOR	0		0			
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	59140,38	4,40%	46601,34	3,65%	-21,20%	-12539,04
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO	40042,48	2,98%	25716,67	2,01%	-35,78%	-14325,81
OBLIGACIONES CON EL IESS	8098,44	0,60%	7099,62	0,56%	-12,33%	-998,82
OTROS PASIVOS POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	15925,26	1,18%	10240,17	0,80%	-35,70%	-5685,09
OBLIGACIONES EMITIDAS CORRIENTES	32593	2,42%	0		-100,00%	-32593
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	235591,03	17,51%	187011,74	14,64%	-20,62%	-48579,29
PASIVOS NO CORRIENTES						
PRESTAMOS DE ACCIONISTAS O SOCIOS	12640,16	0,94%	12640,16	0,99%		
OBLIGACIONES EMITIDAS NO CORRIENTES	6108,87	0,45%	7571,63	0,59%	23,94%	1462,76
PROVISIONES POR JUBILACIÓN PATRONAL	340392,8	25,30%	390931,84	30,61%	14,85%	50539,04
PROVISIONES POR DESAHUCIO	75512	5,61%	83973,45	6,58%	11,21%	8461,45
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	434653,83	32,31%	495117,08	38,77%	13,91%	60463,25
TOTAL DEL PASIVO	670244,86	49,82%	682128,82	53,41%	1,77%	11883,96

CONTINÚA



PATRIMONIO NETO

<i>CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO</i>	18000,00	1,34%	18000,00	1,41%		
<i>RESERVA LEGAL</i>	18710,37	1,39%	18710,37	1,47%		
<i>OTROS RESULTADOS INTEGRALES</i>	262505,32	19,51%	250743,32	19,63%	-4,48%	-11762
<i>RESULTADOS ACUMULADOS PROVENIENTES DE LA ADOPCIÓN POR PRIMERA VEZ DE LAS NIFF</i>	-12956,78	-0,96%	-12956,78	-1,01%		
<i>RESERVA DE CAPITAL</i>	221016,47	16,43%	221016,47	17,31%		
<i>UTILIDAD DEL EJERCICIO</i>	167767,07	12,47%	99423,08	7,79%	-40,74%	-68343,99
TOTAL PATRIMONIO NETO	675042,45	50,18%	594936,46	46,59%	-11,87%	-80105,99
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1345287,31	100%	1277065,28	100%	-5,07%	-68222,03

Fuente: (SBS, 2016)

Tabla 73
Estado de Resultados FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

RUC 0590055328001
RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC
CIU Nivel & G4630.94

ESTADO DE RESULTADO (en USD)												
	2015		%		2016		%		var %		var \$	
INGRESOS												
VENTAS NETAS 12% IVA	1547227,03		97,79%		1551396,4		98,05%		0,27%		4169,33	
VENTAS NETAS 0% IVA	13560		0,86%		19860		1,26%		46,46%		6300	
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	20020,31		1,27%		17489,97		1,11%		-12,64%		-2530,34	
OTRAS RENTAS	1440,74		0,09%		5440,9		0,34%		277,65%		4000,16	
TOTAL INGRESOS	1582248,08		100,00%		1594187,2		100,00%		0,75%		11939,15	
COSTOS Y GASTOS												
INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	0		0,00%		55978,43		3,51%				55978,43	
COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	149218,81		9,43%		137726,5		8,64%		-7,70%		-11492,31	
(-) INVENTARIO FINAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	-55978,43		-3,54%		-67581,76		-4,24%		20,73%		-11603,33	
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	61307,16		3,87%		101669,71		6,38%		65,84%		40362,55	
COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA	353112,01		22,32%		316271,09		19,84%		-10,43%		-36840,92	
(-) INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA	-101669,71		-6,43%		-102586,8		-6,44%		0,90%		-917,08	
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	15400,62		0,97%		26772,38		1,68%		73,84%		11371,76	
(-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	-26772,38		-1,69%		-30070,28		-1,89%		12,32%		-3297,9	
SUELDOS Y SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	125556,72	180468,36	7,94%	11,41%	136668,8	192539,85	8,57%	12,08%	8,85%	6,69%	11112,08	12071,49
BENEFICIOS SOCIALES, INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	19085,86	19249,53	1,21%	1,22%	19763,01	19820,91	1,24%	1,24%	3,55%	2,97%	677,15	571,38
APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUYE FONDO DE RESERVA)	24156,6	34074,06	1,53%	2,15%	27136,94	36459,25	1,70%	2,29%	12,34%	7,00%	2980,34	2385,19
HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	445	26929,84	0,03%	1,70%	5300	33982,67	0,33%	2,13%	1091,01%	26,19%	4855	7052,83
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS		7259,31		0,46%		14611,72		0,92%		101,28%		7352,41

CONTINÚA



ESTADO DE RESULTADO (en USD)

	2015		%		2016		%		var %		var \$	
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	25651,4	29044,46	1,62%	1,84%	38095,21	41214,42	2,39%	2,59%	48,51%	41,90%	12443,81	12169,96
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	7771,78	15050,73	0,49%	0,95%		16681,35		1,05%	-100,00%	10,83%	-7771,78	1630,62
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD		32471,73		2,05%		42015,31		2,64%		29,39%		9543,58
VIAJES						7399,17		0,46%				7399,17
SUMINISTROS, HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	1583,79	4418,36	0,10%	0,28%	1238,83	4518,67	0,08%	0,28%	-21,78%	2,27%	-344,96	100,31
TRANSPORTE	1472,7	1600,21	0,09%	0,10%		5279,72		0,33%	-100,00%	229,94%	-1472,7	3679,51
PROVISIONES PARA JUBILACIÓN PATRONAL	0	42528,8		2,69%	0	39968,04		2,51%		-6,02%		-2560,76
PROVISIONES PARA DESAHUCIO	0	8149,0		0,52%	0	11692,6		0,73%		43,49%		3543,60
PROVISIONES PARA CUENTAS INCOBRABLES	0	429,41		0,03%	0	0				-100,00%		-429,41
PROVISIONES POR VALOR NETO DE REALIZACIÓN DE INVENTARIOS	0	410,76		0,03%	0	1348,13		0,08%		228,20%		937,37
PROVISIONES POR DETERIORO DEL VALOR DE LOS ACTIVOS	11882,52	11882,52	0,75%	0,75%	0	11882,04		0,75%	-100,00%		-11882,52	-0,48
OTRAS PERDIDAS	873,86	1542,52	0,06%	0,10%	0	13165,95		0,83%	-100,00%	753,54%	-873,86	11623,43
SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	0	7646,64		0,48%	0	8535,61		0,54%		11,63%		888,97
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS DEPRECIACIONES DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO (EXCLUYE ACTIVOS BIOLÓGICOS Y PROPIEDADES DE INVERSIÓN)	33612,57	45365,7	2,12%	2,87%	7509,66	37537,43	0,47%	2,35%	-77,66%	-17,26%	-26102,91	-7828,27
OTRAS AMORTIZACIONES	15790,47	22310,15	1,00%	1,41%	17441,64	23626,13	1,09%	1,48%	10,46%	5,90%	1651,17	1315,98
SERVICIOS PÚBLICOS	36160,82	0	2,29%		40108,62	0	2,52%		10,92%		3947,8	
PAGO POR OTROS SERVICIOS	24673,19	4869,68	1,56%	0,31%	31247,79	6638,00	1,96%	0,42%	26,65%	36,31%	6574,6	1768,32
PAGO POR OTROS BIENES	38493,28	22077,36	2,43%	1,40%	48091,46	39499,32	3,02%	2,48%	24,93%	78,91%	9598,18	17421,96
TOTAL COSTOS	11021,39	24668,98	0,70%	1,56%		3545,19		0,22%	-100,00%	-85,63%	-11021,39	-21123,79
TOTAL GASTOS	772850,03		48,85%		810781,24		50,86%		4,91%		37931,21	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		542448,11		34,28%		611961,48		38,39%		12,81%		69513,37
UTILIDAD OPERACIONAL		1315298,14		83,13%		1422742,72		89,25%		8,17%		107444,58
(-) PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		266949,94		16,87%		171444,51		10,75%		-35,78%		-95505,43
(+) GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES		-40042,49		-2,53%		-25716,68		-1,61%		-35,78%		14325,81
(-) DEDUCCIÓN POR INCREMENTO NETO A EMPLEADOS		56660,93		3,58%		67444,58		4,23%		19,03%		10783,65
(-) DEDUCCIÓN POR PAGO A TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD		-8408,26		-0,53%		-1348,12		-0,08%		-83,97%		7060,14
UTILIDAD GRAVABLE		-6340,2		-0,40%						-100,00%		6340,20
(-) IMPUESTO A LA RENTA		268819,92		16,99%		211824,29		13,29%		-21,20%		-56995,63
UTILIDAD NETA		-59140,38		-3,74%		-46601,34		-2,92%		-21,20%		12539,04
		209679,54		13,25%		165222,95		10,36%		-21,20%		-44456,59

Fuente: (SBS, 2016)

*Diagnóstico vertical estado de situación financiera Fuentes San Felipe S.A.
SANLIC*

Es una herramienta que relaciona cada una de las partes de un conjunto con el total expresando la medida obtenida en porcentajes. Su uso permite apreciar la composición relativa del activo, pasivo, patrimonio y resultados a través de ingresos y egresos.

Para el análisis del comportamiento de los estados financieros de FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC se tomará como referencia los periodos 2015 y 2016.

En el año 2015 como se muestra en la tabla anterior, la empresa está distribuida según el total de sus Activos en un 45,52 % de Activo Corriente y un 54,48% de Activos no Corriente.

En el Activo Corriente teniendo gran porcentaje del total de los activos, se encuentra el rubro de Inversiones Corrientes con un porcentaje de 22,3% del cual bancos tiene gran participación, esto puede ser algo negativo ya que no es rentable tener una gran cantidad de dinero en efectivo donde no está generando rentabilidad alguna, en la cuenta en Efectivo y Equivalentes de Efectivo se tiene el 2,67% para el manejo operativo de la empresa de forma diaria, los deudores de la empresa con un porcentaje de 3,67 % están concentrados en gran parte en los clientes solo de forma local, lo cual es normal en este tipo de empresas que venden en el sector comercial de bebidas lo que conlleva a realizar ventas realizadas a crédito y tener consigo cartera con sus clientes.

En cuanto al Inventario de Materia Prima tiene una participación del 7,56 % de los cuales son insumos para elaboración de bebidas, Inventario en Productos Terminados tiene una participación del 6,15 % de los cuales son las bebidas, y el Inventario en Repuestos, Herramientas y Accesorios tiene una participación baja del 0,22 %.

En el Activo no Corriente esta empresa posee algunas cuentas, entre esa tenemos la que más representa de estos activos en un 36,47% que es Inmuebles (excepto terrenos) lo que indica que la empresa está bien dotada de bienes necesarios para la operación y elaboración de las bebidas,

seguido de 25,39% que es Maquinaria, Equipo e Instalaciones, luego el 21,21% que es la cuenta de Vehículos, Equipos de Transporte, teniendo en cuenta la depreciación acumulada propiedades planta y equipos con - 55,54% dando un total de Propiedades, Planta y Equipo, Propiedades de Inversión y Activos Biológicos con 42,84%.

En la cuenta Pasivo Total se tiene una participación del 49,82% y aporte del Patrimonio Total del 50,18%.

En los Pasivos Corrientes con un porcentaje de 17,51% de los cuales las Cuentas y Documentos por Pagar con Proveedores Locales tienen una participación del 4,85% y Otras Cuentas y Documentos por pagar a proveedores con 1,08% lo cual tiene relación directa con el alto porcentaje de mercancías no fabricadas por la empresa en los activos, el Impuesto a la Renta por pagar del ejercicio con un porcentaje 4,40%, la Participación Trabajadores por Pagar asciende a 2,98% en cuanto otros Pasivos no Corrientes con un alto porcentaje de 32,31% donde la cuenta con más alta participación en Provisione por Jubilación Patronal con el 25,30% y seguida de Provisiones por Desahucio con 5,61%.

Para el Patrimonio Neto como Resultado del Ejercicio un porcentaje de participación de 12,47%, lo que indica que a pesar de que la empresa no trabaja con aportes de capital muestra rentabilidad y Otros Resultados Integrales con 19,51%.

Para el año 2016 el Activo tuvo participación con un 44,71% correspondiente al Activo Corriente disminuyendo en un 6,78% que paso de tener \$ 612437,31 a \$570943,51, deudores locales tiene un participación de 4,22% aumentando en un 0,55% respecto al periodo anterior del cual clientes juega un papel importante haciendo referencia a las ventas que se realizaron a crédito para corto plazo de pago, en la cuenta de Efectivo y Equivalentes es la más importante del Activo Corriente con 21,61%, el Inventario de Materia Prima con una participación de 8,03% aumentando en un 0,47 %, Inventario en Productos Terminados tiene una participación del 7,65% de los cuales son las bebidas, y el Inventario en Repuestos, Herramientas y Accesorios tiene una participación baja del 0,41 %.

En el Activo no Corriente esta empresa posee algunas cuentas, entre esa tenemos la que más representa de estos activos en un 38,42% que es

Inmuebles (excepto terrenos) lo que indica que la empresa está bien dotada de bienes necesarios para la operación y elaboración de las bebidas, seguido de 26,93% que es Maquinaria, Equipo e Instalaciones, luego el 22,34% que es la cuenta de Vehículos, Equipos de Transporte, teniendo en cuenta la depreciación acumulada propiedades planta y equipos con - 61,72% dando un total de Propiedades, Planta y Equipo, Propiedades de Inversión y Activos Biológicos con 44,06%.

En la cuenta Pasivo Total se tiene una participación del 53,41% y aporte del Patrimonio Total del 46,59%.

En los Pasivos Corrientes con un porcentaje de 14,64% de los cuales las Cuentas y Documentos por Pagar con Proveedores Locales tienen una participación del 4,27% y Otras Cuentas y Documentos por pagar a proveedores con 3,35% lo cual tiene relación directa con el alto porcentaje de mercancías no fabricadas por la empresa en los activos, el Impuesto a la Renta por pagar del ejercicio con un porcentaje 3,65%, la Participación Trabajadores por Pagar asciende a 2,01% en cuanto otros Pasivos no Corrientes con un alto porcentaje de 38,77% donde la cuenta con más alta participación en Provisione por Jubilación Patronal con el 30,61% y seguida de Provisiones por Desahucio con 6,58%.

Para el Patrimonio Neto como Resultado del Ejercicio un porcentaje de participación de 7,79%, lo que indica que a pesar de que la empresa no trabaja con aportes de capital muestra rentabilidad y Otros Resultados Integrales con 19,63%.

Pronóstico

La empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC en los activos tiene gran representación de Efectivo y Equivalentes de Efectivo a corto plazo, lo cual es común que tenga un porcentaje específico ya que va ligada directamente con la función principal de la empresa que es vender producto terminado; dos de los años estudiados tiene representación significativa en disponible con bancos lo cual puede llegar a ser poco beneficioso cuando esta representa porcentajes altos ya que es dinero que no está generando valor, tienen sus propios proveedores que les venden los productos ya terminados para la venta o para la terminación de un producto final, para el caso de los activos no corrientes como única participación en los años

analizados anteriormente se encuentra Inmuebles (Excepto Terrenos) cubriendo la totalidad de estos activos, es normal que esta cuenta sea significativa ya que muestra la inversión que se le hecho a la empresa para poder operar; también es algo positivo que no tenga valores representativos en deudores a largo plazo lo cual muestra la intención de la empresa de manejar sus cuentas por cobrar siempre a corto plazo lo cual es beneficioso en la recuperación de dinero indicando un buen manejo en sus negociaciones.

Diagnóstico vertical estado de resultados de fuentes San Felipe S.A. Sanlic

En el año 2015 las Ventas Netas 12% IVA representan 97,79% y Ventas Netas 0% con el 0,86%, entre los Costos y Gastos según el formato de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para la empresa es de 83.13%, donde el total de Costos es de 48,85% y Gastos de 34,28%.

Las principales cuentas donde se generan mayores costos se encuentran las Compras Netas Locales de Materia Prima son de 22,32%, seguido de Compras Netas Locales de Bienes no producidos por el Sujeto Pasivo es de 9,43%; en lo que respecta a los Sueldos y Salarios son del 7,94% que es un rango aceptable de remuneraciones gravadas del IESS.

En el año 2016 las Ventas Netas 12% IVA representan 98,05% y Ventas Netas 0% con el 1,25%, entre los Costos y Gastos según el formato de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para la empresa es de 89,25%, donde el total de Costos es de 50,86% y Gastos de 38,39%; se nota que han aumentado con respecto al año 2015.

Las principales cuentas donde se generan mayores costos se encuentran las Compras Netas Locales de Materia Prima son de 19,84%, seguido de Compras Netas Locales de Bienes no producidos por el Sujeto Pasivo es de 8,64%; en lo que respecta a los Sueldos y Salarios son del 8,57% que es un rango aceptable de remuneraciones gravadas del IESS.

Pronóstico

La empresa maneja adecuadamente sus Ingresos, se refleja un crecimiento leve pero que significa mucho en este tipo de negocio, con

respecto a los costos están aumentando y hay que tomar medidas para solventar este problema que puede perjudicar al sector comercial de bebidas sin alcohol por ser de producción nacional.

Diagnóstico horizontal del estado de situación financiera Fuentes San Felipe S.A. Sanlic

Esta técnica más dinámica permite establecer tendencias y comportamientos de las cuentas tanto del Estado de Situación Financiera como del Estado de Resultados del año 2015 y 2016. Con este tipo de análisis podemos establecer dos formas de variaciones absoluta y relativa que sufren cada partida en los estados financieros del periodo 2016 con respecto al periodo 2015.

La entidad en el 2015 totaliza activos por USD 1.345.287,31 unos pasivos por USD 670.244,86 y patrimonio por USD 675.042,45; y para el año 2016 totaliza activos por USD 1.277.065,28 unos pasivos por USD 682.128,82 y patrimonio por USD 594936,46.

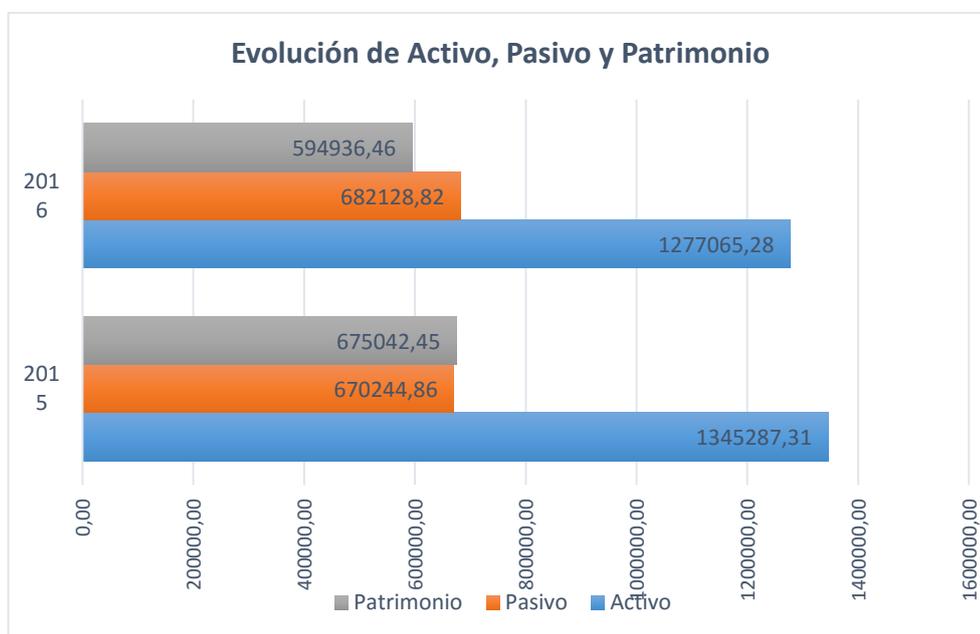


Figura 90 Evolución de Activo, Pasivo y Patrimonio

Diagnóstico del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

El Activo está compuesto por Activos Corrientes y Activos no Corrientes donde en el año 2015 los Activos Corrientes tienen USD \$612.437,31, la cuenta de Activos No Corrientes con un valor de USD \$732.850 dándonos un total en Activos de \$1345.287,31; para el año 2016 los Activos Corrientes tienen USD \$570.943,51, la cuenta de Activos No Corrientes con un valor de USD \$706.121,77 dándonos un total en Activos de \$1277.065,28.

Tabla 74

Composición del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Composición del Activo 2015-2016				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
Activos Corrientes	612437,31	570943,51	-6,78%	-41493,80
Activos No Corrientes	732850,00	706121,77	-3,65%	-26728,23
Total Activo	1345287,31	1277065,28	-5,07%	-68222,03

Interpretación

Esto significa una variación entre 2015-2016 del -6,78% en Activos Corrientes y del -3,65% en Activos No Corrientes, reflejando por una disminución del Total del Activo en -5,07%.

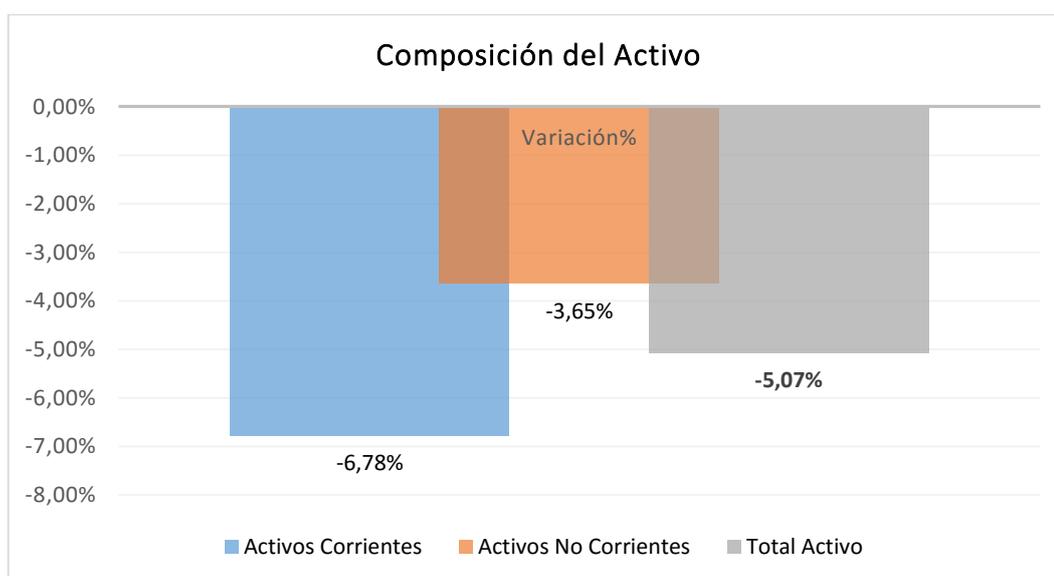


Figura 91 Composición del Activo

Pronóstico

La empresa con respecto a los Activos Totales, Activos Corrientes y Activos No Corrientes es aceptable para realizar el manejo de los activos de la empresa para este tipo de negocio.

Diagnóstico del Efectivo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

El Efectivo en el año 2015 posee un valor de USD \$ 35.911,35 y en el año 2016 un valor de \$275.945,57; en lo que se refiere a Inversiones Temporales en el año 2015 se tiene USD \$ 300.000 y en el año 2016 no se tiene este rubro.

Tabla 75

Evaluación del Efectivo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evaluación Efectivo año 2015-2016				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
Efectivo	35911,35	275945,57	668,41%	240034,22
Inversiones Temporales	300.000,00	0		-300000,00

Interpretación

En lo que respecta el Efectivo de la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC el Efectivo entre 2015 y 2016 existe una variación del 668,41% que se debe a que se dejó de realizar inversiones Temporales por USD \$ 300.000 y se coloca en Efectivo hasta el cierre de presentación de los Estados Financieros en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador.



Figura 92 Evolución Efectivo 2015 – 2016

Pronóstico

La inestabilidad del país que hoy en día estamos viviendo han hecho que no se invierta el dinero en los Bancos por el momento, por lo que el gerente de FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC está analizando donde invertir ese dinero en un futuro próximo.

Tabla 76

Diagnóstico de Cartera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evaluación Cartera año 2015-2016

	2015	2016	Variación%	Variación \$
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	49428,85	53925,39	9,10%	4496,54
OTRAS CUENTAS X COBRAR CLIENTES CORRIENTES	9444,31	12094,88	28,07%	2650,57

Interpretación

Las Cuentas y Documentos por Cobrar Clientes Corrientes han tenido un crecimiento de 9,10% y en el rubro Otras Cuentas x Cobrar Clientes Corrientes han tenido un aumento significativo de 28,07%.

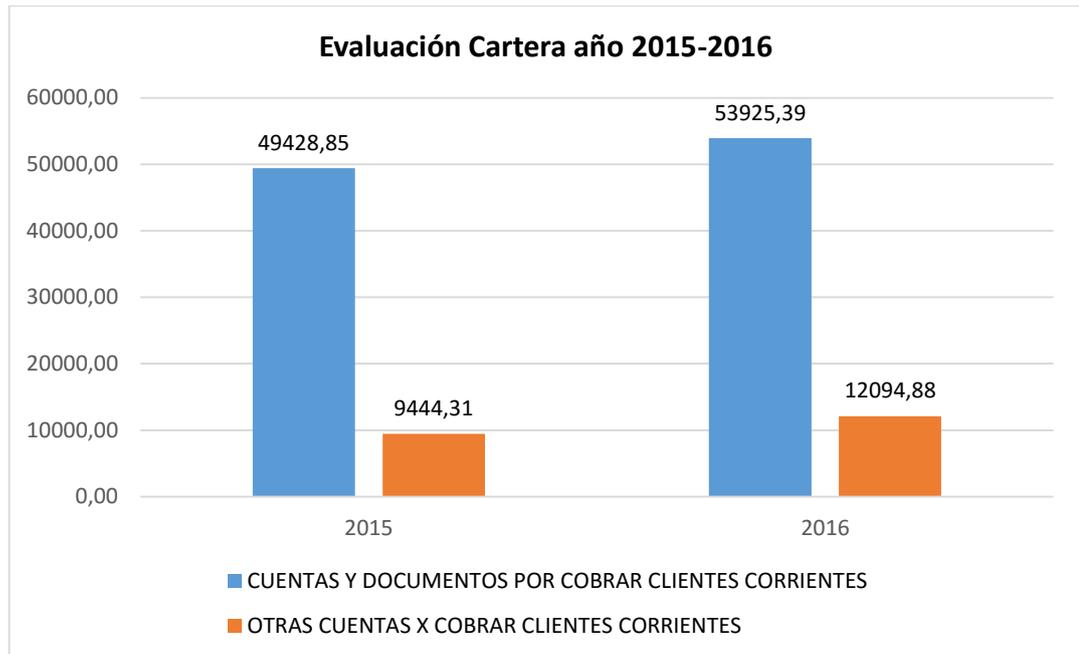


Figura 93 Evaluación Cartera año 2015 -2016 SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

La compañía maneja su política de cobro de máximo cinco días por que el nivel de generación de cartera es muy reducido y no afecta a la empresa, representando un aumento horizontal del 9,10% que no es significativo ya que posee pocas cuentas por cobrar hacia clientes.

Diagnóstico del Inventario FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

El Inventario de Materia prima en el año 2015 es de USD \$ 101.669,71 y en el año aumento en USD \$ 102.586,79, en el año 2016 aumento en USD \$ 102.586,79; el Inventario de Productos Terminados y Mercadería en Almacén en el año 2015 de USD \$ 82.750,81 y en el año 2016 también aumento en USD \$ 97.652,04.

Tabla 77**Evaluación Inventario año 2015-2016 SAN FELIPE S.A. SANLIC**

Evaluación Inventario año 2015-2016				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	101669,71	102586,79	0,90%	917,08
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACÉN	82750,81	97652,04	18,01%	14901,23
INVENTARIO REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	0	5186,02		5186,02

Interpretación

El Inventario de Materia Prima sufre una casi nula variación de 0,90%, en Inventario de Productos Terminados una variación manejable del 18,01%.

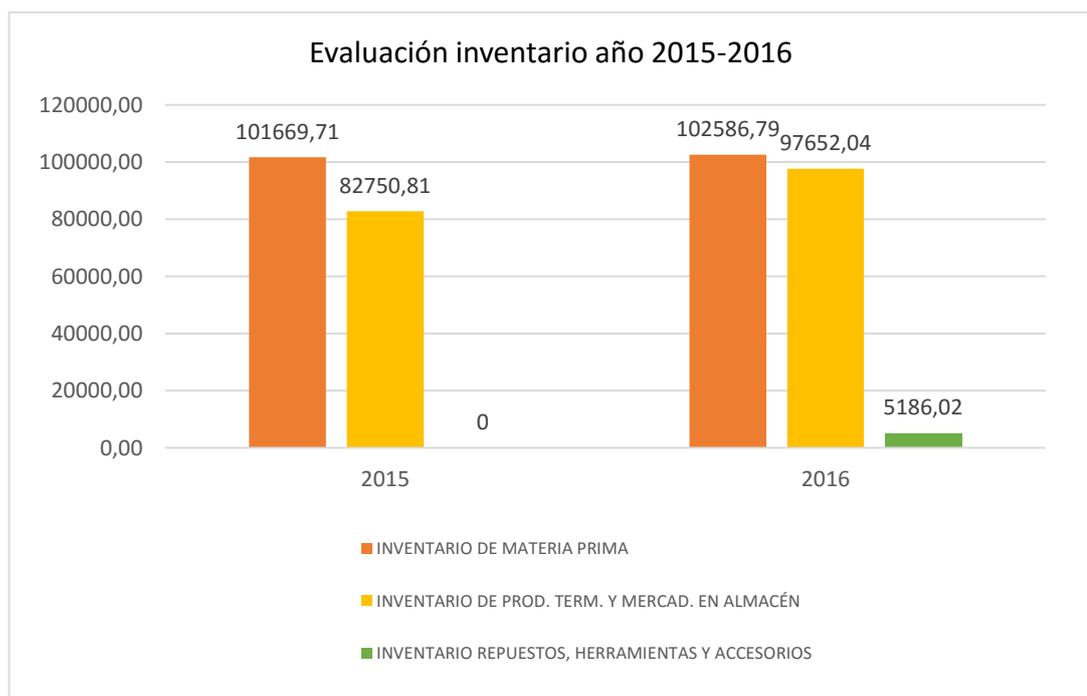


Figura 94 Evaluación inventario año 2015 – 2016 SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Es aceptable la evolución del Inventario en sus tres cuentas para la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC ya que también incremento sus Ventas en el año 2016.

Diagnóstico del Pasivo y Patrimonio FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

El Pasivo USD \$ 670.24,86 en el año 2015, para el año 2016 aumento sus pasivos en USD \$ 682.128,82; el Patrimonio para el año 2015 está en USD \$ 675.042,45, luego en el año 2016 disminuye en USD \$ 594.936,46.

Tabla 78
Composición del Pasivo y Patrimonio SAN FELIPE S.A. SANLIC

Composición del Pasivo y Patrimonio				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
PASIVO	670244,86	682128,82	1,77%	11883,96
PATRIMONIO NETO	675042,45	594936,46	-11,87%	-80105,99
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	1345287,31	1277065,28	-5,07%	-68222,03

Interpretación

El Pasivo no ha sufrido significativos cambios y se da un 1,77% de variación por el giro del negocio, el Patrimonio Neto disminuyó en -11,87%.

Composición del Pasivo y Patrimonio

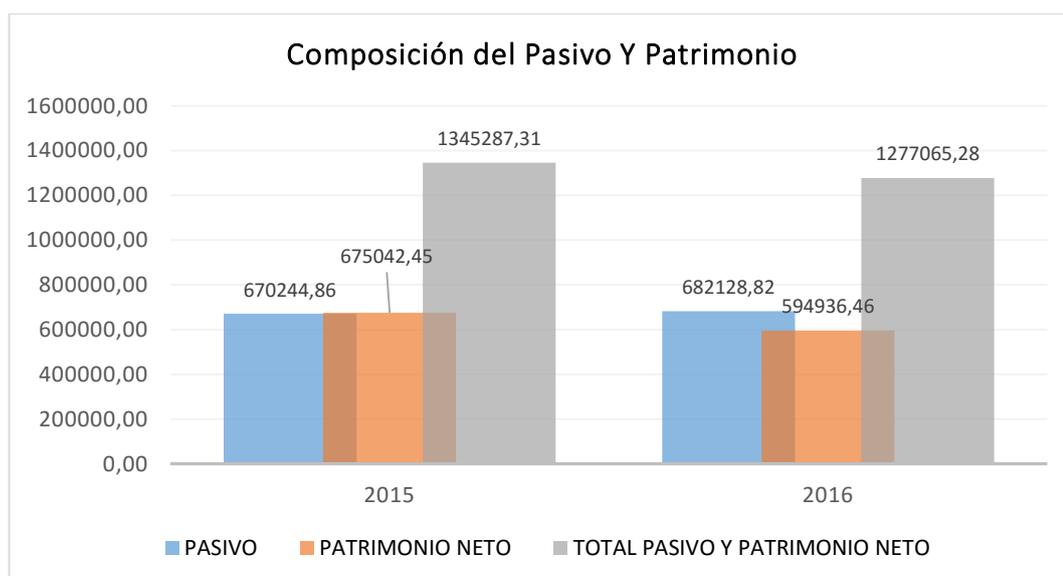


Figura 95 Composición del Pasivo y Patrimonio SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Se nota un escenario aceptable en el manejo de Pasivos y el Patrimonio Neto para la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC.

Diagnóstico del Pasivo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

El Pasivo Corriente en el año 2015 USD \$ 235.591,03 y luego disminuye en el año 2016 USD \$ 187011,74; en lo referente al Pasivo No Corriente en el año 2015 de USD \$ 434.653,83 y aumenta en el año 2016 a USD \$ 49517,08.

Tabla 79
Composición del Pasivo

Composición del Pasivo				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
PASIVO CORRIENTE	235591,03	187011,74	-20,62%	-48579,29
PASIVO NO CORRIENTE	434653,83	495117,08	13,91%	60463,25
TOTAL PASIVO	670244,86	682128,82	1,77%	11883,96

Interpretación

Entre los años 2015 y 2016 el Pasivo Corriente existe una variación de -20,62%, la del Pasivo no Corriente de 13,91%.

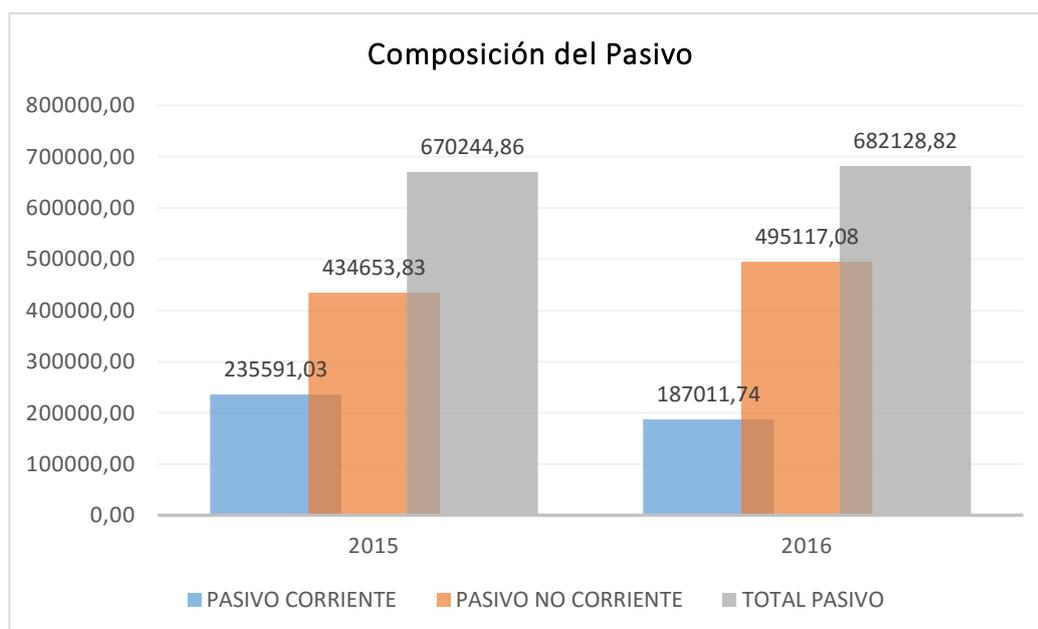


Figura 96 Composición del Pasivo SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Se refleja que es propio del giro del negocio y está muy aceptable su manejo en la cuenta de Pasivos.

Diagnóstico Cuentas y Documentos por Pagar FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

La Cuenta y Documentos por Pagar Proveedores en el año 2015 USD \$ 65.262,08 y luego disminuye en el año 2016 USD \$ 54.527,91; en lo referente a Otras Cuentas y Documentos por Pagar Proveedores en el año 2015 de USD \$ 14.529,39 y aumenta en el año 2016 a USD \$ 42.826,03.

Tabla 80
Evolución de las Cuentas x Pagar SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evolución de las Cuentas x Pagar				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES	65262,08	54527,91	-16,45%	-10734,17
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES	14529,39	42826,03	194,75%	28296,64

Interpretación

La Cuenta y Documentos por Pagar Proveedores tiene una variación de -16,45% y en Otras Cuentas y Documentos por Pagar Proveedores existe un aumento de 194,75%.

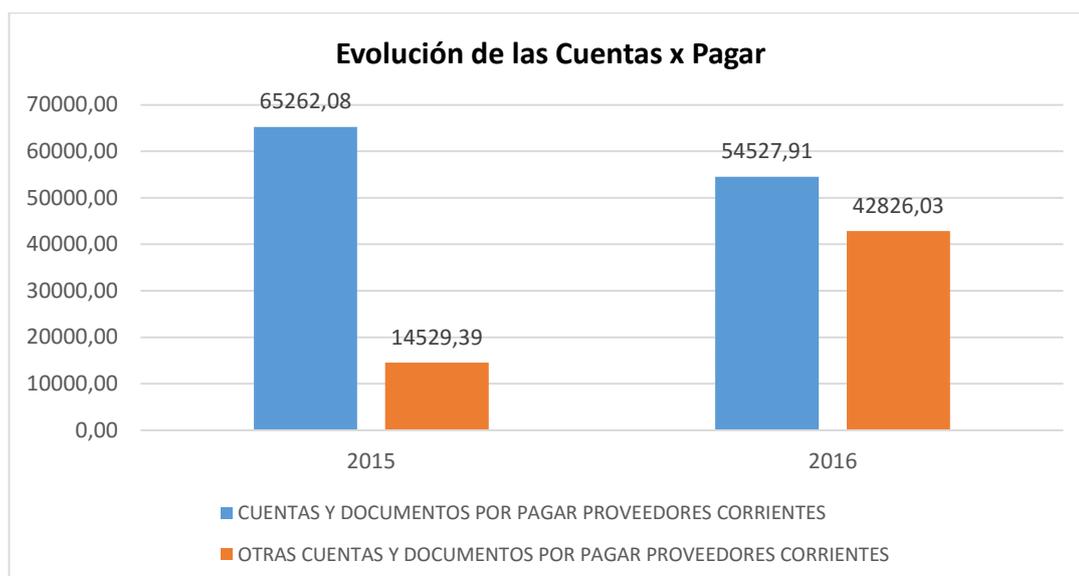


Figura 97 Evolución de las Cuentas por pagar SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Las cuentas y Documentos por Pagar están muy bien manejados para no tener demasiadas deudas con los Proveedores por lo que es muy aceptable.

Diagnóstico horizontal del estado de resultados de Fuentes San Felipe S.A. Sanlic

Existen las Ventas Netas del 12% de USD \$ 1547.227,03 en el año 2015 y para el año 2016 tenemos USD \$ 1551.396,36 como el rubro más importante de la participación de sus ventas.

Tabla 81

Participación de las Ventas 2015-2016 FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Participación de las Ventas 2015-2016 FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS NETAS 12% IVA	1547227,03	1551396,36	0,27%	4169,33
VENTAS NETAS 0% IVA	13560	19860	46,46%	6300,00
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	20020,31	17489,97	-12,64%	-2530,34
OTRAS RENTAS	1440,74	5440,9	277,65%	4000,16
TOTAL INGRESOS	1582248,08	1594187,23	0,75%	11939,15

Interpretación

Las Ventas Netas 12% IVA han sufrido un aumento del 0,27%, y las Ventas Netas 0% IVA del 46,46% que es importante notar que no ha crecido las ventas con la meta de 5% que este tipo de negocios representa.

Pronóstico

No es muy aceptable el incremento de las Ventas Netas por lo que se debe analizar con más detalle al revisar los indicadores financieros.

Diagnóstico Utilidad Bruta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

La Utilidad Bruta para el año 2015 es de USD \$ 809.398,05 lo que ha disminuido para el año 2016 en USD \$ 783.405,99.

Tabla 82
Evolución de la Utilidad Bruta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evolución de la Utilidad Bruta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS	1582248,08	1594187,23	0,75%	11939,15
COSTOS	772850,03	810781,24	4,91%	37931,21
UTILIDAD BRUTA	809398,05	783405,99	-3,21%	-25992,06

Interpretación

La empresa evidencia un margen bruto de variación del -3,21% entre 2015-2016, por aumento de los costos en 4,91%.

Pronóstico

La empresa se nota un aumento de los Costos por lo que es poco favorable esta variable y por eso se debe aplicar estrategias financieras que reduzcan los costos.

Diagnóstico Utilidad Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

La Utilidad Operacional de esta empresa para el año 2015 USD \$ 809.398,05 y para el año 2016 disminuyo a USD \$ 783.405,99.

Tabla 83
Evolución de la Utilidad Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evolución de la Utilidad Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
UTILIDAD BRUTA	809398,05	783405,99	-3,21%	-25992,06
GASTOS	542448,11	611961,48	12,81%	69513,37
UTILIDAD OPERACIONAL	266949,94	171444,51	-35,78%	-95505,43

Interpretación

La empresa demuestra una utilidad operacional del -35,78% entre 2015-2016, por aumento de los gastos en 12,81%, que hay que tomar en cuenta para las estrategias financieras.

Pronóstico

La empresa se nota un aumento de los Gastos por lo que es poco favorable esta variable y por eso se debe aplicar estrategias financieras que reduzcan los costos y gastos.

Diagnóstico Utilidad Neta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

La Utilidad Neta de esta empresa para el año 2015 USD \$ 209.679,54 y para el año 2016 disminuyo a USD \$ 165.222,95.

Tabla 84
Evolución de la Utilidad Neta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Evolución de la Utilidad Neta FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS	1582248,08	1594187,23	0,75%	11939,15
COSTOS Y GASTOS	1315298,14	1422742,72	8,17%	107444,58
UTILIDAD OPERACIONAL	266949,94	171444,51	-35,78%	-95505,43
DEDUCCIONES Y PARTICIPACIONES	1869,98	40379,78	2059,37%	38509,80
UTILIDAD GRAVABLE	268819,92	211824,29	-21,20%	-56995,63
IMPUESTO A LA RENTA	-59140,38	-46601,34	-21,20%	12539,04
UTILIDAD NETA	209679,54	165222,95	-21,20%	-44456,59

Interpretación

La empresa manifiesta una utilidad neta del -21,20% entre 2015-2016, por aumento de las deducciones y participaciones en 2059,37%.

Pronóstico

La empresa se nota un aumento de las Deducciones y Participaciones, y el Impuesto a la Renta; cabe recalcar que son impuestos por el gobierno.

Diagnóstico de los indicadores financieros fuentes San Felipe S.A. Sanlic

Son relaciones, índices, cocientes existentes entre dos cuentas que constituye una herramienta de gestión, al servicio de la dirección de la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC, en donde relaciona una serie de elementos en el tiempo y compara la desviación con la proporción ideal que espera la empresa, tomando en cuenta el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol del sector de Cotopaxi, que nos proporciona la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Tabla 85
Liquidez Corriente FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Liquidez Corriente	2015		2016			
	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Activo Corriente	Pasivo Corriente		
	2,60	612437,31	235591,03	3,05	570943,51	187011,74

Interpretación

Para los años relacionados en el cuadro en mención, la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC, en el año 2015 por cada dólar de obligación a corto plazo vigente contaba con USD 2,60 para respaldarla, en el año 2016 por cada dólar de obligación a corto plazo vigente contaba con USD 3,05 para respaldarla.

De lo que se puede deducir en promedio la empresa tiene la capacidad para que FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC pague sus obligaciones en

corto plazo, es decir su Activo Corriente tiene la capacidad para solventar requerimientos o deuda que la empresa tiene con sus acreedores.

Este a su vez muestra que el Activo Corriente tiene liquidez más propia y un enfoque para nuevos resultados, dando buena exigibilidad según la fecha de vencimiento de las obligaciones corrientes de la empresa.

Comparativo liquidez corriente FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

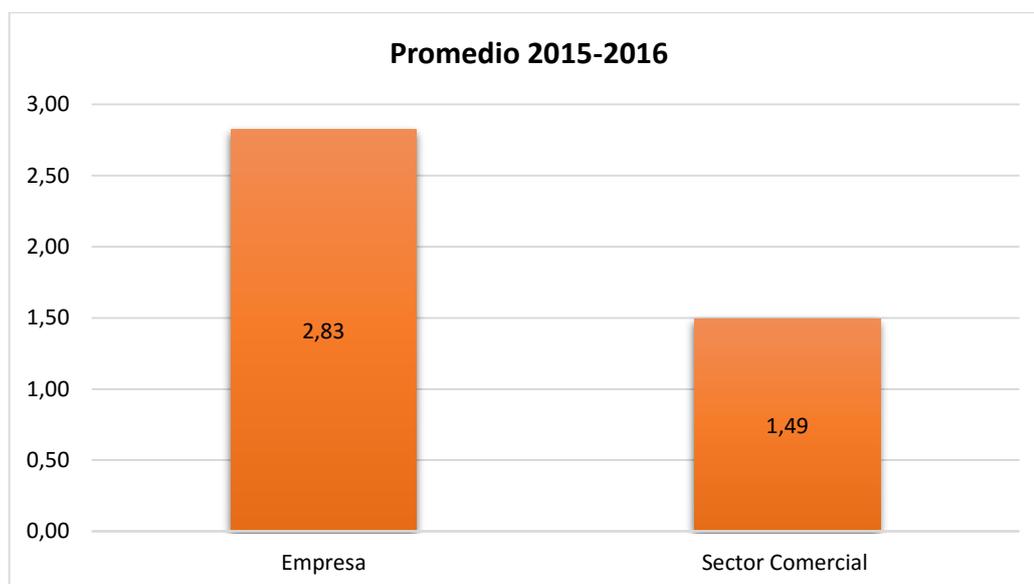


Figura 98 Comparativo liquidez corriente FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

El activo corriente es mayor que el pasivo corriente, por cada dólar de deuda la empresa cuenta con USD \$ 2,83 para dicha deuda, lo que quiere decir que con los activos corrientes existentes en la empresa si es posible pagar todas las obligaciones a corto plazo, al igual que ocurre en el sector comercial en la que se mueve la empresa.

El comportamiento de la Liquidez Corriente para estos periodos es favorable, ya que tiene una tendencia creciente y una buena liquidez.

Tabla 86
Prueba Ácida FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Prueba Ácida	2015		2016			
	Activo Corriente - Inventario	Pasivo Corriente	Activo Corriente - Inventario	Pasivo Corriente		
	1,80	425112,68	235591,03	1,95	365518,66	187011,74

Interpretación

Podemos observar que la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones a corto plazo sin necesidad de liquidar y/o vender sus inventarios, en el año 2015 la empresa si alcanzaría a atender sus obligaciones y no tendría que liquidar parte de sus inventarios para poder cumplir con sus obligaciones corrientes, y su indicador de liquidez es USD \$ 1,80; en cambio en el año 2016 este indicador aumento a USD \$1,95 pero es lo suficiente para poder atender el total de sus obligaciones corrientes sin necesidad de vender sus inventarios.

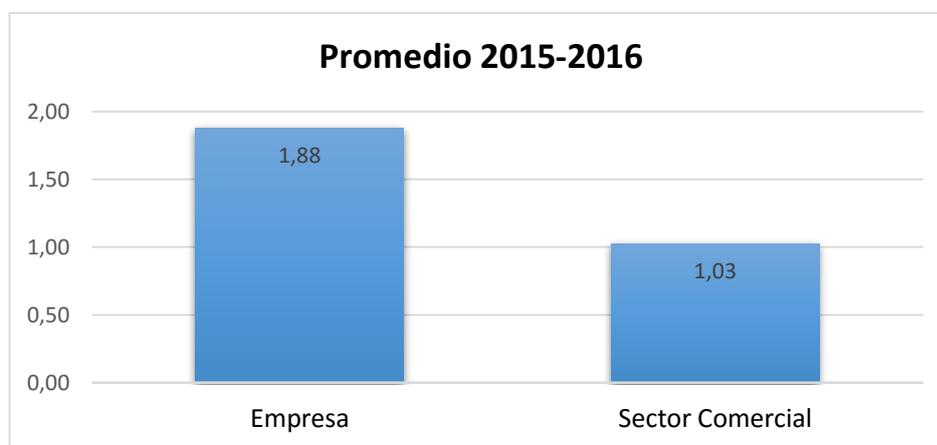


Figura 99 Comparativo prueba ácida FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

La empresa por cada dólar de deuda tiene USD \$1,88 para pagar las deudas a corto plazo. Hay que tomar en cuenta que en los activos corrientes no está incluido el valor de inventarios, y estos no son fácilmente convertibles en dinero a corto plazo, por lo que al igual que nos indica la Liquidez corriente, la empresa si puede pagar todas sus obligaciones, ya que los inventarios son recursos que requiere la empresa para mantener su

operación. Es aceptable el manejo de este indicador por parte de la empresa.

Tabla 87
Endeudamiento del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Endeudamiento del Activo	2015		2016			
	Pasivo Total	Activo Total	Pasivo Total	Activo Total		
	0,50	670244,86	1345287,31	0,53	682128,82	1277065,28

Interpretación

La empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC presenta un apalancamiento de los activos totales para los periodos en cuestión, ya que se muestra unos indicadores variables evidenciando que para el año 2015 se muestra un buen apalancamiento de 50% y para el año 2016 un apalancamiento superior al 2015 con el 53%, si bien el nivel es estable en el último periodo este sigue subiendo pues el estándar de endeudamiento no debe ser superior al 60% según Lerdon. Por lo que es aceptable este indicador para la empresa.

Comparativo Endeudamiento del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

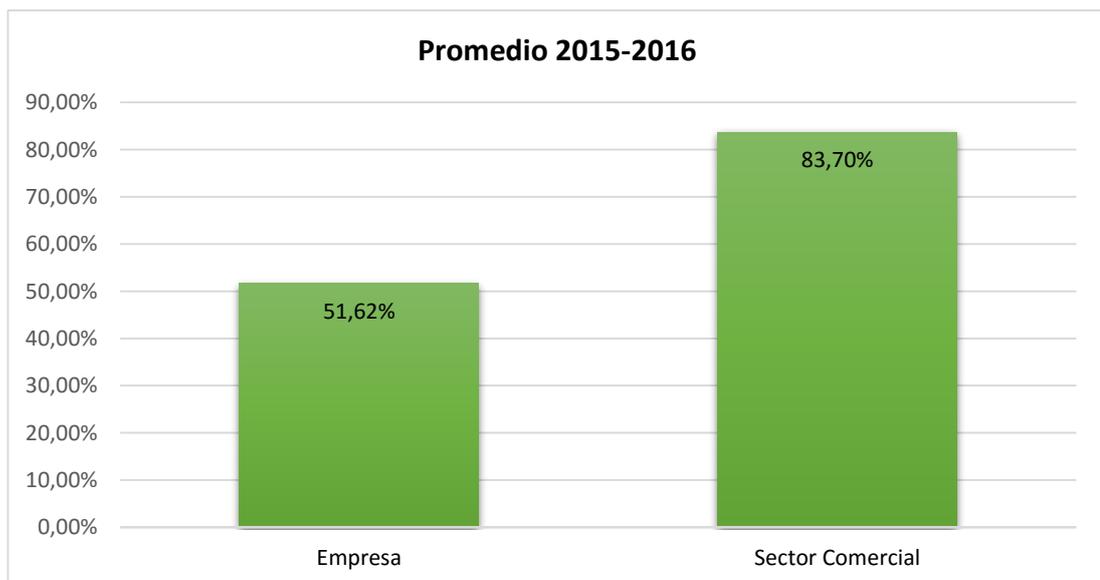


Figura 100 Comparativo Endeudamiento del Activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

El 51,62% del activo total de la empresa es financiado por terceros mientras que el 48,38% es financiado por recursos propios y otros componentes del patrimonio.

Los pasivos totales son menores que los activos totales, la empresa mantiene una capacidad de endeudamiento.

Mientras más cercano a cero sea a la razón financiera, se tiene nivel más bajo de endeudamiento.

Tabla 88
Endeudamiento Patronal FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Endeudamiento o patronal	2015		2016	
	Pasivo Total	Patrimonio Neto	Pasivo Total	Patrimonio Neto
	0,99	670244,86	1,15	682128,82
		675042,45		594936,46

Interpretación

De tal manera que en la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC, en el año 2015 por cada USD que los accionistas han aportado para el funcionamiento de la empresa, los acreedores han aportado USD 0,99 para el funcionamiento de la misma.

Para el año 2016 por cada USD que los accionistas han aportado para el funcionamiento de la empresa, los acreedores han aportado USD 1,15 para el funcionamiento de la misma, la razón entre uno y otro es 1,15 a 1.

Comparativo Endeudamiento Patronal FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

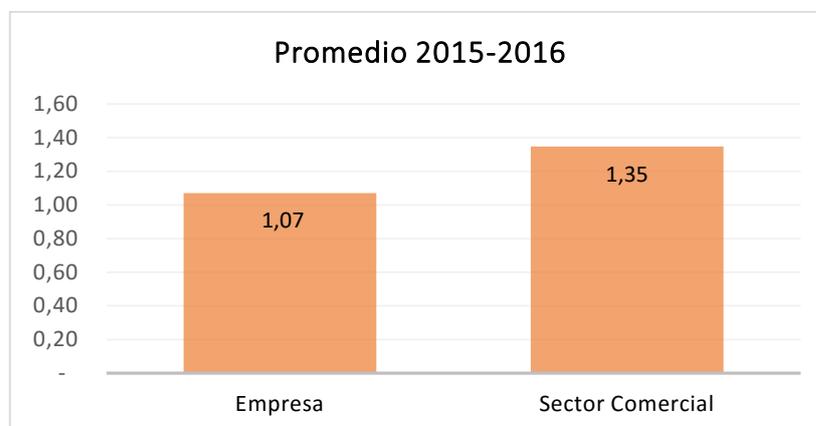


Figura 101 Comparativo Endeudamiento Patronal FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Por cada dólar del patrimonio, hay USD 1,07 en el pasivo o deuda a terceros. La empresa tiene comprometido su patrimonio en un grado menor que el del sector comercial.

Una empresa con un nivel de endeudamiento bajo, pero con malas capacidades de pago, es más riesgoso para los acreedores, que un nivel de endeudamiento alto, pero con buenas capacidades de pago.

Tabla 89

Endeudamiento del Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Endeudamiento del Activo Fijo	2015		2016	
	Patrimonio	Activo Fijo Neto	Patrimonio	Activo Fijo Neto
	1,17	675042,45	1,06	594936,46
		576342,38		562693,3

Interpretación

El índice de propiedad que tiene la empresa FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC en los periodos anteriormente mencionados son relativamente buenos ya que se muestra que gran parte de los indicadores son exequibles

para que la empresa tenga una buena utilidad al final de un periodo determinado, este con el fin de dar igualmente unos dividendos que den utilidad a los socios o accionistas en un tiempo determinado.

Comparativo Endeudamiento del Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

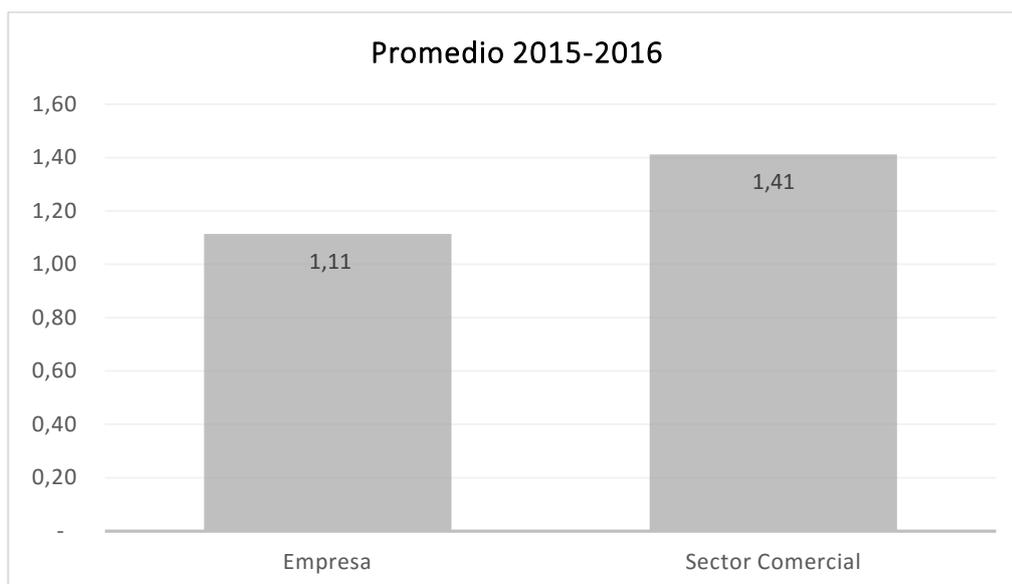


Figura 102 Comparativo Endeudamiento del Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Por cada dólar de inversión Activo Fijo, hay USD 1,11 para aporte a las Ventas. La empresa tiene comprometido su Activo Fijo en un grado menor que el del sector comercial.

Una empresa con un nivel de endeudamiento bajo, pero con malas capacidades de pago, es más riesgoso para los acreedores, que un nivel de endeudamiento alto, pero con buenas capacidades de pago.

**Tabla 90
Apalancamiento FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC**

Apalancamiento	2015		2016		
	Activo Total	Patrimonio	Activo Total	Patrimonio	
1,99	1345287,31	675042,45	2,15	1277065,28	594936,46

Interpretación

El nivel de apalancamiento de la empresa es bastante elevado en el año 2015 fue de USD 1,99 y en 2016 de USD 2,15, es decir este es el número de unidades conseguidas por cada unidad monetaria invertida por los accionistas.

Comparativo Apalancamiento FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

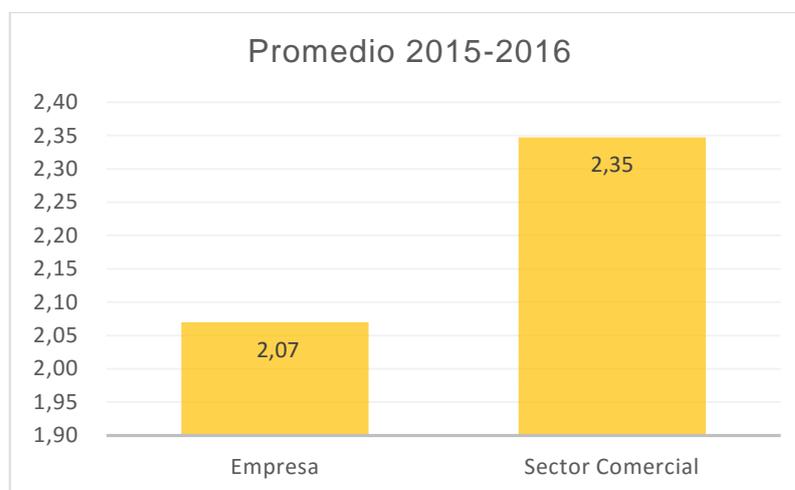


Figura 103 Comparativo Apalancamiento FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

El nivel de apalancamiento de promedio en la empresa, hay USD 2,07. La empresa tiene comprometido su nivel de apalancamiento en un grado menor que el del sector comercial.

Tabla 91
Rotación de Cartera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Rotación de Cartera	2015		2016			
	Ventas netas	Cuentas x Cobrar	Ventas netas	Cuentas x Cobrar		
	27	1582248,08	58873,16	24	1594187,23	66020,27

Interpretación

Es decir que el resultado es que en el año 2015 27 veces al año se les da crédito a los clientes y en el año 2016 24 veces al año se les da crédito a los clientes.

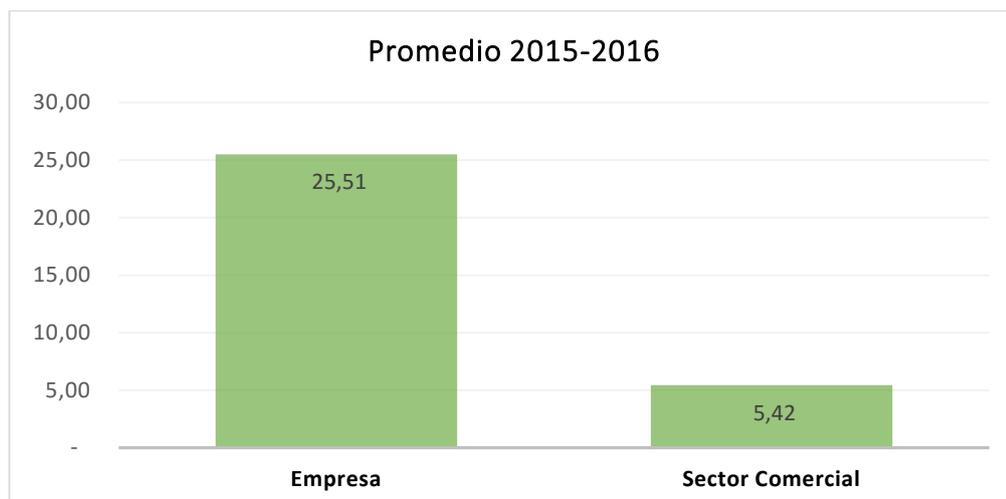


Figura 104 Rotación de Cartera FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

La rotación es típico de este tipo de negocio que solo cobran en efectivo, por lo que es muy aceptable este indicador con respecto al sector comercial.

**Tabla 92
Rotación de Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC**

Rotación de Activo Fijo	2015		2016			
	Ventas netas	Activo Fijo	Ventas netas	Activo Fijo		
	2,7	1582248,08	576342,38	2,8	1594187,23	562693,3

Interpretación

A lo largo del periodo, la rotación de activo fijo ha tenido un leve crecimiento en el año 2016, siendo este el año con mayor rotación, la empresa generó en volumen de ventas \$2,8 por cada dólar de inversión en activo fijo.

**Comparativo Rotación de Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A.
SANLIC**

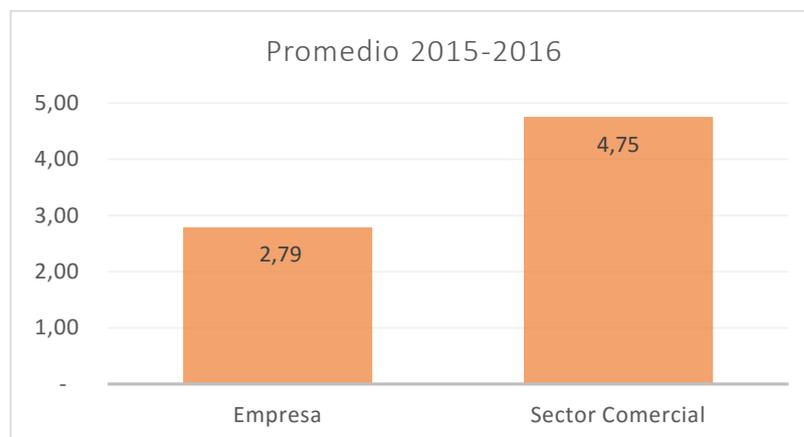


Figura 105 Comparativo Rotación de Activo Fijo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Sabiendo que cuanto mayor sea el número de rotación de activos fijo, mayor será la actividad para generar ventas, se puede observar que la empresa ha rotado sus activos fijos 2,79 veces en el año para dar lugar a este nivel de ventas, mientras que el sector comercial ha rotado 4,75 veces. Se mantiene un nivel aceptable de rotación, ya que los porcentajes tanto de la empresa como del sector comercial son equilibrados.

Tabla 93

Rotación de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Rotación de Ventas	2015		2016			
	Ventas	Activo Total	Ventas	Activo Total		
	1,18	1582248,08	1345287,31	1,25	1594187,23	1277065,28

Interpretación

A lo largo del periodo, la rotación de ventas ha tenido un leve crecimiento en el año 2016, siendo este el año con mayor rotación, la empresa generó en volumen de ventas \$1,25 por cada dólar de inversión en activo total.

Comparativo Rotación de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

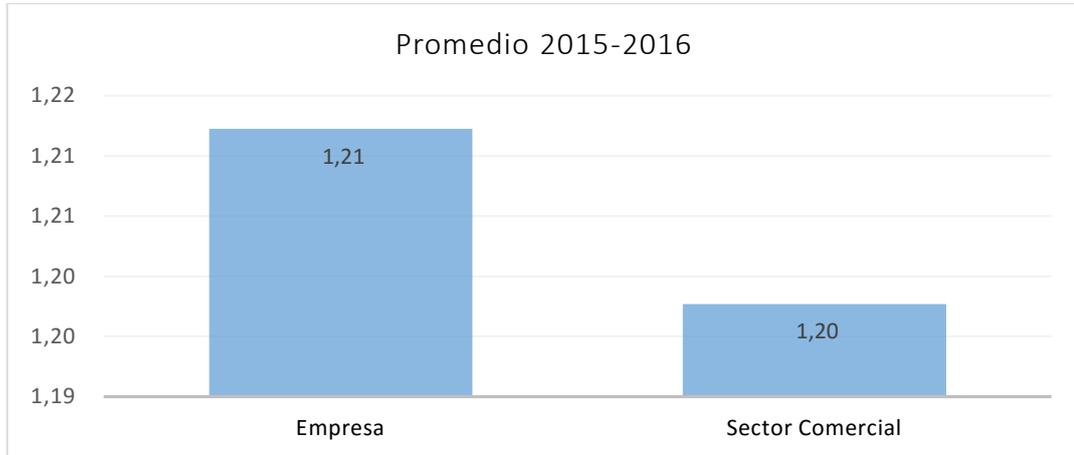


Figura 106 Comparativo Rotación de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Cuanto mayor sea el número de rotación de ventas, mayor será la actividad para generar ventas, se puede observar que la empresa ha rotado sus activos fijos 1,21 veces en el año para dar lugar a este nivel de ventas, mientras que el sector comercial ha rotado 1,20 veces. Se mantiene un nivel aceptable de rotación, ya que los porcentajes tanto de la empresa como del sector comercial son equilibrados.

Tabla 94
Periodo Promedio de Cobro FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Periodo Promedio de Cobranza	2015		2016			
	Cuentas x Cobrar x 365	Ventas netas	Cuentas x Cobrar x 365	Ventas netas		
	0,037	58873,16	1582248,08	0,041	66020,27	1594187,23

Interpretación

La política de cobro de 5 días de la empresa que sí se ha cumplido en los dos años, como se puede apreciar en el año 2015 se produce una demora de menos de un día, se da a entender que la gestión de cobros en ese año ha sido excelente, y que para el año 2016 pasa lo mismo. Se entiende que

en ocasiones la empresa flexibiliza su tiempo de cobro dependiendo de variables como: clientes, beneficio, respaldo en ventas, etc.

Comparativo Periodo Promedio de Cobranza FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

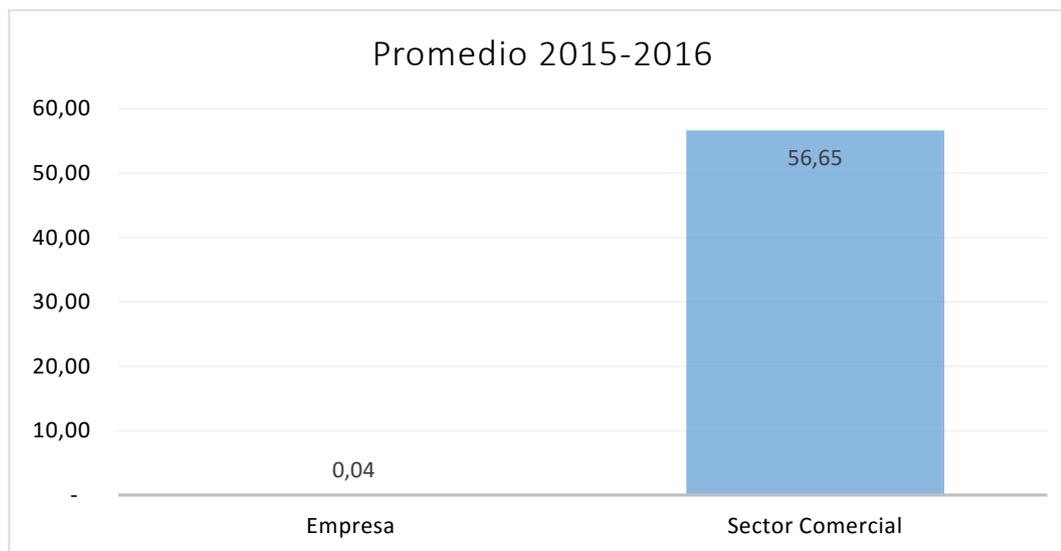


Figura 107 Comparativo Periodo Promedio de Cobranza FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

La empresa hace sus cobranzas promedio de menos de un día aproximadamente, podemos concluir que la empresa en comparación con el sector comercial, tarda casi nada de tiempo en recuperar la cartera, es decir, no utiliza la venta a crédito, sino que lo hace solo en efectivo por su escasa cuentas x cobrar en promedio, reflejando así, la política de crédito de la empresa de manera óptima.

Tabla 95

Periodo Promedio de Pago FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Periodo Promedio de Pago	2015		2016			
	Cuentas x Pagar x 365	Compras netas	Cuentas x Pagar x 365	Compras netas		
	0,159	79791,47	502330,82	0,214	97353,94	453997,59

Interpretación

El periodo medio de pago en que la empresa cumple con sus obligaciones a los proveedores fue de 0,159 días en el año 2015 y de 0,214 días en el 2016, menos de un día es decir que los pagos se realizan en efectivo.

Comparativo Periodo Promedio de Pago FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

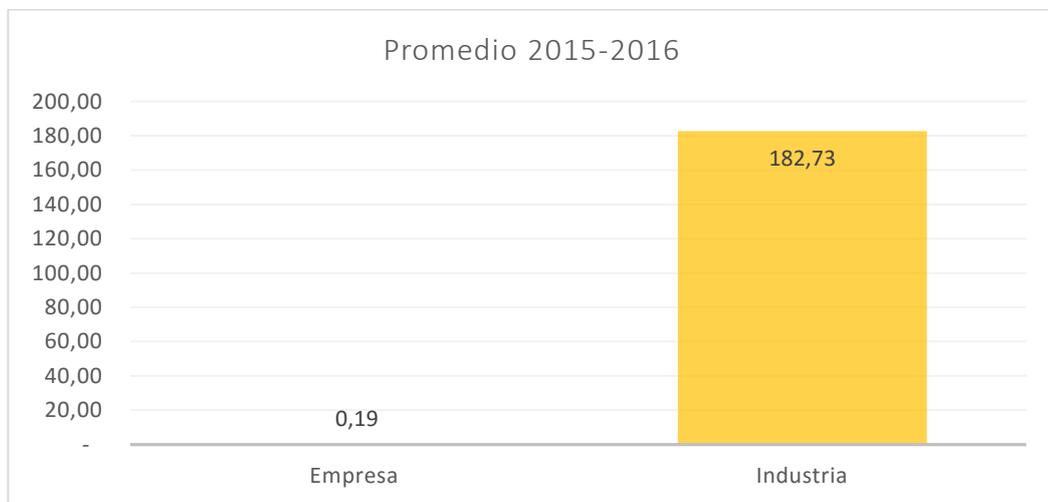


Figura 108 Comparativo Periodo Promedio de Pago FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

La empresa hace sus pagos promedio a 0,19 días, es decir menos de 1 día, el periodo promedio de pago es similar que el de cobro y es muy aceptable este indicador.

Tabla 96 Impacto gastos administrativos y ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Impacto gastos administrativo s y ventas	2015		2016			
	Gastos Administrati vos y ventas	Ventas netas	Gastos Administrati vos y ventas	Ventas netas		
	0,343	542448,11	1582248,08	0,384	611961,48	1594187,23

Interpretación

El impacto de los gastos administrativos y ventas fue de 3,43 % en el 2015 y de 3,84 % en el periodo 2016, podemos decir que estos gastos no tienen un impacto significativo en relación con el total de ventas.

Comparativo Gastos Administrativos y Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

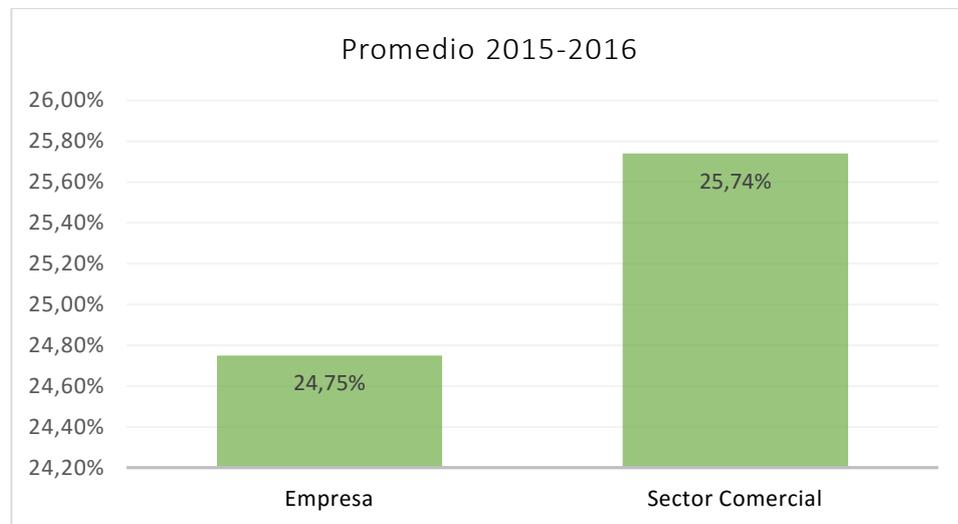


Figura 109 Comparativo Gastos Administrativos y Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

El Impacto en Gastos Administrativos y Ventas en promedio de la empresa es levemente inferior en 24,75% con el sector comercial de 25,74% por lo que se este punto se debe realizar propuestas para disminuir los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 97 Rentabilidad neta del activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Rentabilidad neta del activo (Dupont)	2015		2016			
	Utilidad Neta/Ventas netas	Ventas netas / Activo Total	Utilidad Neta/Ventas netas	Ventas netas / Activo Total		
	0,156	0,132520013	1,176141385	-0,013	-1348,12	101669,71

Interpretación

En cuanto a este indicador la empresa por cada unidad monetaria invertida en activos totales generó una utilidad neta de 15,6% en el periodo 2015 y -1,30% en el año 2016, es decir la empresa mostró un mejoramiento en la utilización de sus activos para generar utilidad el año 2015, esto independientemente de cómo hayan sido financiados.

Comparativo Rentabilidad neta del activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

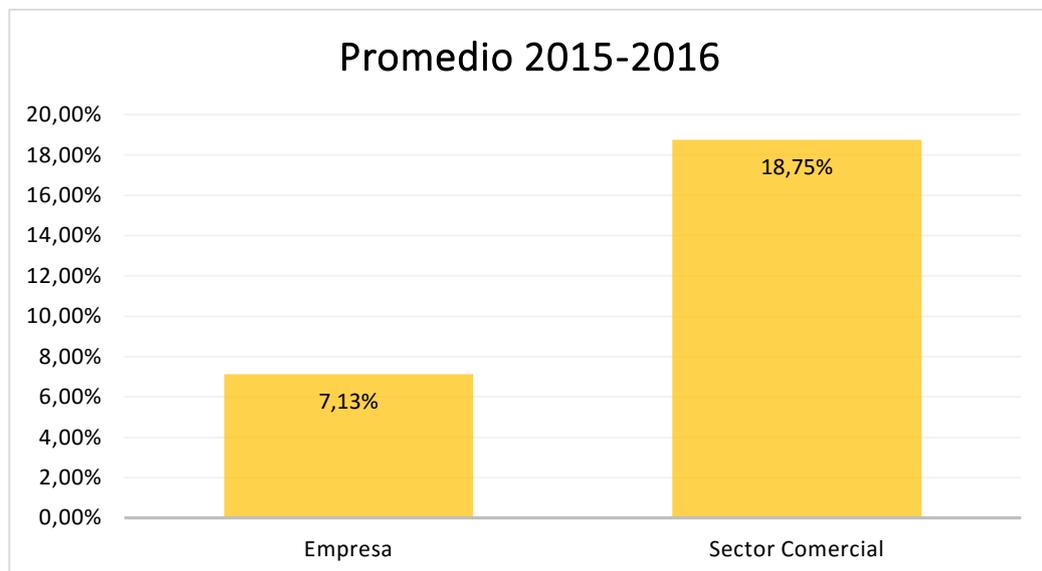


Figura 110 Comparativo Rentabilidad neta del activo FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Para la empresa se dio en promedio un 7,13% de rendimiento del activo como aporte a las ventas y el sector comercial está mucho mejor con 18.75% en la maximización de sus activos netos, por lo que hay que revisar los activos para que se están utilizando dentro de la empresa.

Tabla 98

Margen Bruto FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Margen Bruto	2015			2016		
	Ventas - Costo de Ventas	Ventas netas		Ventas - Costo de Ventas	Ventas netas	
	0,512	809398,05	1582248,08	0,491	783405,99	1594187,23

Interpretación

El margen de utilidad bruto de la empresa fue de 51,2% en el año 2015 y de 49,1% en el 2016, observamos que la utilidad disminuyo en un 2,1% esto se dio porque la empresa tuvo una leve reducción en sus costos de ventas.

Comparativo Rentabilidad Margen Bruto FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

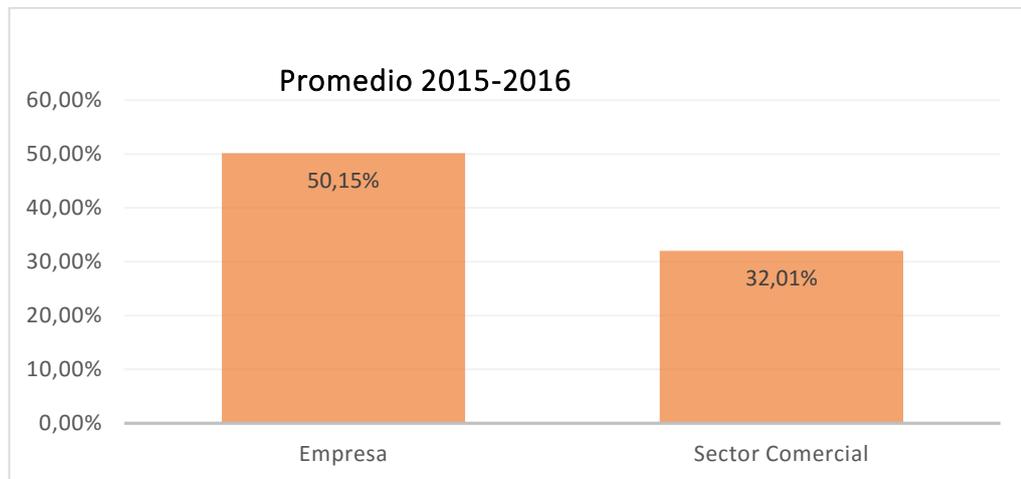


Figura 111 Comparativo Rentabilidad Margen Bruto FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

En promedio la empresa tiene un margen superior bruto de ganancia con lo que está generando el sector comercial con una diferencia de 18,14% más de porcentaje de rentabilidad.

Tabla 99
Margen Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Margen operacional	2015			2016	
	Ventas - Costo de Ventas - Gastos	Ventas netas		Ventas - Costo de Ventas - Gastos	Ventas netas
	0,169	266949,94	1582248,08	0,108	171444,51 1594187,23

Interpretación

El margen operacional de la empresa pasó del 16,9% en el año 2015 al 10,8% en el año 2016 teniendo un incremento del 6,1%, debido principalmente a que la empresa en el año 2016 no clasificó de buena manera sus costos y gastos.

Comparativo Margen Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

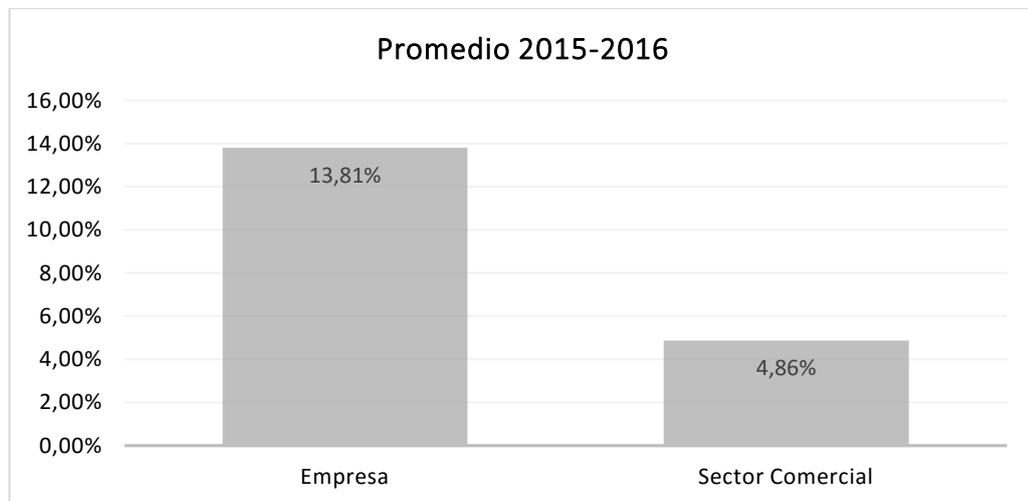


Figura 112 Comparativo Margen Operacional FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

En promedio la empresa tiene un margen superior operacional de ganancia con lo que está generando el sector comercial con una diferencia de 8,95% más de porcentaje de rentabilidad.

Tabla 100
Rentabilidad Neta de Ventas (Margen neto) FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	2015		2016			
	Utilidad neta	Ventas netas	Utilidad neta	Ventas netas		
	0,133	209679,5368	1582248,08	0,104	165222,9489	1594187,23

Interpretación

El año 2015 es el año con el rendimiento más alto 13,3%, y 10,4% en el 2016 el rendimiento.

Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

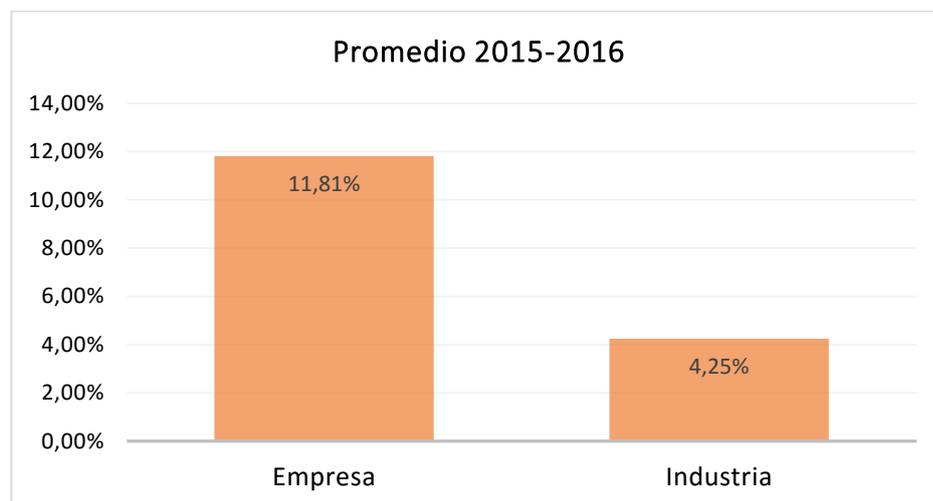


Figura 113 Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Pronóstico

Las ventas de la empresa generaron más utilidad que las ventas del sector comercial. Por las ventas realizadas se obtiene el 11,81% de utilidad neta, lo que nos muestra el rendimiento después de impuestos de nuestras ventas, que para este caso es excelente para seguir funcionamiento.

Tabla 101
Rentabilidad Operacional al Patrimonio FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

Rentabilidad Operacional del Patrimonio	2015		2016	
	Utilidad operacional	Patrimonio	Utilidad operacional	Patrimonio
	39,55%	266949,94	675042,45	28,82%
			171444,51	594936,46

Interpretación

La rentabilidad operativa del patrimonio presento un 39,55% en el 2015 y 28,82% en el 2016, esto quiere decir que la capacidad del patrimonio de la empresa para generar utilidades es muy buena.

Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

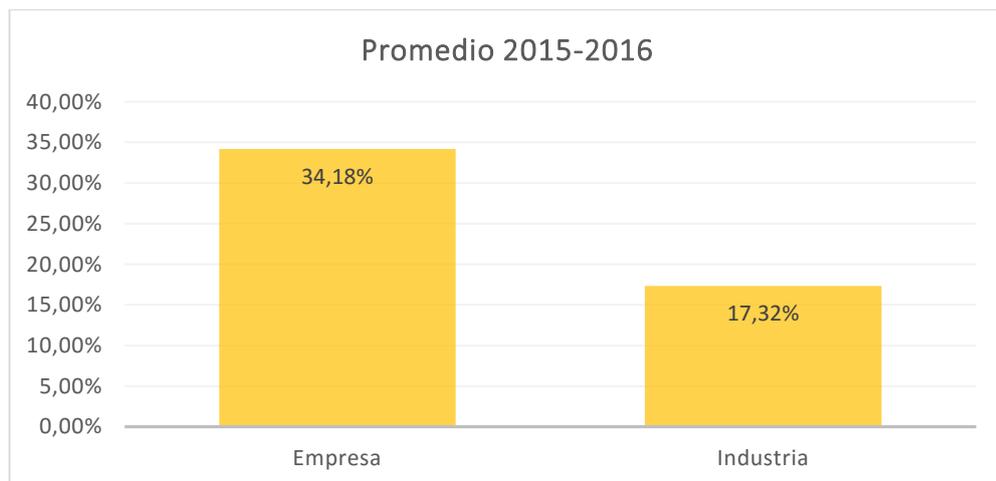


Figura 114 Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC

La rentabilidad operacional de la empresa antes de impuestos es superior con 16,86% al sector comercial por lo que están manejando correctamente la empresa en este aspecto.

Tabla 102
Estado de Situación Financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

RUC 0591725319001
 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A
 CIU Nivel 6 G4630.95

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	2015	%	2016	%	var %	var \$
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	284782,48	3,49%	1882,08	0,02%	-99,34%	-282900,4
INVERSIONES CORRIENTES	0		0			
(-) PROVISIÓN POR DETERIORO DE IC	0		0			
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES						
LOCALES	1032157,16	12,63%	1357345,18	12,79%	31,51%	325188,02
DEL EXTERIOR	0		0			0
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CORRIENTES						
LOCALES	234268,01	2,87%	459208,31	4,33%	96,02%	224940,3
DEL EXTERIOR	4485,76	0,05%	0	0,00%	-100,00%	-4485,76
(-) PROVISIÓN CUENTAS INCOBRABLES Y DETERIORO	0		0			0
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (ISD)	0		0			0
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (IVA)	526205,16	6,44%	323192,07	3,04%	-38,58%	-203013,09
CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DEL SUJETO PASIVO (RENTA)	22443,95	0,27%	52275,05	0,49%	132,91%	29831,1
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	457086,93	5,59%	1528100,71	14,40%	234,31%	1071013,78
INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO	0		0			
INVENTARIO DE SUMINISTROS Y MATERIALES	664041,80	8,13%	0		-100,00%	-664041,8
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACÉN	381426,05	4,67%	270618,05	2,55%	-29,05%	-110808
MERCADERÍA EN TRÁNSITO	83839,92	1,03%	50929,87	0,48%	-39,25%	-32910,05
INVENTARIO REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	50945,47	0,62%	204611,75	1,93%	301,63%	153666,28
(-) PROVISIÓN DE INVENTARIO POR VALOR NETO DE REALIZACIÓN Y OTRAS	0		0			
PÉRDIDAS EN INVENTARIO						
ACTIVOS PAGADOS POR ANTICIPADO	0		0			
(-) PROVISIÓN POR DETERIORO DEL VALOR DEL ACTIVO CORRIENTE	0		0			
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	4960	0,06%	5120,47	0,05%	3,24%	160,47
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3746642,69	45,85%	4253283,54	40,07%	13,52%	506640,85
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y ACTIVOS BIOLÓGICOS						
TERRENOS	1300000	15,91%	1300000	12,25%		

CONTINÚA



ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	2015	%	2016	%	var %	var \$
INMUEBLES (EXCEPTO TERRENOS)	488817,04	5,98%	230808,89	2,17%	-52,78%	-258008,15
CONSTRUCCIONES EN CURSO	0		0			
MUEBLES Y ENSERES	44341,84	0,54%	42522,89	0,40%	-4,10%	-1818,95
MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES	2472290,87	30,26%	959749,23	9,04%	-61,18%	-1512541,64
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	85723,41	1,05%	97493,21	0,92%	13,73%	11769,8
VEHÍCULOS, EQUIPO DE TRANSPORTE Y CAMINERO MÓVIL	89377,20	1,09%	89888,57	0,85%	0,57%	511,37
OTROS PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	211825,04	2,59%	214841,33	2,02%	1,42%	3016,29
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	-268308,31	-3,28%	-309548,52	-2,92%	15,37%	-41240,21
(-) DETERIORO ACUMULADO DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	0		0			
TOTAL PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO, PROPIEDADES DE INVERSIÓN Y	4424067,09	54,14%	2625755,6	24,74%	-40,65%	-1798311,49
ACTIVOS BIOLÓGICOS						
TROS DERECHOS REPRESENTATIVOS DE CAPITAL			1948645,89	18,36%		1948645,89
EN SOCIEDADES QUE NO SON SUBSIDIARIAS, NI						
ASOCIADAS, NI NEGOCIOS CONJUNTOS						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR NO CORRIENTES (LOCALES)	266,89	0,00%	1787499,00	16,84%	669651,21%	1787232,11
OTROS ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES	210,48	0,00%				-210,48
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES	266,89	0,00%				-266,89
OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	210,48	0,00%	0			-210,48
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	4424544,46	54,15%	6361900,49	59,93%	43,79%	1937356,03
TOTAL DEL ACTIVO	8171187,15	100%	10615184,03	100%	29,91%	2443996,88
PASIVO						
PASIVO CORRIENTES						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES						
LOCALES	47674,44	0,58%	207936,70	1,96%	336,16%	160262,26
DE EXTERIOR	205519,82	2,52%	443529,41	4,18%	115,81%	238009,59
OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES	0		499978,79	4,71%		499978,79
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS CORRIENTES	2203719,84	26,97%	1054778,54	9,94%	-52,14%	-1148941,3
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO		0,00%		0,00%		0
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO		0,00%	6260,19	0,06%		6260,19
OBLIGACIONES CON EL IESS		0,00%	4387,6	0,04%		4387,6
OTROS PASIVOS POR BENEFICIOS A EMPLEADOS		0,00%	54039,05	0,51%		54039,05
OBLIGACIONES EMITIDAS CORRIENTES	304200,29	3,72%			-100,00%	-304200,29
PROVISIONES	10738,89	0,13%			-100,00%	-10738,89
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	2771853,28	33,92%	2270910,28	21,39%	-18,07%	-500943
PASIVOS NO CORRIENTES				0,00%		
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES NO CORRIENTES	48521,76	0,59%			-100,00%	-48521,76
(LOCALES)						

CONTINÚA



ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	2015	%	2016	%	var %	var \$
PRESTAMOS DE ACCIONISTAS O SOCIOS	5949928,57		5366898,17	50,56%	-9,80%	-583030,4
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS NO CORRIENTES LOCALES		0,00%	864005,69	8,14%		864005,69
PROVISIONES POR JUBILACIÓN PATRONAL	0		6115,8	0,06%		6115,8
PROVISIONES POR DESAHUCIO	0,00	0,00%	2712,79	0,03%		2712,79
PASIVOS POR INGRESOS DIFERIDOS ANTICIPO CLIENTES			45000	0,42%		45000
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5998450,33	73,41%	6284732,45	59,21%	4,77%	286282,12
TOTAL DEL PASIVO	8770303,61	107,33%	8555642,73	80,60%	-2,45%	-214660,88
PATRIMONIO NETO						
CAPITAL SUSCRITO Y/O ASIGNADO	50000,00	0,61%	2450000,00	23,08%		2400000
RESERVA LEGAL	0		0			
APORTE DE SOCIOS O ACCIONISTAS PARA FUTURA CAPITALIZACIÓN						
RESULTADOS ACUMULADOS PROVENIENTES DE LA ADOPCIÓN POR PRIMERA VEZ DE LAS NIFF						
RESERVA DE CAPITAL						
UTILIDAD NO DISTRIBUIDA EJERCICIOS ANTERIORES						
(-) PERDIDA ACUMULADA DE EJERCICIOS ANTERIORES	-405301,94	-4,96%	-417131,41	-3,93%	2,92%	-11829,47
(-) PERDIDA DEL EJERCICIO O UTILIDAD	-243814,52	-2,98%	26672,71	0,25%	-110,94%	270487,23
TOTAL PATRIMONIO NETO	-599116,46	-7,33%	2059541,3	19,40%	-443,76%	2658657,76
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	8171187,15	100%	10615184	100%	29,91%	2443996,88

Tabla 103
Estado de Resultados LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

RUC 0591725319001
RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A
CIU Nivel 6 G4630.95

ESTADO DE RESULTADO						
	2015	%	2016	%	var %	var \$
INGRESOS						
VENTAS NETAS 12% IVA	1298652,21	99,94%	2255851,3	98,88%	73,71%	957199,09
VENTAS NETAS 0% IVA		0,00%		0,00%		
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	0	0,00%		0,00%		
INGRESOS OBTENIDOS BAJO LA MODALIDAD DE COMISIONES O SIMILARES	831,03	0,06%	25526,45	1,12%	2971,66%	24695,42
PRESTACIONES LOCALES DE SERVICIOS GRAVADAS CON TARIFA 0% DE IVA O EXENTAS DE IVA	0,00	0,00%		0,00%		
TOTAL INGRESOS	1299483,24	100,00%	2281377,75	100,00%	75,56%	981894,51
COSTOS Y GASTOS						
INVENTARIO INICIAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	0	0,00%	102944,76	4,51%		102944,76
COMPRAS NETAS LOCALES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	397097,16	30,56%	0	0,00%	-100,00%	-397097,16
IMPORTACIONES DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	1071489,86				-100,00%	-1071489,86
(-) INVENTARIO FINAL DE BIENES NO PRODUCIDOS POR EL SUJETO PASIVO	-381426,05	-29,35%	-128818,65	-5,65%	-66,23%	252607,4
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	0	0,00%	1152012,77	50,50%		1152012,77
COMPRAS NETAS LOCALES DE MATERIA PRIMA	0	0,00%	341852,81	14,98%		341852,81

CONTINÚA



ESTADO DE RESULTADO

	2015		%		2016		%		var %		var \$		
IMPORTACIONES DE MATERIA PRIMA					1245699,66		54,60%				1245699,66		
(-) INVENTARIO FINAL DE MATERIA PRIMA	-1121128,73		-86,27%		-1528100,71		-66,98%		36,30%		-406971,98		
INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0		0,00%		381426,05		16,72%				381426,05		
(-) INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	0		0,00%		-270618,05		-11,86%				-270618,05		
SUELDOS Y SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES QUE CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	149569,98	0	11,51%	0,00%	117357,96	74085,42	5,14%	3,25%	-21,54%		-32212,02	74085,42	
BENEFICIOS SOCIALES, INDEMNIZACIONES Y OTRAS REMUNERACIONES QUE NO CONSTITUYEN MATERIA GRAVADA DEL IESS	25528,74	0	1,96%	0,00%	23930,2	15148,32	1,05%	0,66%	-6,26%		-1598,54	15148,32	
APOORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL (INCLUYE FONDO DE RESERVA)	0	20268,25	0,00%	1,56%	20018,99	9331,03	0,88%	0,41%	-53,96%		20018,99	-10937,22	
HONORARIOS PROFESIONALES Y DIETAS	131243,78		0,00%	10,10%	65858,18	26292,21	2,89%	1,15%	-79,97%		65858,18	-104951,57	
JUBILACIÓN PATRONAL	0			0,00%		2563,41		0,11%				2563,41	
DESAHUCIO						2528,47		0,11%					
OTROS						3689,79		0,16%					
ARRENDAMIENTOS OPERATIVOS	0			0,00%		15195		0,67%					
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	21574,41		0,00%	1,66%		13897,09		0,61%		-35,59%			
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		6881,52		0,00%		9286,64		0,41%		34,95%			
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	220,09	6966,39		0,02%		1048,63		0,05%	-100,00%	-84,95%	-220,09		
SUMINISTROS , HERRAMIENTAS, MATERIALES Y REPUESTOS	3348,08	20482,94		0,26%	1,58%	4509,59	7806,34	0,20%	0,34%	34,69%	-61,89%	1161,51	-12676,60
TRANSPORTE		36672,72		0,00%	2,82%		6857,11		0,30%		-81,30%	0	-29815,61
PERDIDAS NETAS POR DETERIORO INVENTARIOS	0	0		0,00%	0	789,37		0,03%				789,37	
PROVISIONES PARA CUENTAS INCOBRABLES	0	0		0,00%	0	0							

CONTINÚA



ESTADO DE RESULTADO

	2015		%		2016		%		var %		var \$	
PROVISIONES POR VALOR NETO DE REALIZACIÓN DE INVENTARIOS	0	0	0,00%		0	0						
ARRENDAMIENTO MERCANTIL LOCAL	0	20413,83	0,00%	1,57%	0							-20413,83
COMISIONES LOCALES		551,53		0,04%								
INTERESES BANCARIOS		44954	0,00%	3,46%	0				-100,00%			-44954,00
SEGUROS Y REASEGUROS (PRIMAS Y CESIONES)	0	16115,12		1,24%		42652,61		1,87%		164,67%		26537,49
GASTOS DE GESTIÓN		0		0,00%		1619,46		0,07%				1619,46
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS		32251,31	0,00%	2,48%		38135,58	1,67%	1,67%		18,25%		5884,27
GASTOS DE VIAJE	0	0		0,00%		4775,78		0,21%				4775,78
IVA QUE SE CARGA AL COSTO O GASTO		0		0,00%				0,00%				
DEPRECIACIONES DE PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO (EXCLUYE ACTIVOS BIOLÓGICOS Y PROPIEDADES DE INVERSIÓN)	0	268308,31	0,00%	20,65%	123686,35	54077,10	5,42%	2,37%		-79,85%	123686,35	-214231,21
OTRAS GASTOS	0	0	0,00%		20935,74	73747,1	0,92%				20935,74	
SERVICIOS PÚBLICOS	0	40540,54	0,00%	3,12%	3739,4	8381,30	0,16%	0,37%		-79,33%	3739,4	-32159,24
PAGO POR OTROS SERVICIOS	702881,06	28492,92	54,09%	2,19%	0	0	0,00%	0,00%	-100,00%	-100,00%	-702881,06	-28492,92
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0,00%	0,00%		151300,32		6,63%				151300,32
TOTAL COSTOS	847580,19		65,22%		1676435,05		73,48%		97,79%		828854,86	
TOTAL GASTOS		695717,57	0,00%	53,54%		563208,08		24,69%		-19,05%		-132509,49
TOTAL COSTOS Y GASTOS		1543297,76		118,76%		2239643,13		98,17%		45,12%		696345,37
UTILIDAD DEL EJERCICIO		-243814,52		-18,76%		41734,62		1,83%		-117,12%		285549,14
(-) PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		0,00		0,00%		-6260,19		-0,27%				-6260,19
(+) GASTOS NO DEDUCIBLES LOCALES		0		0,00%		4533,40		0,20%				4533,40
(-) AMORTIZACIÓN PÉRDIDAS TRIBUTARIAS DE AÑOS ANTERIORES		0		0,00%		0,00						
UTILIDAD GRAVABLE		-243814,52		-18,76%		40007,83		1,75%		-116,41%		283822,35
(-) IMPUESTO A LA RENTA		0,00		0,00%		-8801,72		-0,39%				-8801,72
UTILIDAD NETA		-243814,52		-18,76%		31206,11		1,37%		-112,80%		275020,63

*Diagnóstico vertical estado de situación financiera licores ecuatoriano
Licorec S.A*

Para el análisis del comportamiento de los estados financieros de LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A se tomará como referencia los periodos 2015 y 2016.

En el año 2015 como se muestra en la tabla anterior, la empresa está distribuida según el total de sus Activos en un 45,85 % de Activo Corriente y un 54,15% de Activos no Corriente.

En el Activo Corriente teniendo gran porcentaje del total de los activos, se encuentra el rubro de Cuentas y Documentos por Cobrar Clientes locales con un porcentaje de 12,63%, esto puede ser algo negativo ya que no es rentable tener una gran cantidad de dinero en efectivo sin cobrar ya que no se está generando rentabilidad de forma adecuada, en la cuenta en Efectivo y Equivalentes de Efectivo se tiene el 3,49% para el manejo operativo de la empresa de forma diaria.

En cuanto al Inventario de Materia Prima tiene una participación del 5,59 % de los cuales son insumos para elaboración de bebidas, el Inventario de Suministros y Materiales del 8,13%, el Inventario en Productos Terminados tiene una participación del 4,67% de los cuales son las bebidas, y el Inventario en Repuestos, Herramientas y Accesorios tiene una participación baja del 0,62%.

En el Activo no Corriente esta empresa posee algunas cuentas, entre esa tenemos la que más representa de estos activos es Terrenos con el 15,91%, luego en un 5,98% que es Inmuebles (excepto terrenos) lo que indica que la empresa está bien dotada de bienes necesarios para la operación y elaboración de las bebidas, seguido de 30,26% que es Maquinaria, Equipo e Instalaciones, luego el 1,09% que es la cuenta de Vehículos, Equipos de Transporte, teniendo en cuenta la depreciación acumulada propiedades planta y equipos con -3,28% dando un total de Propiedades, Planta y Equipo, Propiedades de Inversión y Activos Biológicos con 54,14%.

En la cuenta Pasivo Total se tiene una participación del 107,33% y aporte del Patrimonio Total del -7,33% por existir una pérdida acumulada.

En los Pasivos Corrientes con un porcentaje de 33,92% de los cuales las Cuentas y Documentos por Pagar con Proveedores Locales tienen una participación del 0,58% y del exterior del 2,52%, Otras Cuentas y Documentos por pagar a proveedores con 1,08%, existen Obligaciones con Instituciones Financieras Corrientes del 26,97%.

Para el Patrimonio Neto como Pérdida Acumulada un porcentaje de participación de -4,96%, y una Pérdida del Ejercicio de -2,98% lo que es preocupante.

Para el año 2016 el Activo tuvo participación con un 59,93% correspondiente al Activo Corriente aumentando en un 5,78% que paso de tener USD 4424.544,31 a USD 6361900,49, deudores locales tiene un participación de 12,79% aumentando en un 0,16% respecto al periodo anterior del cual clientes juega un papel importante haciendo referencia a las ventas que se realizaron a crédito para corto plazo de pago, en la cuenta de Efectivo y Equivalentes del Activo Corriente con 0,02%, el Inventario de Materia Prima con una participación de 14,40% aumentando en un 8,81%, Inventario de Suministros y Materiales con el 8,13%, Inventario en Productos Terminados tiene una participación del 2,55% de los cuales son las bebidas, y el Inventario en Repuestos, Herramientas y Accesorios tiene una participación baja del 0,62 %.

En el Activo no Corriente esta empresa posee algunas cuentas, entre esa tenemos la que más representa de estos activos los Terrenos con 12,25%. en un 2,25% que es Inmuebles (excepto terrenos) lo que indica que la empresa está bien dotada de bienes necesarios para la operación y elaboración de las bebidas, seguido de 9,04% que es Maquinaria, Equipo e Instalaciones, luego el 0,85% que es la cuenta de Vehículos, Equipos de Transporte, teniendo en cuenta la depreciación acumulada propiedades planta y equipos con -2,92% dando un total de Propiedades, Planta y Equipo, Propiedades de Inversión y Activos Biológicos con 24,74%.

En la cuenta Pasivo Total se tiene una participación del 80,60% y aporte del Patrimonio Total del 19,40%.

En los Pasivos Corrientes con un porcentaje de 14,64% de los cuales las Cuentas y Documentos por Pagar con Proveedores Locales tienen una

participación del 1,96% y del Exterior con el 4,18% y Otras Cuentas y Documentos por pagar a proveedores con 4,71% lo cual tiene relación directa con el alto porcentaje de mercancías no fabricadas por la empresa en los activos.

Para el Patrimonio Neto se tiene un Capital Suscrito y Asignado con el 23,08%, como Resultado del Ejercicio un porcentaje de participación de 7,79%, como la cuenta más importante.

Diagnóstico vertical estado de resultados de licores ecuatoriano LICOREC S.A

En el año 2015 las Ventas Netas 12% IVA representan 99,94% y Otros Ingresos por Comisiones con el 0,06%, entre los Costos y Gastos según el formato de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para la empresa es de 118,76%, donde el total de Costos es de 65,22% y Gastos de 53,54%.

Las principales cuentas donde se generan mayores costos se encuentran las Compras Netas Locales de Bienes no producidos por el Sujeto Pasivo es de 30,56%; en lo que respecta a los Sueldos y Salarios son del 11,51% que es un rango aceptable de remuneraciones gravadas del IESS.

En el año 2016 las Ventas Netas 12% IVA representan 98,88% y Otros Ingresos por Comisiones con el 1,12%, entre los Costos y Gastos según el formato de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para la empresa es de 89,25%, donde el total de Costos es de 73,48% y Gastos de 24,69%; se nota que han aumentado los costos y disminuido los gastos con respecto al año 2015.

Las principales cuentas donde se generan mayores costos se encuentran las Compras Netas Locales de Materia Prima son de 14,98%, las Importaciones de Materia Prima de 54,60%, en lo que respecta a los Sueldos y Salarios son del 5,14% que es un rango aceptable de remuneraciones gravadas del IESS.

Diagnóstico horizontal del estado se situación de licores ecuatoriano LICOREC S.A

El Activo en el año 2015 es de USD \$ 8171.187,15 y en el año 2016 aumento de USD \$10615.184,03, el Pasivo en el año 2015 es de USD \$ 8770.303,61 y en el año 2016 aumento de USD \$ 8555.642 y; el Patrimonio en el año 2015 es de USD -\$ 599.116,46 y en el año 2016 aumento de USD \$2059.541,3.

Tabla 104
Estado de Situación Financiera 2015-2016 Licores Ecuatoriano LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
Activo	8171187,15	10615184,03	29,91%	2443996,88
Pasivo	8770303,61	8555642,73	-2,45%	-214660,88
Patrimonio	-599116,46	2059541,3	-443,76%	2658657,76

Interpretación

La entidad tiene una variación en Activo de 29,91%, el Pasivo de -2,45% y el Patrimonio de -443,76%.

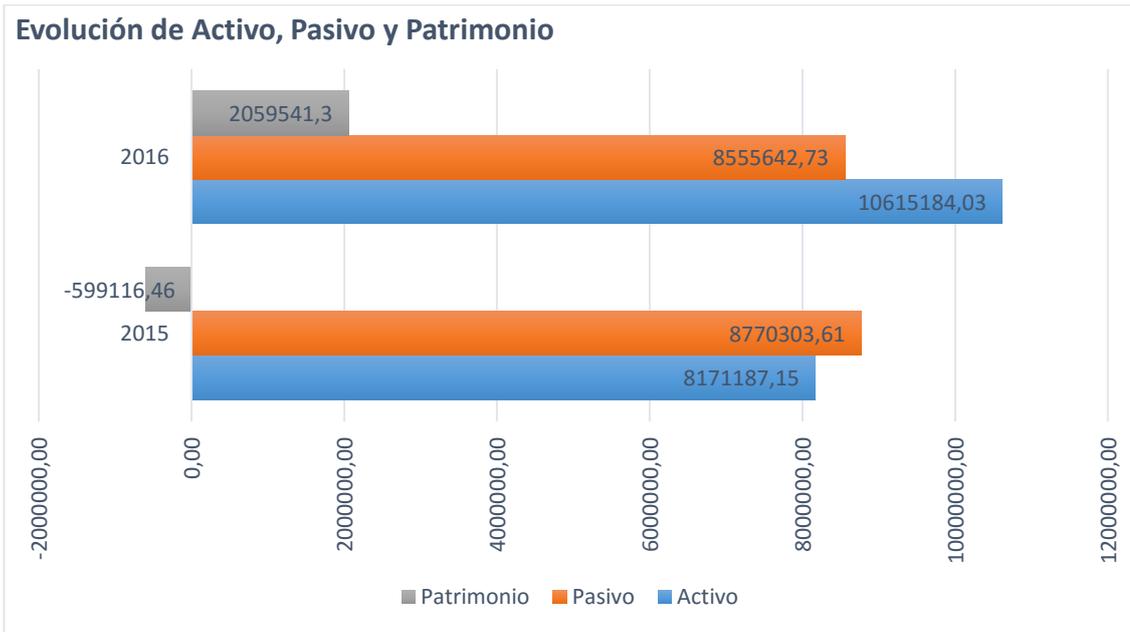


Figura 115 Evolución de Activo, Pasivo y Patrimonio LICOREC S.A

Pronóstico

La empresa ha manejado correctamente sus Activos y su Pasivo, pero se debe analizar el cambio de Patrimonio.

Diagnóstico del Activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

El Activo Corriente en el año 2015 es de USD \$ 3746.642,69 y en el año 2016 aumento de USD \$ 4253.283,54, el Activo No Corrientes en el año 2015 es de USD \$ 4424.544,46 y en el año 2016 aumento de USD \$ 6361.900,49.

Tabla 105

Composición del Activo 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
Activos Corrientes	3746642,69	4253283,54	13,52%	506640,85
Activos No Corrientes	4424544,46	6361900,49	43,79%	1937356,03
Total Activo	8171187,15	10615184,03	29,91%	2443996,88

Interpretación

El Activo está compuesto por Activos Corrientes y Activos no Corrientes que significa una variación entre 2015-2016 del 13,52% en Activos Corrientes y del -43,79% en Activos No Corrientes.

Pronóstico

La empresa ha manejado correctamente sus Activos Corrientes y Activos No Corrientes.

Diagnóstico del Efectivo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

El Efectivo en el año 2015 es de USD \$ 284.782,48 y disminuyó en el año 2016 es de USD \$ 1882,08.

Tabla 106
Evaluación Efectivo año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Evaluación Efectivo año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A				
	2015	2016	Variación%	Variación \$
Efectivo	284782,48	1882,08	-99,34%	-282900,40

Interpretación

En lo que respecta el Efectivo de la empresa DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A el Efectivo entre 2015 y 2016 existe una variación del -99,34%.

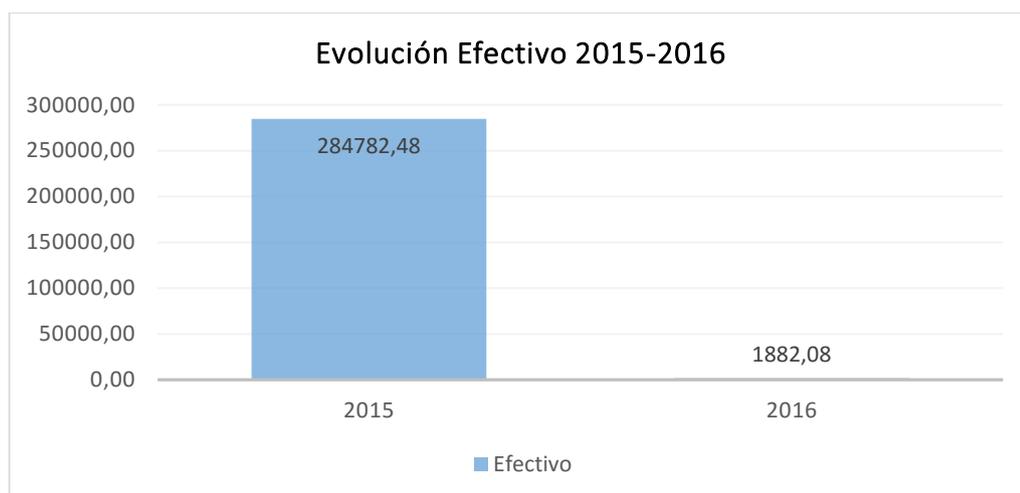


Figura 116 Evolución efectivo 2015 – 2016 LICOREC S.A

Pronóstico

La empresa tiene una desventaja en el manejo del Efectivo, por la aplicación de salvaguardias y el anticipo a la renta.

Diagnóstico de Cartera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Las Cuentas y Documentos por Cobrar Clientes en el año 2015 fue de USD \$ 1032.157,16 y aumentado en USD \$ 1357.345,18; en el rubro Otras

Cuentas x Cobrar Clientes en el año 2015 fue de USD \$ 238.753,77 y aumentado en USD \$ 459.208,31.

Tabla 107
Evaluación Cartera año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR CLIENTES CORRIENTES	1032157,16	1357345,18	31,51%	325188,02
OTRAS CUENTAS X COBRAR CLIENTES CORRIENTES	238753,77	459208,31	92,34%	220454,54

Interpretación

La compañía maneja su política de cobro de máximo cinco días por que el nivel de generación de cartera es muy reducido y no afecta a la empresa, representando un aumento horizontal del 9,10% que no es significativo ya que posee pocas cuentas por cobrar hacia clientes.

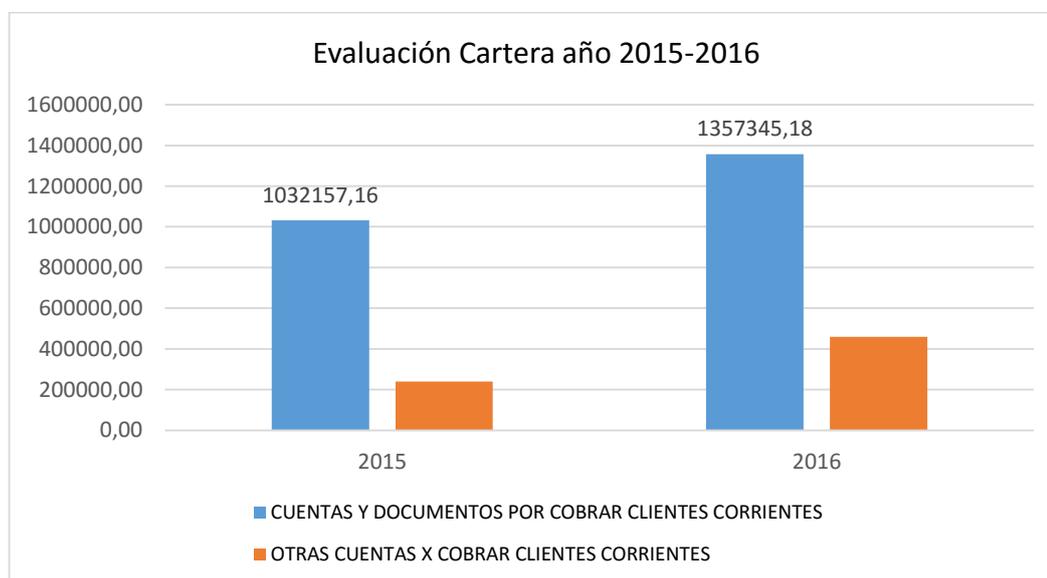


Figura 117 Evaluación cartera año 2015 – 2016 LICOREC S.A

Pronóstico

Es preocupante el exceso de Cuentas x Cobrar, aunque existe una Provisión de Cuentas x Cobrar se debe tomar medidas financieras adecuadas en este rubro.

Diagnóstico de Inventario LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

El Inventario de Materia Prima en el año 2015 es de USD \$ 457086,93 y en el año 2016 aumento considerablemente en USD \$ 1528.100,71; Inventario de Suministros y Materiales en el año 2015 es de USD \$ 664.041,80 y en el año 2016 disminuyó considerablemente en USD \$ 0,00; Inventario de Productos Terminados en el año 2015 es de USD \$ 381.426,05 y en el año 2016 disminuyo en USD \$ 270618,05; las Mercaderías en Tránsito en el año 2015 es de USD \$ 83.839,92 y en el año 2016 aumento en USD \$ 50929,87 y; Inventario de Repuestos, Herramientas y Accesorios en el año 2015 es de USD \$ 50.945,47 y en el año 2016 aumento considerablemente en USD \$ 204.611,75.

Tabla 108
Evaluación Inventario año 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
INVENTARIO DE MATERIA PRIMA	457086,93	1528100,71	234,31%	1071013,78
INVENTARIO DE SUMINISTROS Y MATERIALES	664041,80	0,00	-100,00%	-664041,80
INVENTARIO DE PROD. TERM. Y MERCAD. EN ALMACÉN	381426,05	270618,05	-29,05%	-110808,00
MERCADERÍA EN TRÁNSITO	83839,92	50929,87	-39,25%	-32910,05
INVENTARIO REPUESTOS, HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS	50945,47	204611,75	301,63%	153666,28

Interpretación

El Inventario de Materia Prima sufre variación de 234,31%, en Inventario de Productos Terminados una variación manejable del -29,05%.

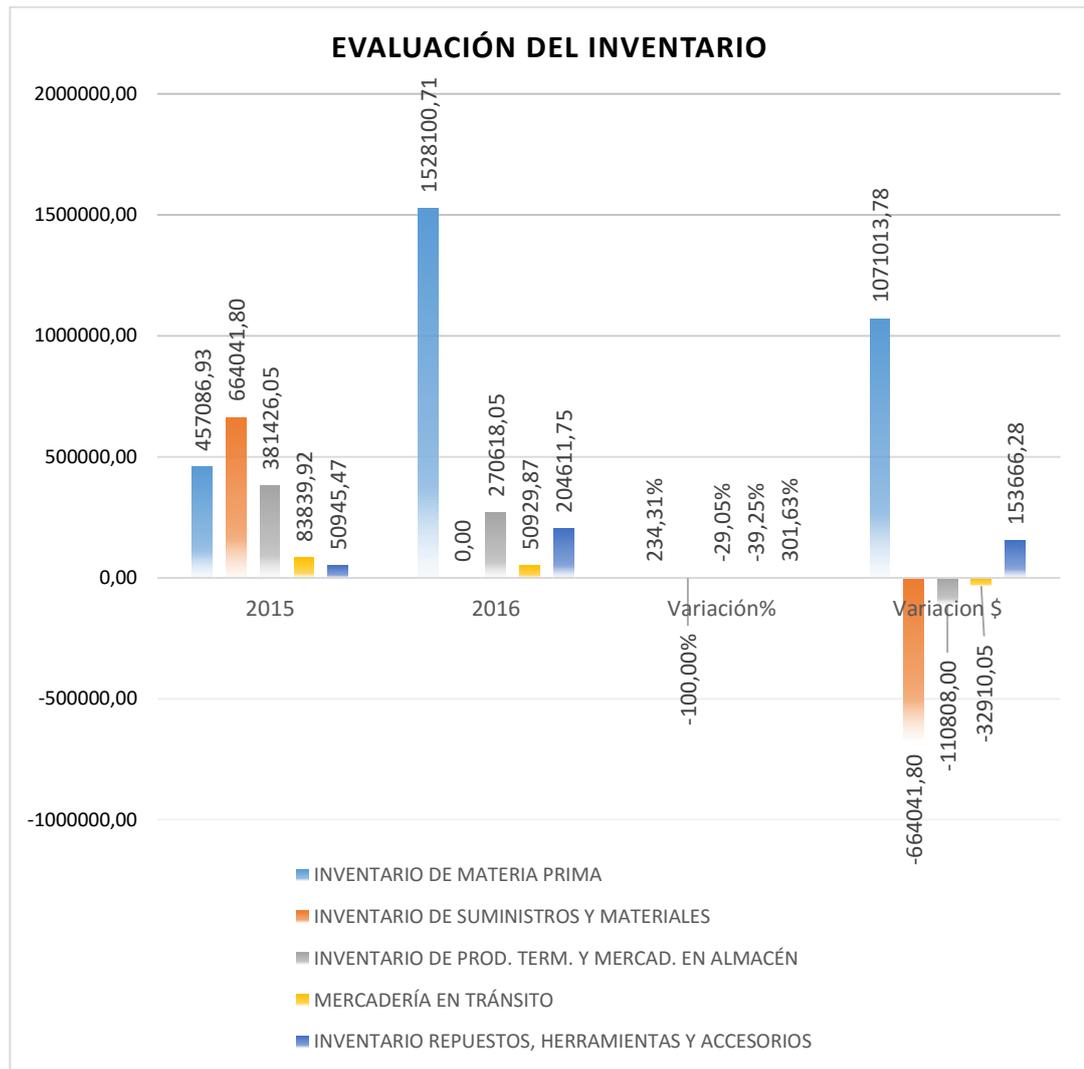


Figura 118 Evaluación del inventario LICOREC S.A

Pronóstico

Es importante el manejo del Inventario, al no dejar que rote el inventario por quedar almacenado.

Diagnóstico del Pasivo y Patrimonio LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

En la empresa el Pasivo en el año 2015 es de USD \$ 8770.303,61 y en el año 2016 disminuyó en USD \$ 8555.642,73; el Patrimonio Neto en el año 2015 es de USD -\$ 599.116,46 y en el año 2016 aumentó considerablemente en USD \$ 2059.541,30.

Tabla 109
Composición del Pasivo y Patrimonio LICORES ECUATORIANO
LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
PASIVO	8770303,61	8555642,73	-2,45%	-214660,88
PATRIMONIO NETO	-599116,46	2059541,3	-443,76%	2658657,76
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	8171187,15	10615184	29,91%	2443996,88

Interpretación

El Pasivo no ha sufrido significativos cambios y se da un -2,45% de variación por el giro del negocio, el Patrimonio Neto disminuyo en -443,76%.

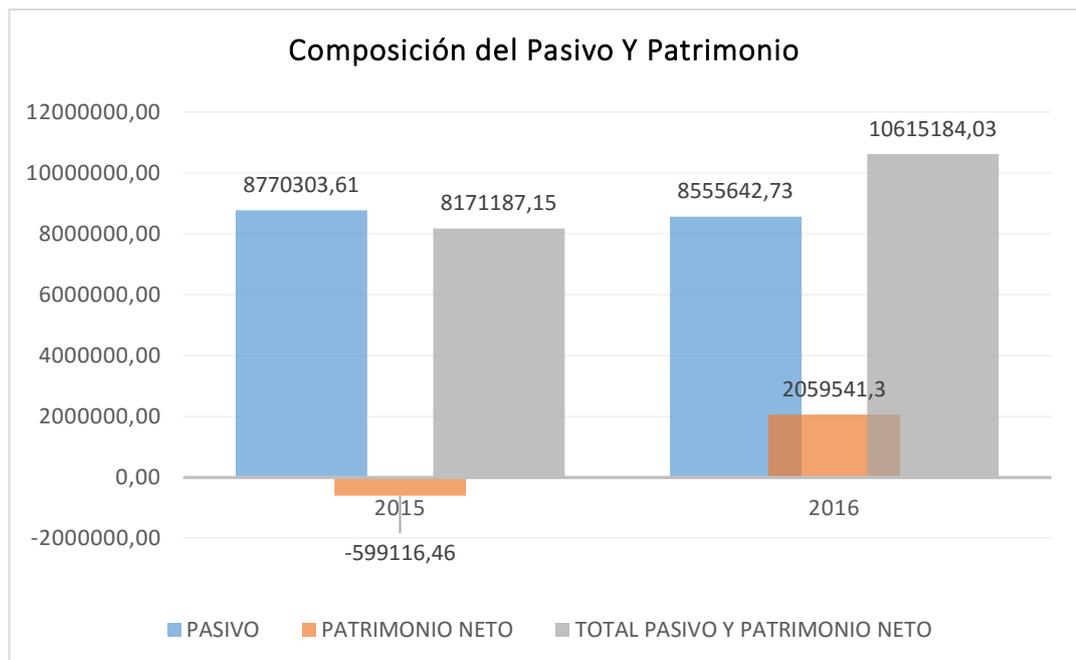


Figura 119 Composición del pasivo y patrimonio LICOREC S.A

Pronóstico

En conjunto el Patrimonio y el Pasivo están manejándose bien ya que el aporte de los socios es importante y por lo tanto el pasivo decrece.

Diagnóstico del Pasivo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

El Pasivo Corriente en el año 2015 es de USD \$ 2771.853,28 y en el año 2016 disminuye en USD \$ 2270.910,28; el Pasivo No Corriente en el año 2015 es de USD \$ 5998.450,33 y en el año 2016 aumento en USD \$ 6284732,45.

Tabla 110
Composición del Pasivo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
PASIVO CORRIENTE	2771853,28	2270910,28	-18,07%	-500943,00
PASIVO NO CORRIENTE	5998450,33	6284732,45	4,77%	286282,12
TOTAL PASIVO	8770303,61	8555642,73	-2,45%	-214660,88

Interpretación

Entre los años 2015 y 2016 el Pasivo Corriente existe una variación de -18,07%, la del Pasivo no Corriente de 4,77%.

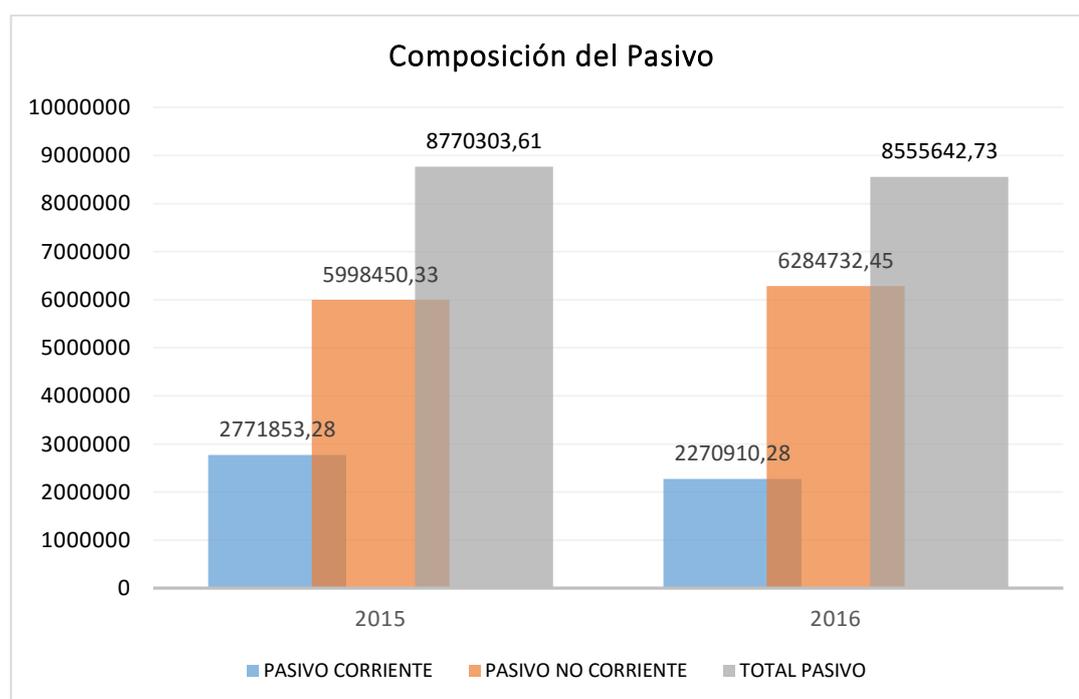


Figura 120 Composición del pasivo LICOREC S.A

Pronóstico

Es muy aceptable el manejo adecuado de los pasivos corrientes y pasivos no corrientes de la empresa.

Diagnóstico de las Cuentas x Pagar LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Las Cuentas x Pagar en el año 2015 es de USD \$ 48521,76 y en el año 2016 disminuye en USD 0,0.

Tabla 111
Evolución de las Cuentas x Pagar LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR PROVEEDORES CORRIENTES	48521,76	0,00	-100,00%	-48521,76

Interpretación

Entre los años 2015 y 2016 las Cuentas y Documentos por pagar a Proveedores existe una variación de -100,00%.

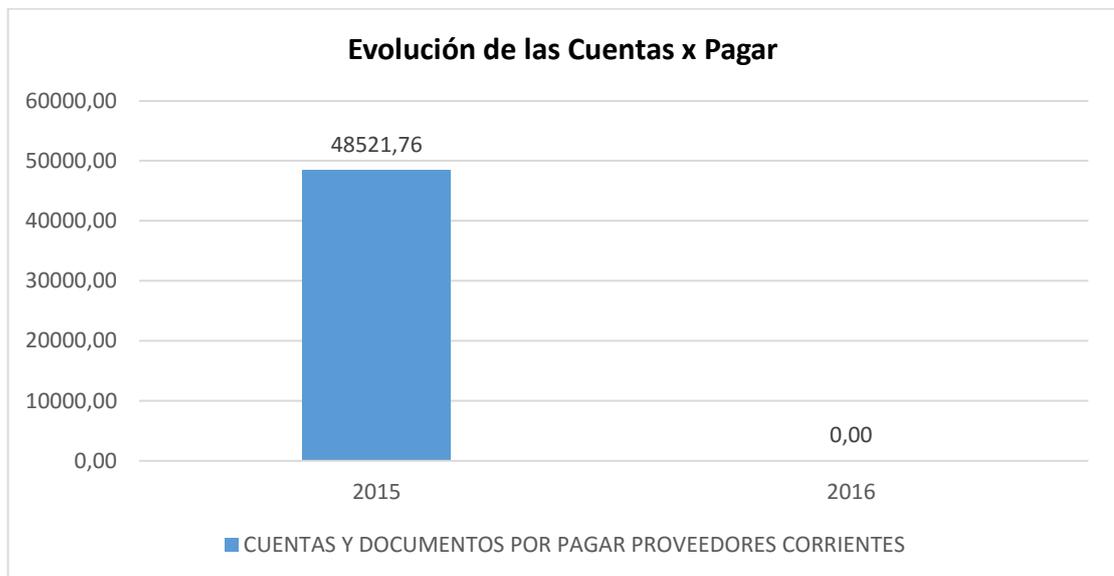


Figura 121 Evolución de las cuentas por pagar LICOREC S.A

Pronóstico

Es muy aceptable el manejo adecuado de las Cuentas x Pagar de la empresa ya que no tiene deuda a corto plazo.

Diagnóstico horizontal del estado de resultados licores ecuatoriano LICOREC S.A

Las Ventas Netas 12% con IVA en el año 2015 es de USD \$ 1298.652,21 y en el año 2016 es de USD \$ 2255.851,30.

Tabla 112
Participación de las Ventas 2015-2016 LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS NETAS 12% IVA	1298652,21	2255851,30	73,71%	957199,09
VENTAS NETAS 0% IVA	0	0	0,00%	0,00
INGRESOS OBTENIDOS BAJO LA MODALIDAD DE COMISIONES O SIMILARES	831,03	25526,45	2971,66%	24695,42
TOTAL INGRESOS	1299483,24	2281377,75	75,56%	981894,51

Interpretación

Las Ventas Netas 12% IVA han sufrido un aumento del 73,71%, que es importante notar que no ha crecido las ventas con la meta de 5% que este tipo de negocios representa.

Pronóstico

Es muy aceptable el incremento de las Ventas Netas por lo que se debe seguir en crecimiento la empresa.

Diagnóstico Utilidad Bruta LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Las Utilidad Bruta en el año 2015 es de USD \$ 451.903,05 y en el año 2016 es de USD \$ 604.942,70.

Tabla 113
Evolución de la Utilidad Bruta LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS	1299483,24	2281377,75	75,56%	981894,51
COSTOS	847580,19	1676435,05	97,79%	828854,86
UTILIDAD BRUTA	451903,05	604942,70	33,87%	153039,65

Interpretación

La empresa evidencia un margen bruto de variación del 33,87% entre 2015-2016, por aumento de los costos en 97,79%.

Pronóstico

Es aceptable el incremento de la Utilidad Bruta, pero se debe tomar en cuenta el gran aumento de los costos por lo que se debe analizar con más detalle al revisar los indicadores financieros.

Diagnóstico Utilidad Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Las Utilidad Bruta en el año 2015 es de USD \$ 451.903,05 y en el año 2016 es de USD \$ 604.942,70.

Tabla 114
Evolución de la Utilidad Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015	2016	Variación%	Variación \$
UTILIDAD BRUTA	451903,05	604942,70	33,87%	153039,65
GASTOS	695717,57	41734,62	-94,00%	-653982,95
UTILIDAD OPERACIONAL	-243814,52	563208,08	331,00%	807022,60

Interpretación

La empresa demuestra una utilidad operacional del -331% entre 2015-2016.

Pronóstico

Es aceptable el incremento de la Utilidad Operacional en la empresa.

Diagnóstico de indicadores financieros fuentes de licores ecuatoriano LICOREC S.A

Son relaciones, índices, cocientes existentes entre dos cuentas que constituye una herramienta de gestión, al servicio de la dirección de la empresa DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A, en donde relaciona una serie de elementos en el tiempo y compara la desviación con la proporción ideal que espera la empresa, tomando en cuenta el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol del sector de Cotopaxi, que nos proporciona la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Tabla 115
Liquidez Corriente DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016		
	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Activo Corriente	Pasivo Corriente	
LIQUIDEZ CORRIENTE	1,35	3746642,69	1,87	4253283,54	2270910,28

Interpretación

Para los años relacionados en el cuadro en mención, la empresa DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A, en el año 2015 por cada dólar de obligación a corto plazo vigente contaba con USD 1,35 para respaldarla, en el año 2016 por cada dólar de obligación a corto plazo vigente contaba con USD 1,87 para respaldarla.

Comparativo Liquidez corriente LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

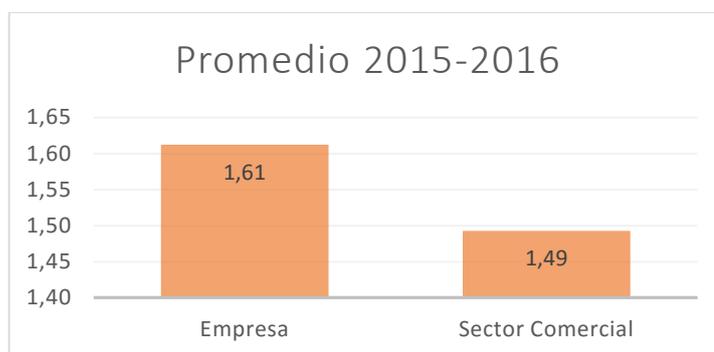


Figura 122 Liquidez corriente LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

El activo corriente es mayor que el pasivo corriente, por cada dólar de deuda la empresa cuenta con USD 1,61 para dicha deuda, lo que quiere decir que con los activos corrientes existentes en la empresa si es posible pagar todas las obligaciones a corto plazo, al igual que ocurre en el sector comercial en la que se mueve la empresa.

**Tabla 116
Prueba Ácida DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A**

	2015		2016	
	Activo Corriente - Inventario	Pasivo Corriente	Activo Corriente - Inventario	Pasivo Corriente
Prueba Ácida	1,03	2857184,24	0,99	2249953,03
		2771853,28		2270910,28

Interpretación

Podemos observar que la empresa tuviera la necesidad de atender todas sus obligaciones a corto plazo sin necesidad de liquidar y/o vender sus inventarios, en el año 2015 la empresa si alcanzaría a atender sus obligaciones y no tendría que liquidar parte de sus inventarios para poder cumplir con sus obligaciones corrientes, y su indicador de liquidez es USD

1,03; en cambio en el año 2016 este indicador aumento a 0,99 pero es lo suficiente para poder atender el total de sus obligaciones corrientes sin necesidad de vender sus inventarios.

Comparativo Prueba Ácida LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

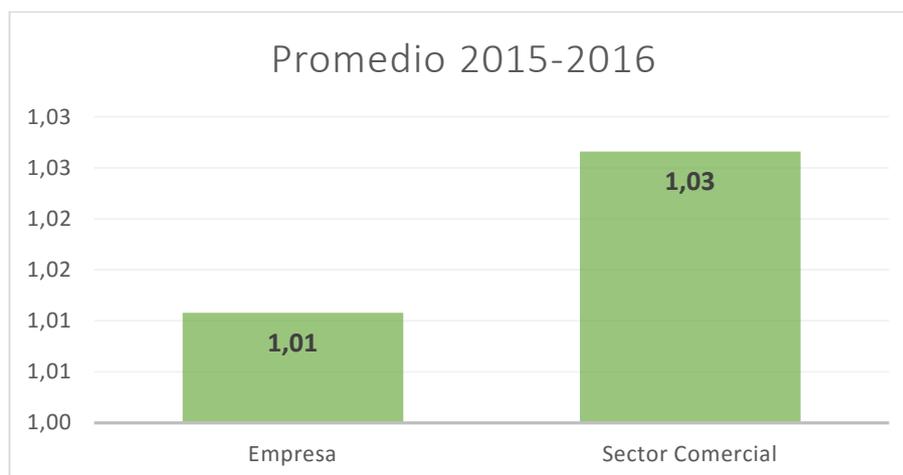


Figura 123 Comparativo Prueba Ácida LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

La empresa por cada dólar de deuda tiene 1,01 dólares para pagar las deudas a corto plazo. Hay que tomar en cuenta que en los activos corrientes no está incluido el valor de inventarios, y estos no son fácilmente convertibles en dinero a corto plazo, por lo que al igual que nos indica la Liquidez corriente, la empresa si puede pagar todas sus obligaciones, ya que los inventarios son recursos que requiere la empresa para mantener su operación.

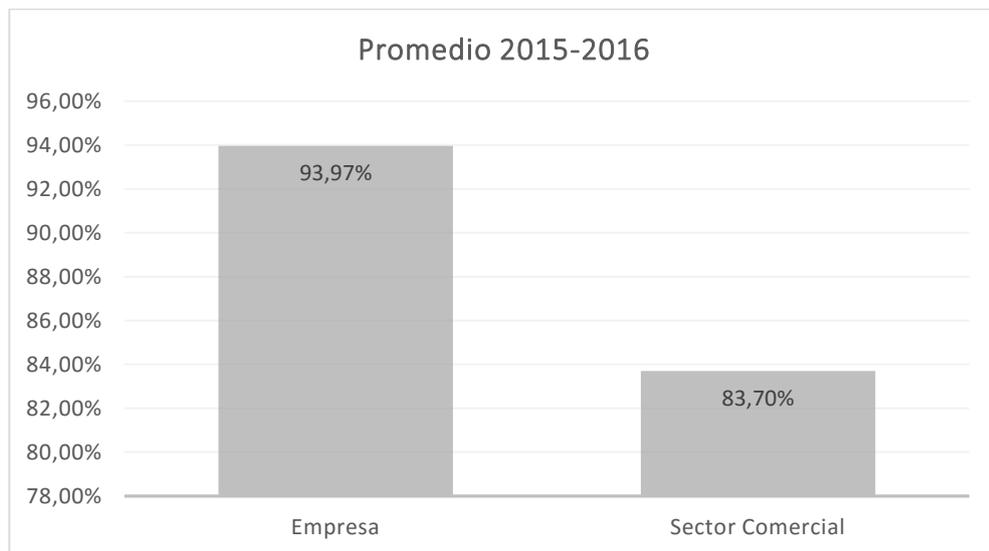
**Tabla 117
Endeudamiento del Activo DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A**

	2015		2016	
	Pasivo Total	Activo Total	Pasivo Total	Activo Total
Endeudamiento del Activo	1,07	8770303,61	0,81	8555642,73
		8171187,15		10615184,03

Interpretación

La empresa presenta un apalancamiento de los activos totales para los periodos en cuestión, ya que se muestra unos indicadores variables evidenciando que para el año 2015 se muestra un buen apalancamiento de 107% y para el año 2016 un apalancamiento superior al 2015 con el 81%, si bien el nivel es estable en el último periodo este sigue subiendo pues el estándar de endeudamiento no debe ser superior al 60% según Lerdon.

Comparativo Endeudamiento del Activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A



**Figura 124 Comparativo Endeudamiento del Activo LICORES
ECUATORIANO LICOREC S.A**

Pronóstico

El 93,97% del activo total de la empresa es financiado por terceros mientras que el 6,03% es financiado por recursos propios y otros componentes del patrimonio. No es aceptable este indicador y se debe tomar medidas financieras adecuadas.

Tabla 118
Endeudamiento Patronal LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016	
	Pasivo Total	Patrimonio Neto	Pasivo Total	Patrimonio Neto
Endeudamiento Patrimonial	-14,64	8770303,6	4,15	2059541,30

Interpretación

De tal manera que, en la empresa, en el año 2015 por cada USD que los accionistas han aportado para el funcionamiento de la empresa, los acreedores no han aportado nada para el funcionamiento de la misma y para el año 2016 por cada USD que los accionistas han aportado para el funcionamiento de la empresa, los acreedores han aportado USD 4,15 para el funcionamiento de la misma, la razón entre uno y otro es 4,15 a 1.

Comparativo Endeudamiento Patronal LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

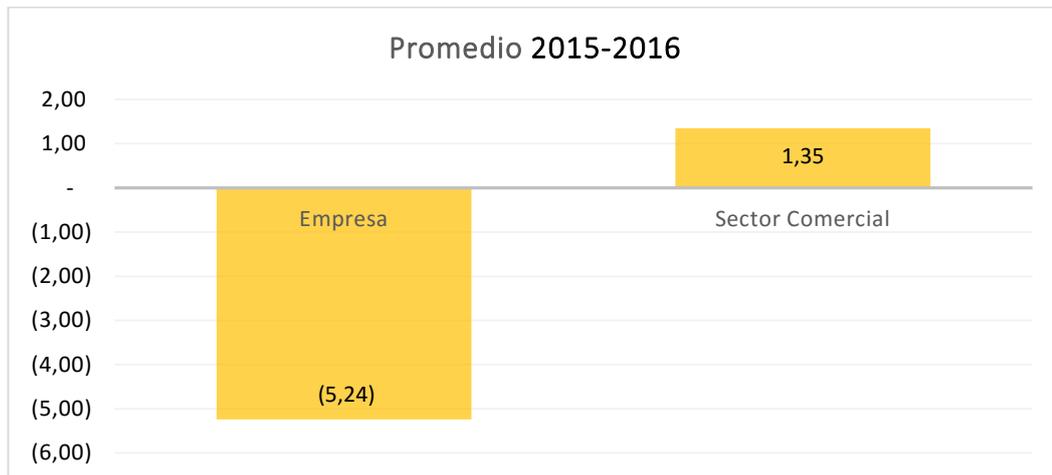


Figura 125 Comparativo Endeudamiento Patronal LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Una empresa con un nivel de endeudamiento de -5,24 aportada por pasivos y no por patrimonio. No es aceptable este indicador.

Tabla 119

Endeudamiento del Activo Fijo DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016		
		Pasivo Total	Activo Fijo Neto	Pasivo Total	Activo Fijo Neto	
Endeudamiento del Activo Fijo	1,98	8770303,61	4424067,09	3,26	8555642,73	2625755,60

Interpretación

El índice de propiedad que tiene la empresa en los periodos anteriormente mencionados son relativamente buenos ya que se muestra que gran parte de los indicadores son exequibles para que la empresa tenga una buena utilidad al final de un periodo determinado, este con el fin de dar igualmente unos dividendos que den utilidad a los socios o accionistas en un tiempo determinado.

Comparativo Endeudamiento del Activo Fijo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

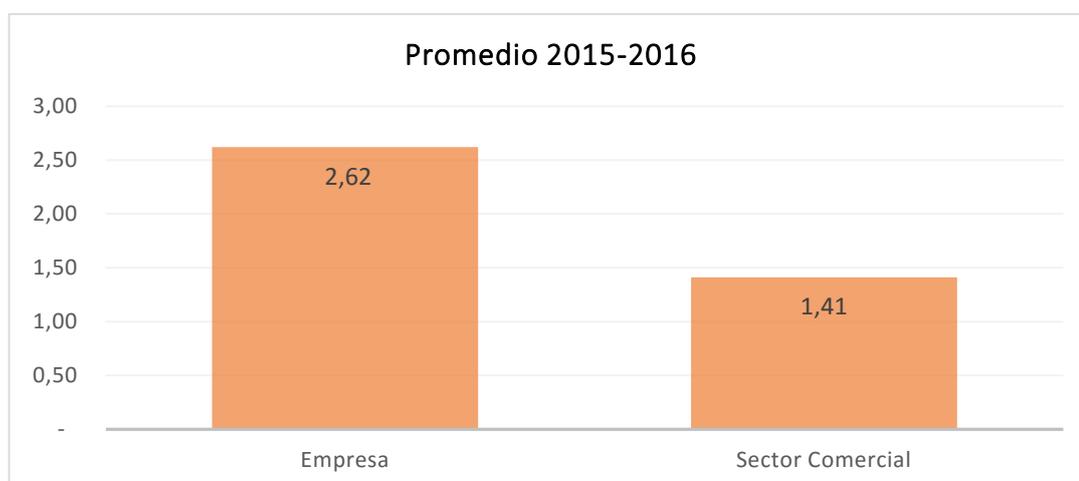


Figura 126 Comparativo Endeudamiento del Activo Fijo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Es aceptable ya que la totalidad del Activo Fijo es financiado por el patrimonio, sin necesidad de recurrir en préstamos a terceros.

Tabla 120

Apalancamiento LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016			
	Activo Total	Patrimonio	Activo Total	Patrimonio		
Apalancamiento	-13,64	8171187,15	-599116,46	5,15	10615184,03	2059541,30

Interpretación

El nivel de apalancamiento de la empresa es bastante elevado en el año 2015 fue de USD 0,0 y en 2016 de USD 5,15, es decir este es el número de unidades conseguidas por cada unidad monetaria invertida por los accionistas.

Comparativo Apalancamiento LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

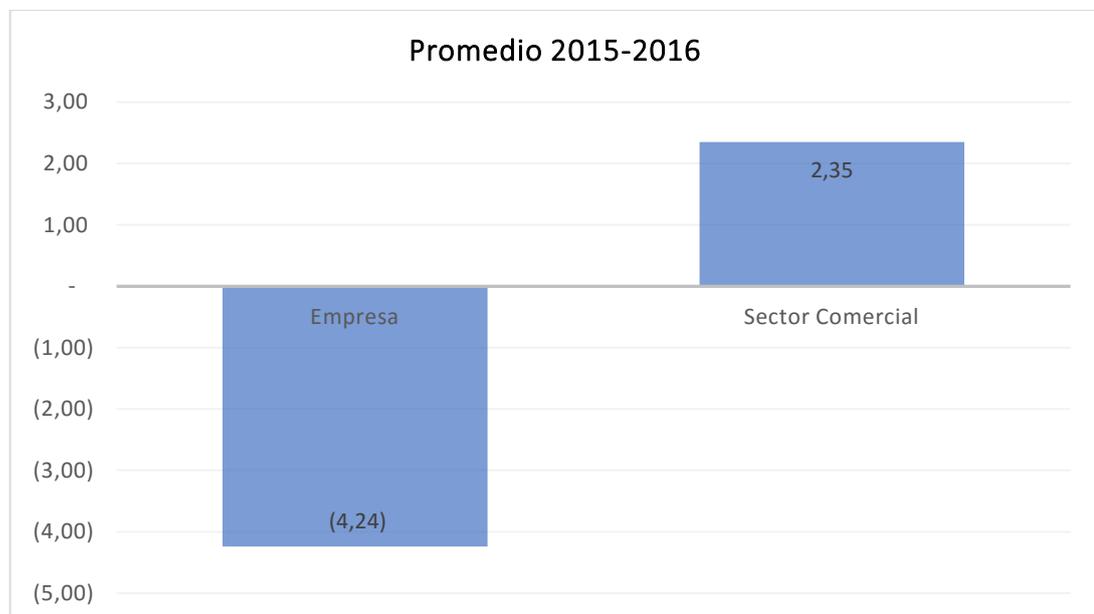


Figura 127 Comparativo Apalancamiento LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

No es aceptable este indicador financiero.

Tabla 121

Rotación de Cartera DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016			
	Ventas netas	Cuentas x Cobrar	Ventas netas	Cuentas x Cobrar		
Rotación de Cartera	1,03	1299483,24	1266425,17	1,26	2281377,75	1816553,49

Interpretación

Es decir que el resultado es que en el año 2015 1 vez al año se les da crédito a los clientes y en el año 2016 1 vez al año se les da crédito a los clientes.

Comparativo Rotación de Cartera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

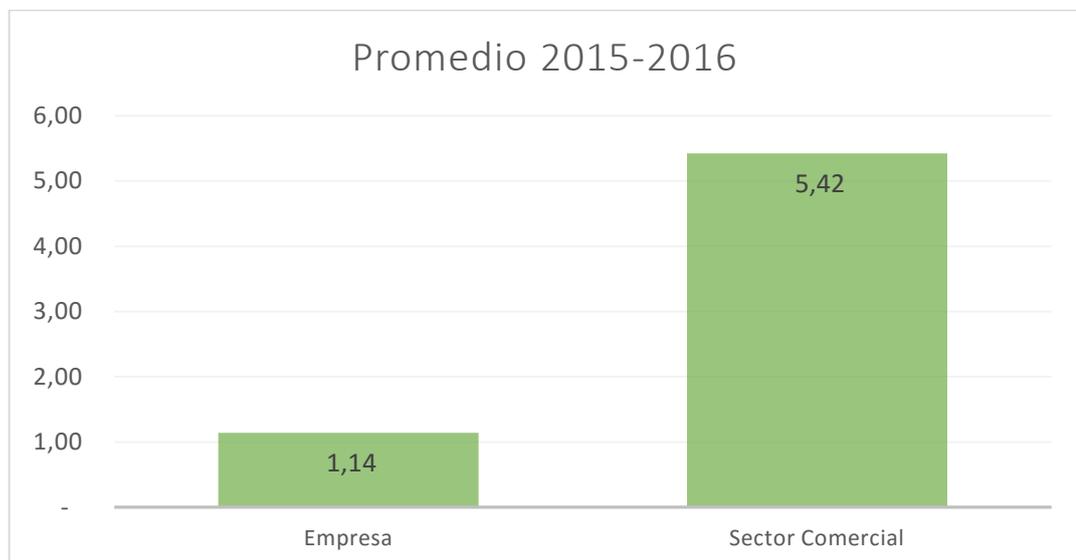


Figura 128 Comparativo Rotación de Cartera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

No es aceptable este indicador, por lo que se aconseja aumentar la rotación de cartera, porque existe exceso en Cuentas x Cobrar.

Tabla 122

Rotación de Activo Fijo DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016	
		Ventas netas	Activo Fijo	Ventas netas	Activo Fijo
Rotación de Activo Fijo	0,29	1299483,24	4424067,09	0,87	2281377,75
					2625755,60

Interpretación

A lo largo del periodo, la rotación de activo fijo ha tenido un leve crecimiento en el año 2016, siendo este el año con mayor rotación, la empresa generó en volumen de ventas \$0,87 por cada dólar de inversión en activo fijo.

Comparativo Rotación de Activo Fijo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

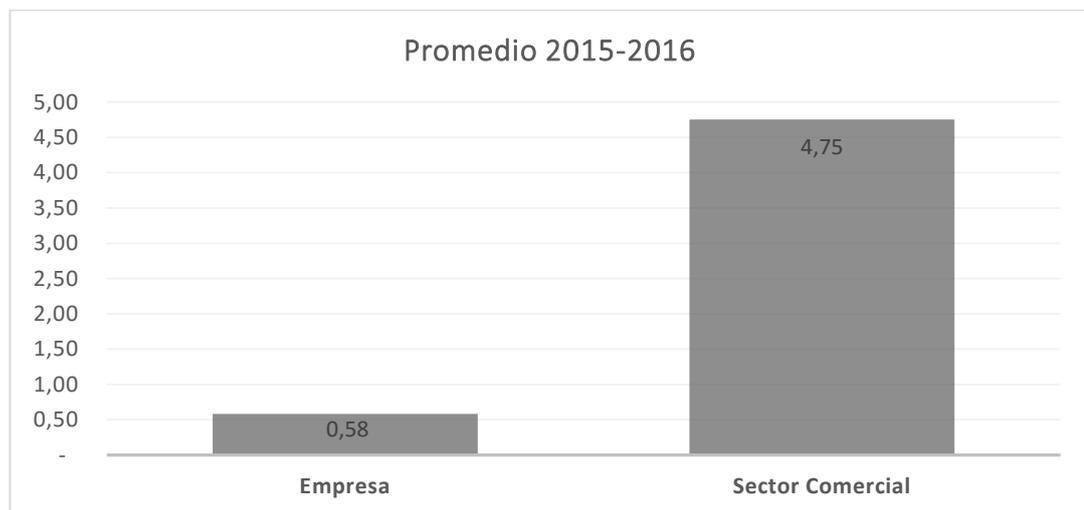


Figura 129 Comparativo Rotación de Activo Fijo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Sabiendo que cuanto mayor sea el número de rotación de activos fijo, mayor será la actividad para generar ventas, se puede observar que la empresa ha rotado sus activos fijos 0,58 veces en el año para dar lugar a este nivel de ventas, mientras que el sector comercial ha rotado 4,75 veces. Se mantiene un nivel muy bajo de rotación, ya que los porcentajes tanto de la empresa como del sector comercial son muy distanciados.

Tabla 123
Rotación de Ventas DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Rotación de Ventas	2015		2016	
	Ventas	Activo Total	Ventas	Activo Total
	0,16	1299483,24	0,21	2281377,75
		8171187,15		10615184,03

Interpretación

A lo largo del periodo, la rotación de ventas ha tenido un leve crecimiento en el año 2016, siendo este el año con mayor rotación, la empresa generó en volumen de ventas \$0,21 por cada dólar de inversión en activo total.

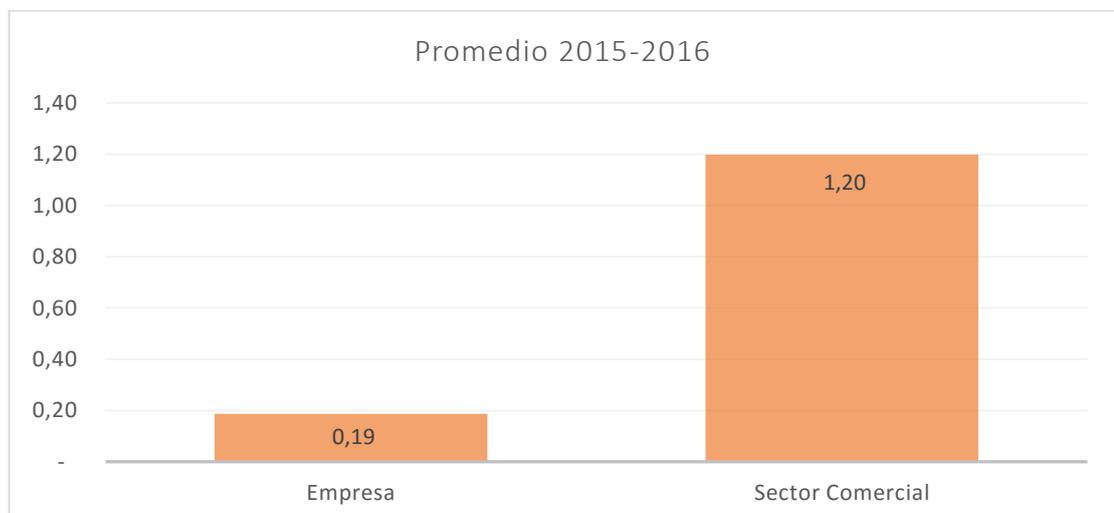


Figura 130 Comparativo Rotación de Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Cuanto mayor sea el número de rotación de ventas, mayor será la actividad para generar ventas, se puede observar que la empresa ha rotado sus activos fijos 0,19 veces en el año para dar lugar a este nivel de ventas, mientras que el sector comercial ha rotado 1,20 veces. Se mantiene un nivel bajo de rotación.

Tabla 124

Periodo Promedio de Cobro DE LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016	
		Cuentas x Cobrar x 365	Ventas netas	Cuentas x Cobrar x 365	Ventas netas
Periodo Promedio de Cobranza	0,975	1266425,17	1299483,24	0,796	1816553,49
					2281377,75

Interpretación

La política de cobro de 5 días de la empresa que sí se ha cumplido en los dos años, como se puede apreciar en el año 2015 se produce una demora de menos de un día, se da a entender que la gestión de cobros en ese año ha sido excelente, y que para el año 2016 pasa lo mismo. Se entiende que en ocasiones la empresa flexibiliza su tiempo de cobro dependiendo de variables como: clientes, beneficio, respaldo en ventas, etc.

Comparativo Periodo Promedio de Cobranza LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

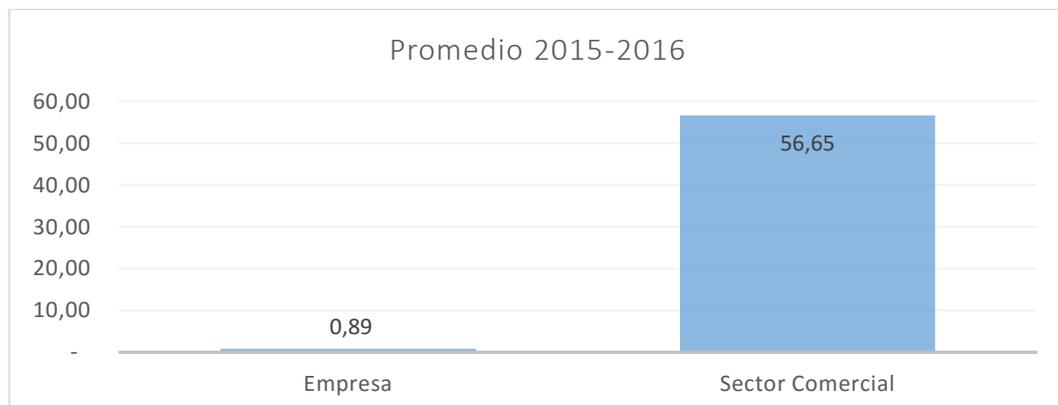


Figura 131 Comparativo Periodo Promedio de Cobranza LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

La empresa hace sus cobranzas promedio de menos de un día aproximadamente, podemos concluir que la empresa en comparación con el sector comercial, tarda casi nada de tiempo en recuperar la cartera, es decir, no utiliza la venta a crédito, sino que lo hace solo en efectivo por su escasa cuentas x cobrar en promedio, reflejando así, la política de crédito de la empresa de manera óptima.

Tabla 125
Periodo Promedio de Pago LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016			
	Cuentas x Pagar x 365	Compras netas	Cuentas x Pagar x 365	Compras netas		
Periodo Promedio de Pago	5,670	2251394,28	397097,16	3,694	1262715,24	341852,81

Interpretación

El periodo medio de pago en que la empresa cumple con sus obligaciones a los proveedores fue de 6 días en el año 2015 y de 4 días en el 2016.

Comparativo Periodo Promedio de Pago LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

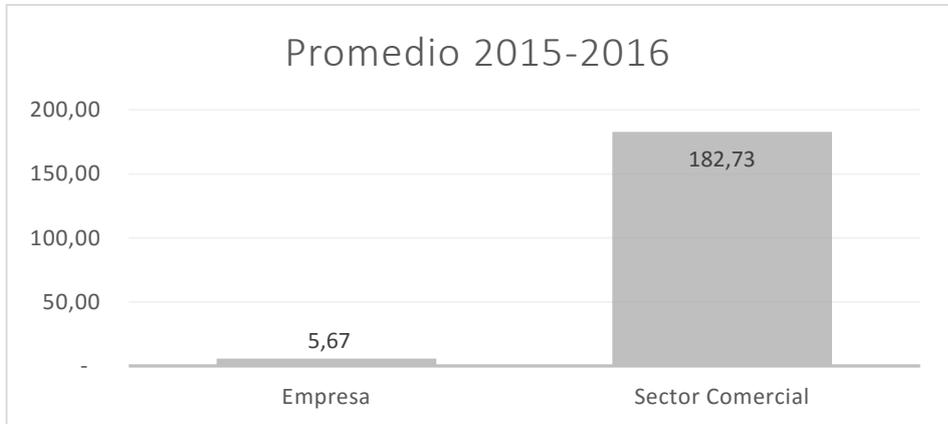


Figura 132 Comparativo Periodo Promedio de Pago LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

La empresa hace sus pagos promedio a 6 días, el periodo promedio de pago es similar que el de cobro.

Tabla 126
Impacto gastos administrativos y ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

	2015		2016	
	Gastos Administrativos y ventas	Ventas netas	Gastos Administrativos y ventas	Ventas netas
Impacto gastos administrativos y ventas	0,535	695717,57	0,247	2281377,75

Interpretación

El impacto de los gastos administrativos y ventas fue de 53,5 % en el 2015 y de 24,7 % en el periodo 2016, podemos decir que estos gastos no tienen un impacto significativo en relación con el total de ventas.

Comparativo Gastos Administrativos y Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

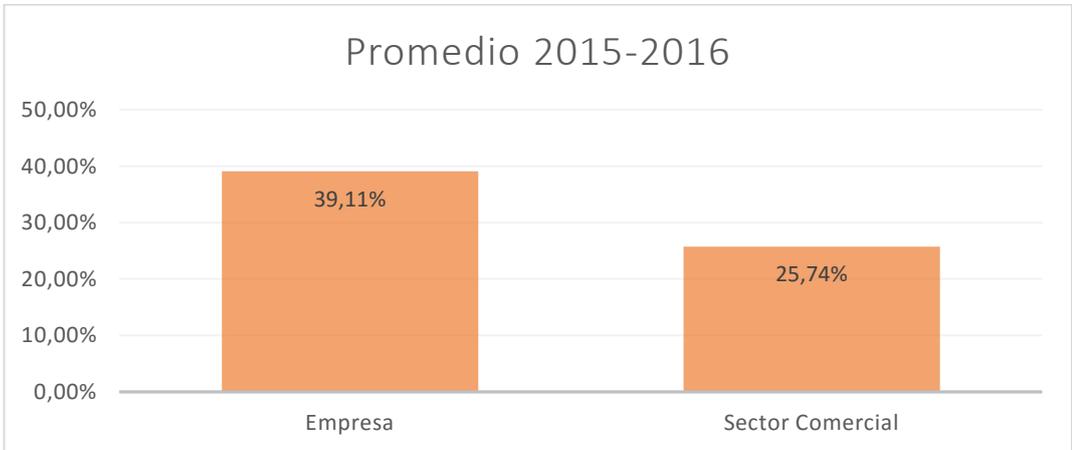


Figura 133 Comparativo Gastos Administrativos y Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

El Impacto en Gastos Administrativos y Ventas en promedio de la empresa es superior en 39,11% con el sector comercial de 25,74% por lo que se este punto se debe realizar propuestas para disminuir los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 127
Impacto carga financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Impacto carga financiera	2015		2016	
	Gastos Financieros	Ventas	Gastos Financieros	Ventas
-	0,00	1299483,24	151300,32	2281377,75
				0,07

Interpretación

El impacto de la carga financiera fue de 0% en el 2015 y de 7 % en el periodo 2016, podemos decir que estos gastos no tienen un impacto significativo en relación con el total de ventas.

Comparativo Carga Financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

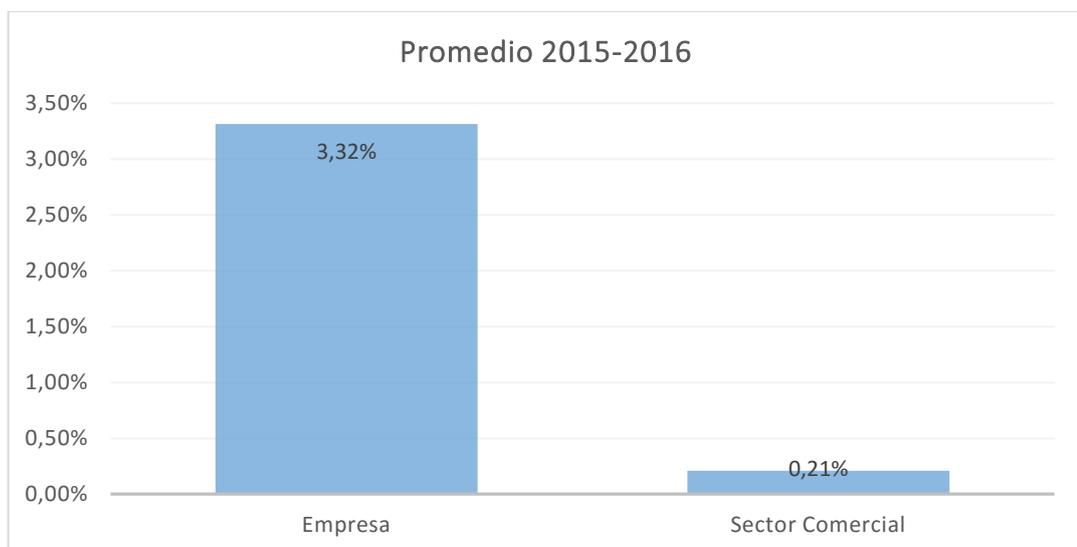


Figura 134 Comparativo Carga Financiera LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

El Impacto en la carga financiera en promedio de la empresa es superior en 3,32% con el sector comercial de 0,21; es muy aceptable este indicador.

Tabla 128
Rentabilidad neta del activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016	
		Utilidad Neta/Ventas netas	Ventas netas / Activo Total	Utilidad Neta/Ventas netas	Ventas netas / Activo Total
Rentabilidad neta del activo	-2,98%	-0,19	0,16	0,01	0,21

Interpretación

En cuanto a este indicador la empresa por cada unidad monetaria invertida en activos totales generó una utilidad neta de -2,98% en el periodo 2015 y 6,36% en el año 2016, es decir la empresa mostró un mejoramiento en la utilización de sus activos para generar utilidad el año 2015, esto independientemente de cómo hayan sido financiados.

Comparativo Rentabilidad neta del activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

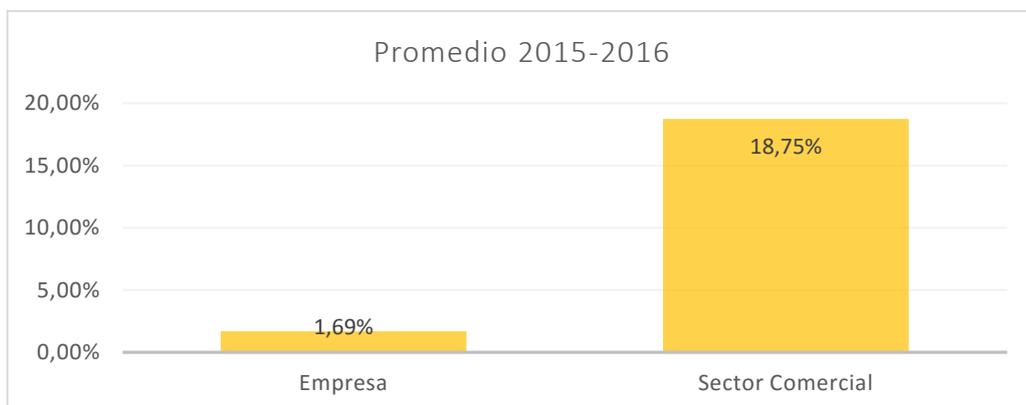


Figura 135 Comparativo Rentabilidad neta del activo LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Para la empresa se dio en promedio un 1,69% de rendimiento del activo como aporte a las ventas y el sector comercial está mucho mejor con 18,75% en la maximización de sus activos netos, por lo que hay que revisar los activos para que se están utilizando dentro de la empresa.

Tabla 129
Margen Bruto LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016	
		Ventas - Costo de Ventas	Ventas netas	Ventas - Costo de Ventas	Ventas netas
Margen Bruto	34,78%	451903,05	1299483,24	26,52%	604942,70
					2281377,75

Interpretación

El margen de utilidad bruto de la empresa fue de 34,78% en el año 2015 y de 26,52% en el 2016, observamos que la utilidad disminuyo en un 8,26% esto se dio porque la empresa tuvo una leve reducción en sus costos de ventas.

Comparativo Rentabilidad Margen Bruto LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

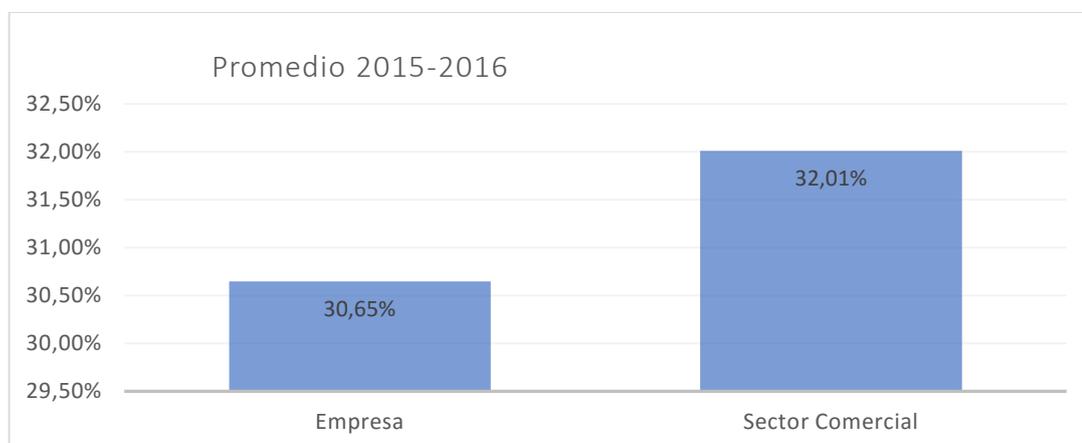


Figura 136 Comparativo Rentabilidad Margen Bruto LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

En promedio la empresa tiene un margen inferior bruto de ganancia con lo que está generando el sector comercial con una diferencia de 1,56% más de porcentaje de rentabilidad.

Tabla 130
Margen Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015			2016	
		Ventas - Costo de Ventas - Gastos	Ventas netas		Ventas - Costo de Ventas - Gastos	Ventas netas
Margen operacional	-18,76%	-243814,52	1299483,24	1,83%	41734,62	2281377,75

Interpretación

El margen operacional de la empresa pasó del -18,76% en el año 2015 al 1,83% en el año 2016 teniendo un incremento del 21,12%, debido principalmente a que la empresa en el año 2016 no clasificó de buena manera sus costos y gastos.

Comparativo Margen Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

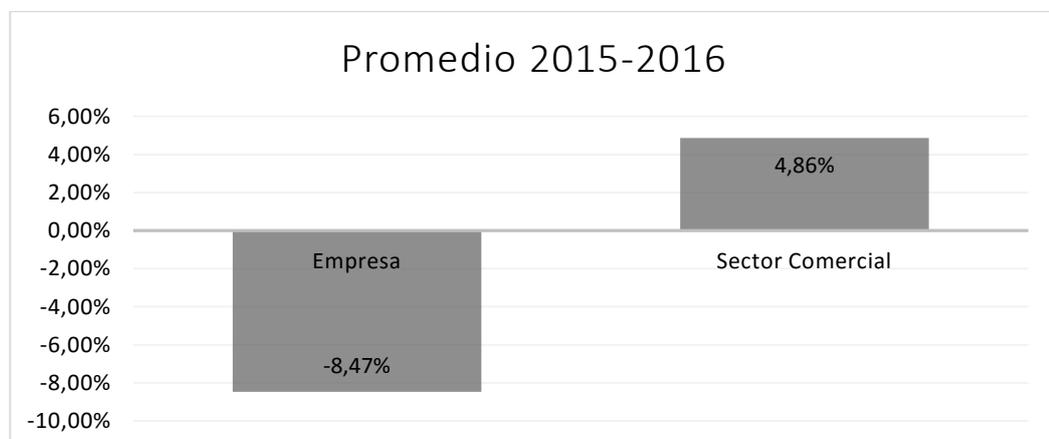


Figura 137 Comparativo Margen Operacional LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

En promedio la empresa tiene un margen operacional con lo que está generando el sector comercial tenga problemas a mediano plazo, no es aceptable y Debe revisar estrategias financieras de optimización de gastos.

Tabla 131
Rentabilidad Neta de Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

		2015		2016		
		Utilidad neta	Ventas netas	Utilidad neta	Ventas netas	
Rentabilidad neta de ventas (Margen neto)	-18,76%	-243814,52	1299483,24	1,37%	31206,11	2281377,75

Interpretación

El año 2016 es el año con el rendimiento más alto 1,37%, y -18,76% en el 2015 el rendimiento.

Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

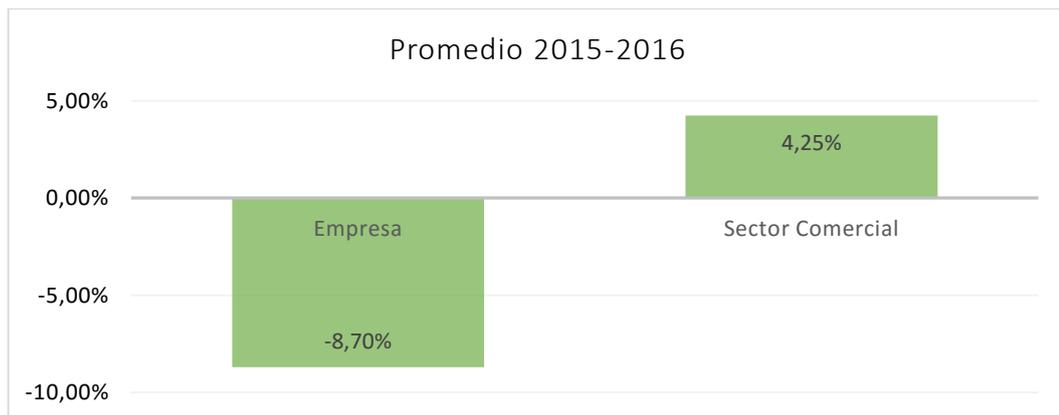


Figura 138 Comparativo Rentabilidad Neta de Ventas LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

Por las ventas realizadas se obtiene el -8,70% de utilidad neta, lo que nos muestra que no existe rendimiento, es decir solo hay pérdidas.

Tabla 132
Rentabilidad Operacional al Patrimonio LICORES ECUATORIANO
LICOREC S.A

	2015		2016	
	Utilidad operacional	Patrimonio	Utilidad operacional	Patrimonio
Rentabilidad operacional al patrimonio	40,70%	-243814,52	2,03%	2059541,30

Interpretación

La rentabilidad operativa del patrimonio presento un 40,7% en el 2015 y 2,03% en el 2016, esto quiere decir que la capacidad del patrimonio de la empresa para generar utilidades es muy buena.

Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

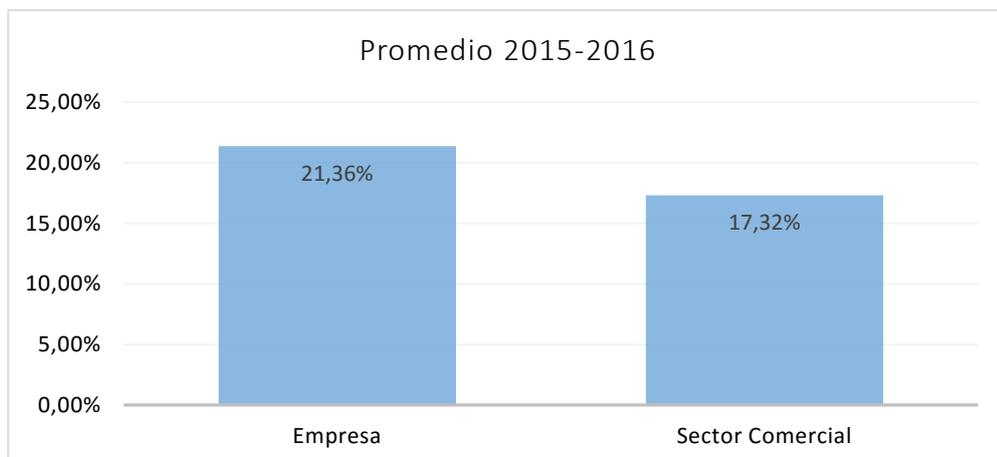


Figura 139 Comparativo Rentabilidad Operacional al Patrimonio LICORES ECUATORIANO LICOREC S.A

Pronóstico

La rentabilidad operacional al patrimonio de la empresa antes de impuestos es superior con 21,36% a el sector comercial por lo que están manejando correctamente la empresa en este aspecto.

5.4. Informe**Objetivo:**

Realizar una evaluación financiera de las empresas que pertenecen al sector de bebidas sin alcohol y con alcohol en la provincia de Cotopaxi, en el periodo 2015 – 2016.

Alcance:

Provincia de Cotopaxi, en los siete cantones Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos.

Información:

Se tomó los balances de las empresas que comercializan bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi, que constan en el sitio web de la Superintendencia (www.supercias.gob.ec) para la provincia de Cotopaxi y los indicadores financieros por actividad del sector de bebidas.

Resultados finales:

Se muestra en la siguiente tabla un resumen de las razones financieras que nos ayudarán a formular las estrategias financieras adecuadas para el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 133
Resultados finales razones financieras

Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
I. Liquidez								
Liquidez Corriente: La liquidez corriente muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo que su análisis periódico permite prevenir situaciones de iliquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.	Activo Corriente / Pasivo Corriente	$1,5 < RC < 2,0$.	RC < 1,5, probabilidad de suspender pagos hacia terceros. RC > 2,0, se tiene activos ociosos, pérdida de rentabilidad.	2,83	1,61	2,22	1,49	
Prueba Ácida: Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias	Activo Corriente - Inventarios / Pasivo Corriente	PrA=RA-1 (cercano a 1).	RA < 1, peligro de suspensión de pagos a terceros por activos circulante insuficientes. RA > 1, se tiene exceso de liquidez, activos ociosos, pérdida de rentabilidad	1,88	1,01	1,45	1,03	
II. Solvencia								
Endeudamiento del Activo: Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por el contrario, un índice bajo representa un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.	Pasivo Total / Activo Total	$0,4 < RE < 0,6$	$0,4 < RE < 0,6$: El X,X% del total de activos, esta siendo financiado por los acreedores de corto y largo plazo. RE < 0,4, se tiene exceso de capitales propios (se recomienda cierta proporción de deudas).	0,52	0,94	0,73	0,84	

CONTINÚA



Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
Endeudamiento Patrimonial: Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.	Pasivo Total / Patrimonio		Por cada una unidad monetaria aportada por los propietarios, se obtiene un X,X% de terceros de financiamiento extra.	1,07	-5,24	-2,09	1,35	
Endeudamiento del Activo Fijo: El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos.	Patrimonio / Activo Fijo Neto	=>1	Si el calculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1 significa que la totalidad del activo fijo se puede haber financiado con el patrimonio de la empresa sin necesidad de prestamos de terceros	1,11	2,62	1,87	1,41	
Apalancamiento: Se interpreta como el número de unidades monetarias de activos que se han conseguido por cada unidad monetaria de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.	Activo Total / Patrimonio		Determina el grado de apoyo de los recursos internos de la pempresa sobre recursos de terceros	2,07	-4,24	-1,09	2,35	
III. Gestión								
Rotación de Cartera: Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, generalmente un año.	Ventas / Cuentas por Cobrar		En este caso, para elaborar el índice se toma en cuenta las cuentas por cobrar a corto plazo.	25,51	1,14	13,33	5,42	

CONTINÚA



Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
Rotación de Activo Fijo: Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo.	Ventas / Activo Fijo		Por cada unidad monetaria invertida en el total de activos, se generan X,X unidades monetarias en ventas.	2,79	0,58	1,69	4,75	
Rotación de Ventas: La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.	Ventas / Activo Total	>1	Esta basará su estrategia en aumentar su volumen de ventas	1,21	0,19	0,70	1,20	
Período Medio de Cobranza: Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa.	(Cuentas por Cobrar * 365) / Ventas		En la práctica, su comportamiento puede afectar la liquidez de la empresa ante la posibilidad de un período bastante largo entre el momento que la empresa factura sus ventas y el momento en que recibe el pago de las mismas.	0,04	0,89	0,46	56,65	
Período Medio de Pago: Indica el número de días que la empresa tarda en cubrir sus obligaciones con proveedores.	(Cuentas y Documentos por Pagar 365) / Compras		El coeficiente adquiere mayor significado cuando se lo compara con los índices de liquidez y el período medio de cobranza.	0,19	5,67	2,93	182,73	

CONTINÚA



Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
<p>Impacto Gastos Administración y Ventas : Si bien una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.</p>	Gastos Administrativos y de Ventas / Ventas		La necesidad de prever esta situación hace que el cálculo de este índice crezca en importancia, adicionalmente porque podría disminuir las posibilidades de fortalecer su patrimonio y la distribución de utilidades, con lo cual las expectativas de crecimiento serían escasas.	0,25	0,39	0,32	0,26	
<p>Impacto de la Carga Financiera: Su resultado indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo período, es decir, permite establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre los ingresos de la empresa.</p>	Gastos Financieros / Ventas		Generalmente se afirma que en ningún caso es aconsejable que el impacto de la carga financiera supere el 10% de las ventas, pues, aún en las mejores circunstancias, son pocas las empresas que reportan un margen operacional superior al 10% para que puedan pagar dichos gastos financieros.	N/A	3,32%	3,32%	0,21%	

CONTINÚA



Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
IV. Rentabilidad								
Rentabilidad Neta del Activo: Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total})$		En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cuál, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.	7,13%	1,69%	4,41%	18,75%	
Margen Bruto: Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.	$\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}$		El valor de este índice puede ser negativo en caso de que el costo de ventas sea mayor a las ventas totales.	50,15%	30,65%	40,40%	32,01%	
Margen Operacional: Este índice mide el porcentaje de cada dólar de ventas que después de deducir los costos y gastos. Representa las "utilidades puras" ganadas por cada dólar de venta.	$\text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$		La utilidad operativa es pura porque mide solamente las ganancias obtenidas por operaciones sin tomar en cuenta los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes	13,81%	-8,47%	2,67%	4,86%	

CONTINÚA



Razones o Indicadores Financieros	Fórmula	Óptimo	Criterio	FUENTES SAN FELIPE S.A. SANLIC	LICOREC S.A	Sector comercial de bebidas Cotopaxi	Sector comercial de bebidas Ecuador	Tendencia
<p>Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto): Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta.</p>	Utilidad Neta / Ventas		Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.	11,81%	-8,70%	1,56%	4,25%	
<p>Rentabilidad Operacional del Patrimonio: La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que le ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores.</p>	(Utilidad Operacional / Patrimonio)		Este índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.	34,18%	21,36%	27,77%	17,32%	

5.5. Reflexiones

En el indicador de liquidez del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es superior (2,22) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (1,49); lo que nos indica que dicho sector posee \$ 2,22 para solventar sus obligaciones contraídas en el corto plazo y para cual indica una situación financiera muy fuerte en promedio.

En la razón de prueba ácida del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es superior (1,45) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (1,03); lo que nos indica que dicho sector en Cotopaxi posee \$ 1,45 para solventar sus obligaciones contraídas en el corto plazo descontando los inventarios y para cual indica que se tiene algo de exceso de liquidez por tener activos ociosos.

Con respecto al indicador de prueba ácida del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (0,73) con relación al sector comercial de bebidas en Ecuador (0,84); por lo dicho sector en Cotopaxi tiene un endeudamiento de 0,73 es decir queda en los rangos aceptables de endeudamiento y que está siendo financiado por los acreedores y capitales propios.

Sobre la razón de endeudamiento patrimonial del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (-2,09) con relación al sector comercial de bebidas en Ecuador (1,35); entonces dicho sector en Cotopaxi durante el año obtuvo un (-2,09%) de financiamiento por terceros por cada dólar invertido.

Para el indicador de endeudamiento de activo fijo del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es mayor con (1,87) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (1,41); se observa que la totalidad del activo fijo fue financiada con el patrimonio de dicho sector de Cotopaxi por tal motivo se tiene un (1,87) de endeudamiento del activo.

En la razón de apalancamiento del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (-1,09) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (2,35); el apalancamiento de dicho sector de Cotopaxi es de (-

1,09) el cual determina el grado de apoyo de los recursos de los terceros con la empresa.

Sobre el indicador de rotación de cartera del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es mayor con (13,33 veces al año) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (5,42 veces al año); lo que significa que dicho sector en Cotopaxi que giran adecuadamente al año en promedio.

Para la rotación de activo fijo del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es inferior con (1,69) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (4,75); entonces observamos que dicho sector de Cotopaxi tiene una rotación de activos fijos de 1,69 veces en el año lo que demuestra que los activos de la empresa están generando ventas.

Con respecto a la rotación en ventas del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (0,70) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (1,20); el volumen de ventas de la compañía es de 0,70 lo que significa que no está dentro de los estándares aceptables puesto que el nivel óptimo es mayor que 1.

En el indicador de promedio medio de cobranza del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es mucho menor con (0,46 días) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (56,65 días); lo cual significa que dicho sector de Cotopaxi se demora menos de un día para recuperar sus cuentas por cobrar, lo que se refiere es que los clientes cancelan en efectivo.

Para la razón de periodo medio de pago del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es muy inferior con (2,93 días) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (182,73 días); por lo que dicho sector de Cotopaxi tarda en cubrir sus obligaciones con los proveedores en 2,93 días, por lo que se paga en efectivo en su totalidad.

Sobre el impacto de gastos administrativos y ventas del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es un poco mayor con (0,32) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (0,26); se observa que dicho sector de Cotopaxi es aceptable por tener que incurrir pocos gastos con respecto a las ventas netas.

En el impacto de carga financiera del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es un algo mayor con (3,32%) con respecto al sector comercial de

bebidas en Ecuador (0,21%); por que dicho sector de Cotopaxi es muy aceptable de 3,32% por no sobrepasar el 10% de las ventas netas.

La rentabilidad neta del activo del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (4,41%) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (18,75%); lo que significa que dicho sector de Cotopaxi muestra un 4,41% la capacidad del activo para producir utilidades, por lo que hay que mejorar este indicador.

Para el margen bruto en ventas del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es mayor con (40,40%) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (32,01%); se refiere a la rentabilidad de 40,40% de las ventas frente a sus costos y es buena su capacidad para cubrir los gastos de dicho sector de Cotopaxi.

Con respecto al margen operacional del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (2,67%) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (4,86%); esta rentabilidad de dicho sector en Cotopaxi refleja un 2,67% de la utilidad operacional frente a los gastos por lo que se debe mejorar para llegar a la meta del sector en Ecuador.

Referente a la rentabilidad neta de ventas del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es menor con (1,56%) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (4,25%); por lo que en dicho sector de Cotopaxi de 1,56% de rentabilidad por cada unidad de venta.

En la rentabilidad operacional patrimonial del sector comercial de bebidas en Cotopaxi es mayor con (27,77%) con respecto al sector comercial de bebidas en Ecuador (17,32%); dándonos una buena rentabilidad que ofrece los accionistas el capital que se ha invertido dentro de dicho sector de Cotopaxi.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA DEL SECTOR COMERCIAL DE BEBIDAS SIN ALCOHOL Y CON ALCOHOL POR EL EFECTO DE LA LEY DE SALVAGUARDIAS EN ECUADOR DEL AÑO 2015

6.1. Antecedentes de la propuesta

A partir del Capítulo IV que se realizó a las empresas del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi, a través de las encuestas se comprobó la hipótesis alternativa de que la implementación del nuevo marco regulatorio de la salvaguardia general arancelaria si afectan al sector comercial de bebidas sin alcohol y bebidas con alcohol de Cotopaxi.

Igual se comprobó que el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi y el país en general; ha sido afectado por la aplicación de la ley de salvaguardias y que requiere de un cambio inmediato para el crecimiento de las empresas.

Luego en el Capítulo V se realizó una evaluación financiera del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi aplicando técnicas de diagnóstico para lo que se necesita realizar la siguiente propuesta, la cual está conformada por una serie de estrategias financieras, algunas que se aplican dentro de las empresas Fuentes San Felipe S.A. SANLIC y LICOREC S.A, lo que resulta vital que se mantengan, otras que deben reorientarse y otras que deberían comenzar a aplicarse a otras empresas de dicho sector de Cotopaxi.

6.2. Justificación

La importación de la aplicación de la propuesta de estrategias financieras es la de dimensionar de forma integral la situación actual y futura del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en la parte financiera, y propiciarse como un factor vital para la toma de decisiones con el apoyo de todos los actores involucrados para el futuro del sector.

La estructura del sector de bebidas sin alcohol y con alcohol en Cotopaxi y por supuesto en Ecuador es muy dinámico y cambiante en el corto, mediano y largo plazo, lo cual se generará incertidumbre que influirá en estos factores determinantes, por eso se propone un instrumento que determine cuáles son las posibilidades futuras para su desarrollo.

6.3. Objetivos de la propuesta

- Crear una herramienta gerencial para medir la evolución de los precios antes y después de la aplicación de salvaguardias.
- Proponer estrategias financieras que permitan el direccionamiento del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol para la provincia de Cotopaxi.

6.4. Desarrollo de la propuesta

6.4.1. Herramienta financiera: evolución de los precios antes y después de la aplicación de salvaguardias

Según lo revisado en Cremades, A. y Zubeldía, A (2015) la importación de las bebidas con alcohol en Ecuador, está sujeta en estos instantes a los siguientes aranceles y otros impuestos:

1. **Arancel ad-valorem** sobre valor CIF del 1%.
2. **Sobre-tasa arancelaria** impuesta por la Cláusula de Salvaguardia de marzo 2015 del 25%.

3. **Un arancel específico** de USD 0,25 por litro de alcohol puro.

4. **Impuesto a los Consumos Especiales (ICE)**, que se calcula de la forma siguiente.

Para el cálculo de la tarifa específica del ICE se tendrá en cuenta los litros de alcohol puro que contenga cada bebida alcohólica. Para calcularlo, se deberá determinar el volumen real de una bebida expresada en litros y multiplicarla por el grado alcohólico expresado en la escala Gay Lussac o su equivalente, que conste en el registro sanitario otorgado al producto, sin perjuicio de las verificaciones que pudiese efectuar la Administración Tributaria (SRI) (Cremades, A. y Zubeldía, A., 2015).

- Sobre cada litro de alcohol puro determinado de conformidad se aplicará la **Tarifa ICE específica** de USD 7,10 vigente para el año 2015.
- **Tarifa ICE ad-valorem.** Al resultado anterior hay que añadir lo siguiente: si el precio ex fábrica supera los USD 4,20 o el ex aduana supera los USD 3,60, por litro de bebida alcohólica, se deberá aplicar directamente la tarifa ad-valorem del 75% sobre un importe que se calcula por la suma de: valor CIF, más los gastos de nacionalización (todos los aranceles e impuestos anteriores), más los gastos operativos de la empresa y más un 25% en concepto de utilidades de la empresa. Si el precio ex fábrica o ex aduana son inferiores a los referidos montos, no se realizará dicho cálculo.

5. Hay que recordar que los pagos al exterior están también afectados por un impuesto de salida de divisas (ISD) del 5% sobre todo el importe que sale al exterior (valor CIF).

En el caso de los vinos chilenos y argentinos, que dominan el mercado ecuatoriano, están exentos de todos los aranceles, no así del pago de los demás tributos ni del sobre-tasa arancelario establecida por la salvaguardia, en virtud de los acuerdos comerciales en vigor entre Ecuador y los respectivos países (Cremades, A. y Zubeldía, A., 2015b).

Para comprender de mejor manera la aplicación de la ley de salvaguardias, tenemos que conocer la forma de calcular el costo final y los

impuestos sobre los productos ingresados el Ecuador, según la siguiente tabla:

Ahora daremos algunos un ejemplo basado en Cremades, A. y Zubeldía, A. (2015b) del cálculo del costo final y los impuestos sobre las bebidas con alcohol por tener mayor impacto en este sector comercial de bebidas:

Un ejemplo para determinar el costo y los impuestos del vino importado desde España, que es transportado en un contenedor de 20` DV, con 126.144 kg de vino que esta cotizado en \$1,91 cada kilogramo FOB, que están en cajas de 175,2 kg cada una, organizados en 720 cajas por pallet, cada caja pesa 1 kg, y cada pellet pesa 20 kg cada una, la prima del seguro es del 1% sobre el valor del CFR, y el flete con un valor de \$3,15 por cada kilogramo bruto, de la manera siguiente:

Primero debemos utilizar las formular del ICE y Arancel específico:

Fórmula Volumen Bruto

$$VB = Ga \times Cap$$

Fórmula ICE específico

$$ICE (esp) = VN * 6,937,10$$

En donde:

VB: Valor Bruto.

Ga: Grado de alcohol

Cap: Capacidad / 1000

VN: valor Neto

QImp: cantidad importada

ICE (esp): ICE específico

En la siguiente tabla se resume el cálculo:

Tabla 134
Calculo del ICE y arancel específico

Bebida con alcohol	Grado de alcohol	Capacidad /1000	Volumen Bruto	Cantidad Importada	Volumen Neto	ICE específico \$7.10	Arancel específico \$0,25
Whisky	0.40	0.75	0.30	8640	2592	18403.2	648
Vino	0.25	0.75	0.19	8640	1620	11502.0	405
Vodka	0.40	0.75	0.30	8640	2592	18403.2	648

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

Fórmula para calcular el ICE Ad-valorem

Verificar si supera los USD \$3,6 por litro de alcohol

$$\text{Ver} = (\text{Ex_Aduana} \times 1000 / \text{Capacidad})$$

Fórmula Base imponible bruta

$$\text{BI} = \text{PEX_AD} * \text{QImp}$$

En donde:

Ver: Verificar si supera los USD \$3,6 por litro de alcohol

BI: Base imponible

PEX – AD: Precio Ex_Aduana

QImp: Cantidad importada

Se muestra en la tabla siguiente los cálculos:

Tabla 135
Cálculo del ICE Ad -valorem

Bebida con alcohol	Precio Ex Aduana	Verificar si supera los USD \$3,6 por litro de alcohol	Causa ICE Ad-valorem	Cantidad importada	Base imponible Bruta	ICE Ad-valorem 75%
Whisky	9,84	13,12	SI	8640	85017,6	63763,2
Vino	8,5	11,33	SI	8640	73440	55080,0
Vodka	7,49	9,99	SI	8640	64713,6	48535,2

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

Una vez determinado los impuestos, se calcula los costos:

Tabla 136
Ejemplo del costo de la mercancía importada de vino sin salvaguardia

FOB (\$1,91 * 126144)	240935,04
(+) Flete internacional (\$3,15 * 1440)	4536,00
(=) CFR	245471,04
(+) Seguro	2454,71
CIF	247925,75
Arancel Ad -valorem 1%	2479,26
Arancel Específico 0,25 por litro de alcohol puro	405
FODINFA 0,05%	123,96
Valor Ex – Aduana	250933,97
Salvaguardia 25%	0,00
Base Imponible ICE	250933,97
ICE específico por litro de alcohol puro	11502,00
ICE Ad -valorem 75% superado el 3,6 por litro de alcohol	55080
Base imponible IVA	317515,97
IVA 12%	38101,92
Total Costo de Mercancía Importada	355617,89

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

Tabla 137**Ejemplo del costo de la mercancía importada de vino con salvaguardia**

FOB (\$1,91 * 126144)	240935,04
(+) Flete internacional (\$3,15 * 1440)	4536,00
(=) CFR	245471,04
(+) Seguro	2454,71
CIF	247925,75
Arancel Ad -valorem 1%	2479,26
Arancel Específico 0,25 por litro de alcohol puro	405
FODINFA 0,05%	123,96
Valor Ex – Aduana	250933,97
Salvaguardia 25%	62733,49
Base Imponible ICE	313667,46
ICE específico por litro de alcohol puro	11502,00
ICE Ad -valorem 75% superado el 3,6 por litro de alcohol	55080
Base imponible IVA	380249,46
IVA 12%	45629,94
Total Costo de Mercancía Importada	425879,40

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

Otro ejemplo para determinar el costo del whisky importado desde Escocia, que es transportado en un contenedor de 20' DV, tenemos 138240 kg de whisky cotizado a USD \$2.1 cada kilogramo FOB, en cajas de 192 kg cada uno paletizados 720 cajas por pallet y cada caja pesa 1 kg, cada pallet 20 kg cada uno, la prima segura 1% sobre el valor CFR, el flete \$5 por cada kilogramo bruto.

Tenemos la solución del costo total de la mercancía importada en la siguiente tabla:

Tabla 138**Ejemplo del costo de la mercancía importada de whisky sin salvaguardia**

FOB (\$2,1 * 138240)	290304
(+) Flete internacional (\$5 * 1440)	7200.00
(=) CFR	297504.00
(+) Seguro	2975.04
CIF	300479.04
Arancel Ad -valorem 1%	3004.79
Arancel Específico 0,25 por litro de alcohol puro	648
FODINFA 0,05%	150.24
Valor Ex – Aduana	304282.07
Salvaguardia 25%	0.00
Base Imponible ICE	304282.07

CONTINÚA



ICE específico por litro de alcohol puro	18403.20
ICE Ad -valorem 75% superado el 3,6 por litro de alcohol	63763.2
Base imponible IVA	386448.47
IVA 12%	46373.82
Total Costo de Mercancía Importada	432822.29

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

Tabla 139

Ejemplo del costo de la mercancía importada del whisky con salvaguardia

FOB (\$2,1 * 138240)	290304
(+) Flete internacional (\$5 * 1440)	7200.00
(=) CFR	297504.00
(+) Seguro	2975.04
CIF	300479.04
Arancel Ad -valorem 1%	3004.79
Arancel Específico 0,25 por litro de alcohol puro	648
FODINFA 0,05%	150.24
Valor Ex – Aduana	304282.07
Salvaguardia 25%	76070.52
Base Imponible ICE	380352.59
ICE específico por litro de alcohol puro	18403.20
ICE Ad -valorem 75% superado el 3,6 por litro de alcohol	63763.2
Base imponible IVA	462518.99
IVA 12%	55502.28
Total Costo de Mercancía Importada	518021.27

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

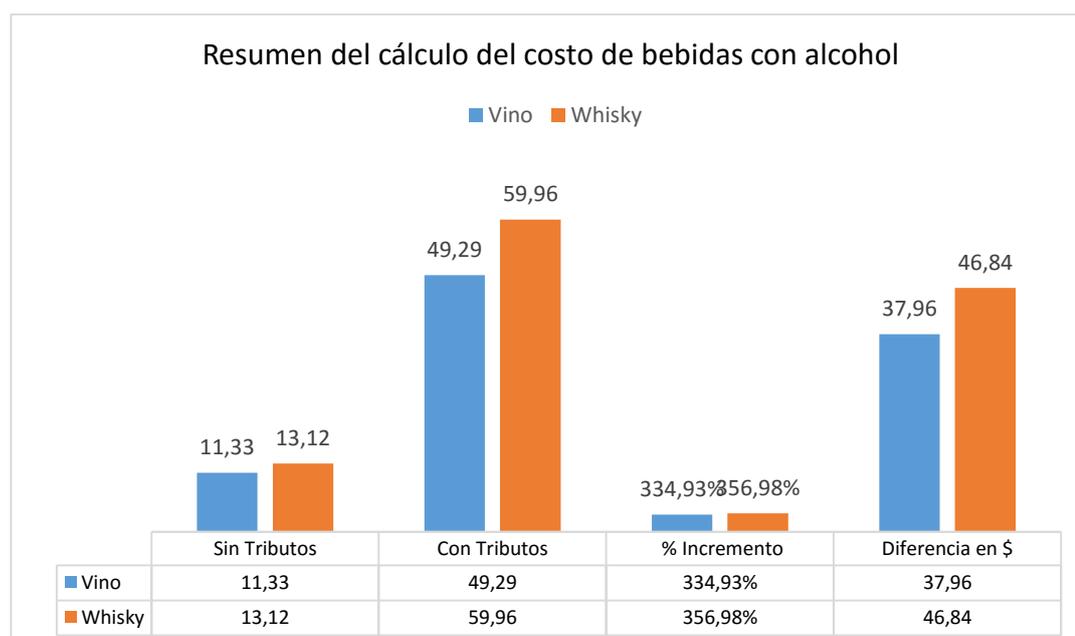


Figura 140 Resumen del cálculo del costo de bebidas con alcohol

Fuente: Elaboración propia basado en (SENEA y SRI, 2015).

En el ejemplo aplicado a un Vino Español de USD \$ 11,33 CIF por botella, el conjunto de todos los tributos representaría USD \$ 37,96 adicionales, y la botella saldría de aduanas a un costo total de USD \$ 49,29; incrementándose en un 334,93%.

En el ejemplo aplicado a un Whisky Escocés de USD \$ 13,12 CIF por botella, el conjunto de todos los tributos representaría USD \$ 46,84 adicionales, y la botella saldría de aduanas a un costo total de USD \$ 59,96; incrementándose en un 356,98%.

Lógicamente, el precio al consumidor final sería considerablemente superior al añadir los costos y márgenes de distribución del importador y distribuidor final.

En el caso de los vinos de origen chilenos y argentinos, que dominan el mercado en Ecuador, están exentos de todos los aranceles, no así del pago de los demás tributos ni del sobre-tasa arancelario establecida por la ley de salvaguardia, en virtud de los acuerdos comerciales en vigor entre Ecuador y los respectivos países ("Busque Barreras", 2015).

Por lo que Felipe Cordobés presidente de la Asociación de Importadores de Licores nos informa que "Desde el 2011, las ventas del sector licorero han caído entre 5 y 60%, según el tipo de negocio, de acuerdo a empresarios del sector. Desde ese año se incrementaron las regulaciones y se impuso una mayor carga tributaria y aduanera". (Tiempo, 2016)

También el presidente de AIL Ecuador explica, "La diferencia de precios entre los licores de venta en los países de la región y los de Ecuador es de hasta 400%. Por eso, los importadores calculan que solo en su área la facturación se ha reducido entre un 85 y un 90%". (El Comercio, 2016)

Según la Asociación de Distribuidores de Licores en Ecuador (2016), "la importación de destilados cayó un 67% entre 2010 y 2015, y en el caso del whisky el país pasó de comprar 263.000 al año a 47.000 cajas". (lainformacion.com, 2016)

"Los últimos incrementos llegaron en 2015, tras el fin de la bonanza petrolera, con las salvaguardias-aranceles adicionales de 25% para equilibrar la balanza de pagos ante la devaluación de las monedas de la región- y con la reciente subida del IVA de 12% a 14% por un año, para

apoyar la reconstrucción del devastador terremoto de abril.” (lainformacion.com, 2016)

“Un Johnnie Walker Red Label, por ejemplo, se vende a 68 USD en Ecuador, frente a los 15 USD que cuesta en Perú, 17 USD en Colombia, 15 USD en México y 20 USD en Brasil.” (lainformacion.com, 2016)

Esto nos lleva a la conclusión que los precios en Ecuador son más caros que Colombia y Perú, pero el costo de la vida aquí siendo menor que en Argentina, Chile y Estados Unidos de América (VISTAZO, 2016, p. 74).

Para esto presentamos una comparación de precios basado en aportes de colaboradores en cada país (Numbeo, 2016).

Tabla 140
Comparación de precios en cada país

Países	Almuerzo	Cerveza local	Cerveza importada	Coca Cola / Pepsi	Agua (embotellada individual)	Leche en litro de cartón	Botella de Vino local (rango medio)	Botella de Vino importado (rango medio)	Sueldo
Colombia	3	0,84		0,65	0,6	0,78	8,38		232
Perú	3	1,5		0,67	0,4	1,15	7,5		252
Ecuador	3	1,25	3,0	0,73	0,35	1,25	12	39,6	366
Chile	5,89	1,47		1,05	0,88	1,08	5,15		409
Argentina	10,10	2,3		1,4	1,2	1,2	4,8		476
Estados Unidos	12	4		1,7	1,4	0,92	12		1260

Fuente: Elaboración propia basada en Numbeo (Revista Vistazo N°1173 Julio 07/2016)

En tal razón, el primordial interés de dicho sector es cómo enfrentar las medidas arancelarias por la aplicación de la ley de salvaguardias, hacia otro tipo de política administrativa, tomando en referencia los cambios en el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol; al abrirse el mercado de las bebidas monopolizadas, el cual representa el 70% del mercado de bebidas en Ecuador según INEC (2014).

Esto sería de gran importancia porque se transformaría al sector en un ciclo dinámico y de forma competitiva, tanto para los importadores como para la producción nacional.

El desafío más trascendental es poder llegar a acuerdos comerciales que permitan generar un sistema de tributos que sea equilibrado para el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol que se forme una competencia leal y sana.

También debemos luchar contra el contrabando y la adulteración en lo que respecta a las bebidas con alcohol, y es lógico que se forme con las cargas tributarias impuestas por el gobierno actual; además de formar una infraestructura tecnológica para que reconozca las necesidades del mercado de bebidas, tanto nacional como internacional, para conseguir una rentabilidad económica y social a través de una estructura financiera concreta que optimice la productividad con calidad comprobada, sin desmayar las oportunidades de expansión de mercado que se presentan en los mercados internacionales en la categoría de bebidas.

Es fundamental que para que se construya y se desarrolle el sector debe trabajar en la Investigación, el Desarrollo y la Innovación (I+D+i) que optimice los canales de comercialización mejorando los niveles de competencia de todos los actores que pertenecen al sector de bebidas sin alcohol y con alcohol en Ecuador; sin olvidarse que hay que crear un valor dirigido hacia los consumidores.

6.4.2. Estrategias Financieras para el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol

Se desarrollará las estrategias financieras donde existen dificultad en el manejo financiero del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol para la provincia de Cotopaxi, tomando en cuenta los indicadores financieros calculados en el anterior capítulo como propuestas sectoriales.

Con el fin de las propuestas enunciadas, hay que establecer supuestos, que conducirán a las estimaciones, que permitirán un incremento de rentabilidad para las empresas involucradas en el sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol que son consideradas como punto de

referencia para las siguientes estrategias financieras para dicho sector de Cotopaxi:

- **Estrategia de aumentar las ganancias con nueva inversión en activos fijos**

Para estimar cuánto dinero dejará libre un negocio, necesitamos proyectar no solamente cuánto será necesario invertir; es decir necesitamos trabajar con dos de los estados financieros: el Estado de Resultados y el Estado de Situación Financiera.

Las empresas actualmente buscan una relación entre las ventas y las distintas cuentas de los estados financieros del pasado. Por ejemplo, es posible vender más, las empresas necesitan gastar más y del mismo modo, es posible que para que pueda tener más ingresos, necesite también mantener una mayor cantidad de dinero en activos.

Buscamos un tipo de relación tienen los costos y gastos con las ventas, encontramos dos tipos: los costos o gastos variables y los gastos fijos.

Para esto vamos aplicar un ejemplo para una empresa de bebidas con dos supuestos casos, el primero cuyas ventas esperamos que crezcan en un 5% cada año, para eso tenemos una bebida a un precio de \$0,35 y se venden 150.000 bebidas para el año 2016, a continuación, tenemos los demás porcentajes históricos para estimar el Estado de Resultados y el Estado de Situación Financiera para 4 años:

Costos de Producción: 40%

Gastos de Administración: 10%

Gastos de Comercialización: 18%

Otros Gastos Operativos: 5%

No se tendrán Gastos Fijos

A continuación, tenemos el Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera con el primer supuesto para una empresa de bebidas:

Tabla 141

Supuesto 1 Parte A: Sin alquiler de máquinas dispensadoras de bebidas

Supuesto 1 Parte A: Sin alquiler de maquinas dispensadoras de bebidas						
Estado de Resultados Empresa Bebidas						
	histórico		proyectado			
			2016	2017	2018	2019
Ventas	\$ 0,35	150.000	52.500	55.125	57.881	60.775
(-) Costo de Producción	40%		21.000	22.050	23.153	24.310
(=) Ganancia Bruta			31.500	33.075	34.729	36.465
(-) Gastos variables						
Gastos Administración	10%		2.100	2.205	2.315	2.431
Gastos Comercialización	18%		3.780	3.969	4.167	4.376
Otros Gastos Operativos	5%		1.050	1.103	1.158	1.216
(-) Gastos fijos			0	0	0	0
(=) Ganancia Operativa			24.570	25.799	27.088	28.443
Margen sobre ventas			47%	47%	47%	47%
g (tasa de crecimiento) =	5%					

no hay gastos fijos

el margen es constante

Podemos ver que al no existir gastos fijos; a medida que la empresa de bebidas va logrando vender más, va ganando más; pero puesto que sus costos y gastos aumentan en la misma proporción que las ventas, los márgenes de sobre ventas (Operacional) se mantiene constante en 47%.

Las ventas proyectadas para el año USD \$52.500, los activos también se ven afectados en relación con las ventas, como se muestra a continuación:

Tabla 143

Supuesto 2 Parte A: Con alquiler de máquinas dispensadoras de bebidas

Supuesto 1 Parte B: Sin alquiler de maquinas dispensadoras de bebidas						
Estado de Situación Financiera						
	histórico		proyectado			
			2016	2017	2018	2019
Activo						
Activo Corriente						
Caja y Bancos	12%		6.300	6.615	6.946	7.293
Cuentas por cobrar	15%		7.875	8.269	8.682	9.116
Inventarios	18%		9.450	9.923	10.419	10.940
Activo no Corriente						
Propiedad, Planta y Equipo	30%		15.750	16.538	17.364	18.233
Activos intangibles	5%		2.625	2.756	2.894	3.039
Otros activos no corrientes	6%		3.150	3.308	3.473	3.647
Activo Total			45.150	47.408	49.778	52.267
Rotación de activos = Ventas / Activos Totales			1,16	1,16	1,16	1,16

los activos crecen con las ventas

la rotación se mantiene

La rotación de activos se mantiene constante con 1,16, y eso es porque las ventas se aumentan, pero también lo hacen los activos.

Consideremos ahora que la empresa de bebidas desea alquilar máquinas dispensadoras de bebidas, con lo que se nos generan gastos fijos de USD \$4.000,00 por alquilar 100 máquinas, y también se ven afectados los gastos de comercialización por lo que se prevé un incremento de 1%, y un incremento del 0,5% en Otros Gastos Fijos, y los Activos no Corrientes no varían con las ventas; con esta nueva inversión el crecimiento se agregará un 3% al crecimiento de las ventas que se obtuvo de una investigación de mercado, como se muestra a continuación:

Tabla 144

Supuesto 2 Parte A: Con alquiler de máquinas dispensadoras de bebidas

Supuesto 2 Parte A: Con alquiler de maquinas dispensadoras de bebidas					
Estado de Resultados					
	histórico	proyectado			
		2016	2017	2018	2019
Ventas	\$ 0,35 150.000	52.500	56.700	61.236	66.135
(-) Costo de Producción	40%	21.000	22.680	24.494	26.454
(=) Ganancia Bruta		31.500	34.020	36.742	39.681
(-) Gastos variables					
Gastos Administración	10%	2.100	2.268	2.449	2.645
Gastos Comercialización	19%	3.990	4.309	4.654	5.026
Otros Gastos Operativos	5,5%	1.155	1.247	1.347	1.455
(-) Gastos fijos		4000	4000	4000	4000
(=) Ganancia Operativa		20.255	22.195	24.291	26.554
Margen sobre Ventas		38,58%	39,15%	39,67%	40,15%
g (tasa de crecimiento) =	8%				

hay gastos fijos

el margen crece

Para la empresa que crece a un 8% las ventas anuales, los gastos fijos de USD \$4.000, los cambios en los Gastos de Comercialización a 19% y en 5,5% en Otros Gastos Operativos hacen que las ganancias tengan un crecimiento importante para aumentar el valor del negocio.

Ahora, podemos proyectar también el Estado de Situación Financiera para ver los cambios en los activos.

Tabla 145

Supuesto 2 Parte B: Con alquiler de máquinas dispensadoras de bebidas

Supuesto 2 Parte B: Con alquiler de máquinas dispensadoras de bebidas					
Estado de Situación Financiera					
	histórico	proyectado			
		2016	2017	2018	2019
Ventas		52.500	56.700	61.236	66.135
Balance					
	histórico	proyectado			
		2016	2017	2018	2019
Activo					
Activo Corriente					
Caja y Bancos	12%	6.300	6.804	7.348	7.936
Cuentas por cobrar	15%	7.875	8.505	9.185	9.920
Inventarios	18%	9.450	10.206	11.022	11.904
Activo no Corriente					
Propiedad, Planta y Equipo		15.750	15.750	15.750	15.750
Activos intangibles		2.625	2.625	2.625	2.625
Otros activos no corrientes		3.150	50	50	50
Activo Total		45.150	43.940	45.981	48.186
Rotación de activos = Ventas / Activos Totales		1,16	1,29	1,33	1,37

algunos activos no varían con las ventas

la rotación sube

Se ve claramente que las ventas y los activos totales tienen mucha relación, ya que esta dinámica es olvidada por quienes toman decisiones únicamente pensando en ganancias y pérdidas, ya que en ellas no está presente en ningún momento el monto que la empresa necesita invertir para crecer.

Para complementar el trabajo, es necesario enunciar las acciones estratégicas recomendadas:

- Buscar una empresa que proporcione las máquinas dispensadoras de bebidas para que nos alquilen para, así pagar un precio cómodo por lote de máquinas, con el fin de ubicarlas en sitios importantes de la provincia de Cotopaxi como son terminales terrestres, centros comerciales, gasolineras, viendo puntos estratégicos en los siete cantones.
- Esta opción permitirá que los locales, donde no rechacen la máquina dispensadora de bebidas, debido al costo de la inversión y al mismo tiempo puede certificar por medio de contratos, la responsabilidad de los establecimientos sería a la compra de los premixes ofrecidos por la dispensadora.

- Desarrollar contactos con empresas involucradas en el negocio del vending, para crear alianzas estratégicas que beneficien las dos partes.
- Dejar que los locales gocen de los beneficios de la máquina dispensadora de bebidas por un tiempo de prueba, dejando que estos evalúen el aumento en las ventas, en las ganancias, en la rotación de clientes y demás beneficios ofrecidos por la dispensadora al igual a la empresa comercializadora de bebidas.
- Soporte publicitario a los puntos estratégicos dentro de la provincia de Cotopaxi que ya tienen la máquina dispensadora de bebidas, para generar un ambiente agradable, haciendo eventos especiales y patrocinando ocasiones de consumo.
- Crear una campaña de posicionamiento con base en el beneficio del producto diferenciado, aprovechando la innovación de las bebidas, para identificar la máquina con el producto y crear una sola imagen.
- Integrar la imagen de la máquina dispensadora de bebidas, no solo con tiendas al detalle, sino también con sitios en los que se preste algún servicio comercial, como café internet, supermercados, almacenes de cadenas, gasolineras, oficinas públicas, de servicios o de ventas de artículos a variedad de clientes.

Reducir el periodo promedio de cobranza de la empresa, del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi

Aunque las empresas analizadas anteriormente tienen muy aceptable el indicador de periodo promedio de cobranza, muchas empresas del sector dicho anteriormente de Ecuador (57 días) y de Cotopaxi, es necesario aplicar una estrategia financiera dirigida hacia la cartera.

Para reducir el plazo promedio de cobro de la empresa se propone una mejor gestión en el recobro de la cartera perteneciente al sector de bebidas con alcohol LICOREC S.A por sus altos montos en la cuenta por cobrar con un 12%.

Se plantea otorgar un descuento del 3% a los clientes que tienen deudas vencidas que cancelen en los próximos 30 días.

Los valores recaudados por la aplicación de la estrategia financiera deberán ser utilizados para el pago de proveedores, lo que reducirían la deuda a corto plazo de la empresa.

Tabla 142

Supuesto para la reducción de la cartera

Saldo cuentas x cobrar 2016	\$ 66.020,27	
Recuperación		12%
Total recuperación	\$ 7.922,43	
Descuento por pago		3%
Costo del descuento por pago	\$ 237,67	
Total recuperación – costo	\$ 7.684,76	
Política por periodo en meses		6
Total recuperación neta	\$ 46.108,56	
Deuda a proveedores	\$207.936,70	
Porcentaje pago %		20%
Deuda parcial a proveedores	\$ 41.587,34	
Saldo a favor	\$ 4.521,22	

La empresa registra un saldo de cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2016 de USD \$ 66.020,27. Con la aplicación de descuentos para incentivar los pagos atrasados (vencidos) se espera una reducción de la cuenta por cobrar del 12%, que representa USD \$ 7922,43. Este valor se destina a la cancelación parcial de la deuda a proveedores por USD \$ 41.587,34, lo que ocasionaría una reducción de la deuda y se tendría un saldo a favor de USD \$ 4.521,22.

- **Incrementar las ventas de las empresas del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol**

Para incrementar las ventas se considera las siguientes actividades:

- Aplicar la venta al detalle agresivamente, a los clientes de otros puntos de venta de la provincia de Cotopaxi, previo análisis de mercado adecuado.
- Es imprescindible realizar un estudio de factibilidad en cuanto, al no incremento de los precios en las bebidas que vende la empresa. Ya que considerando que ha existido un incremento en el precio de la

materia prima por la aplicación de las salvaguardias y por supuesto la recesión económica actual.

En la Tabla 147 se muestran el crecimiento de las ventas netas de Fuentes San Felipe S.A. SANLIC:

Tabla 143
Participación de las Ventas 2015-2016

	2015	2016	Variación%	Variación \$
VENTAS NETAS 12% IVA	1547227,03	1551396,36	0,27%	4169,33
VENTAS NETAS 0% IVA	13560	19860	46,46%	6300,00
INTERESES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	20020,31	17489,97	-12,64%	-2530,34
OTRAS RENTAS	1440,74	5440,9	277,65%	4000,16
TOTAL INGRESOS	1582248,08	1594187,23	0,75%	11939,15

Por lo que se estima un crecimiento de acuerdo al promedio de las ventas netas 12% IVA, del 3% por ser un mercado ya maduro de crecimiento lento y reducción de costos en la reducción de las compras en 1%. No se tomará en cuenta los Intereses ganados en instituciones financieras y otras rentas. En la Tabla 148, se detalla el cálculo de ventas netas proyectadas para 5 años.

Tabla 144
Cálculo de ventas netas proyectadas para 5 años

Reducción Costos:		1%				
Crecimiento %		3%				
Proyección ventas Fuentes San Felipe S.A. SANLIC						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS NETAS 12% IVA	1551396,36	1597938,25	1645876,4	1695252,69	1746110,27	1798493,58
VENTAS NETAS 0% IVA	19860,00	20455,80	21069,47	21701,56	22352,60	23023,18
Ventas Netas Totales	1571256,36	1618394,05	1666945,87	1716954,25	1768462,88	1821516,76
COSTOS	810781,24	818889,052	818889,052	818889,052	818889,052	818889,052
Utilidad Bruta	760475,12	799504,998	848056,82	898065,196	949573,824	1002627,71
Margen Bruto	48,40%	49,40%	50,87%	52,31%	53,69%	55,04%

Por lo tanto, es una buena estrategia financiera que puede ser aplicada para que aumente la rentabilidad bruta de esta empresa.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La salvaguardia que se creó para equilibrar la Balanza Comercial, la misma que logró disminuir las Importaciones en el año 2015-2016; sin embargo, al mismo tiempo provocó una disminución en la Exportaciones debido a que ciertos bienes exportados dependen de las importaciones de materias primas las cuales tienen sobretasas arancelarias.
- La aplicación de ley de salvaguardias en Ecuador en el año 2015, nos indica que son mecanismos de protección temporal, que se aplican ante una eventual afectación de la producción nacional. Sin embargo, demuestra sus deficiencias al no establecer claramente el periodo de aplicación de la medida o no desarrollar mecanismos de beneficios tributarios y arancelarios para su crecimiento.
- Se realizó un diagnóstico profundo y realista del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol, de forma externa e interna, lo que posibilitará la elaboración de medidas y planes de acción que tiendan a enfrentar los diferentes desafíos financieros dentro de un ámbito de comercialización.
- Nos dimos cuenta que no solo existe el problema de las salvaguardias sino también los demás impuestos decretado por el Gobierno actual y a parte del desastre natural de nuestro volcán Cotopaxi, ha afectado a todos los negocios de la provincia de Cotopaxi.
- Al realizar la evaluación financiera del sector comercial de bebidas, nos encontramos que no existe muchos datos estadísticos de las empresas comercializadoras para la provincia de Cotopaxi; pero hemos encontrado la manera de utilizar sitios web de la Superintendencia de Compañías,

Valores y Seguros como principal fuente de información, para poder realizar nuestra investigación que fue muy importante y relevante con respecto al sector comercial del Ecuador.

- Acorde a los principales temas del sector comercial de bebidas en el Ecuador y sobre todo en la provincia de Cotopaxi se observaron de manera general tanto beneficios como debilidades; adicionalmente, se notó que existe mucho desconocimiento por parte de las empresas, en cuanto a la existencia de los mismos y la forma en la que éstos intervienen en la comercialización.
- Creamos una herramienta financiera para ver si existe un impacto económico y social al sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol, por la adopción de la ley de salvaguardias en el año 2015, se evidencio que los precios de las bebidas sobre todo alcohólicas en su mayoría importadas, por ejemplo, el whisky sin la medida de salvaguardia esta en valor promedio de USD \$ 13,11 y con la medida de salvaguardia esta en valor promedio de USD \$ 59,26 lo que significa un aumento de 356,98%.
- Una vez detallados los principales problemas que inciden en las operaciones del sector comercial de bebidas sin alcohol y con alcohol en la provincia de Cotopaxi, se plantearon propuestas viables y fáciles de aplicar, y si se aplica las estrategias financieras, podrían aportar efectivamente al éxito de las actividades de los empresarios cotopaxenses, fortaleciendo el sector comercial y contribuyendo al desarrollo del país.

7.2. Recomendaciones

- Procurar la correcta implementación de las propuestas planteadas para mejorar el sector comercial de bebidas sin alcohol de la provincia de Cotopaxi, y sea un ejemplo en realizar este tipo de proyectos, para las demás provincias del país.

- El sector de bebidas sin alcohol y con alcohol debe estar en la capacidad de brindar productos innovadores, considerando tendencias de consumo, gustos locales, entre otros, con lo cual puede llegar a conquistar diferentes mercados para ampliar su crecimiento económico.
- Ante los nuevos retos de globalización económica, el sector de bebidas sin alcohol y con alcohol de la provincia de Cotopaxi, se debe exponer políticas agresivas de penetración en mercados internacionales y en mercados diferentes a los tradicionales, con lo cual puede enfrentar la pérdida de competitividad en el mercado local, regional y del país garantizando el sostenimiento y rentabilidad económica como sector importante de la economía ecuatoriana.
- El sector de bebidas en Cotopaxi debe fortalecer los lazos de asociatividad empresarial y de relación universidad con los sectores estratégicos del país, con el fin de estimular y mejorar procesos de innovación de forma integral.
- El sector de bebidas en Cotopaxi debe trabajar en equipo con las diferentes instituciones del Gobierno actual y distribuidos por zonas y distritos para construir propuestas, y trabajar de forma conjunta en la forma de enfrentar la recesión económica del país.
- Para el sector de bebidas en Cotopaxi, se debe trabajar mucho en la formación de talento humano y sobre todo en la parte gerencial y ejecutiva de las empresas, con lo cual se pueda acceder a diferentes herramientas financieras que aporten valor agregado, para alcanzar de forma planificada el alcance de los diferentes objetivos propuestos por cada empresa de dicho sector.
- Se recomienda realizar foros y/o seminarios sobre el tema de salvaguardias, ya que existe desconocimiento por parte de la población en general; que permita crear iniciativas de cambio de matriz productiva y para eso que utilicen nuestra tesis para futuras investigaciones relevantes que mejoren la matriz productiva del país.

Bibliografía

- Acuña, R. (2012). El paradigma cuantitativo de la investigación científica. México, D.F.: Pearson Educación.
- Andriani, C. (2004). Un nuevo sistema de gestión para lograr pymes de clase mundial. México, D.F.: Norma Ediciones S.A. de C.V.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Colombia: Editorial Episteme.
- ASAMBLEA NACIONAL (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Barbé, E. (2003). Relaciones Internacionales. 2ª ed. España: Ed. Tecnos.
- Behar, D. (2008). Metodología de la Investigación. México D.F.: Shalom.
- CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (2013). Guía General del Importador. Quito, Ecuador: Cámara de Comercio de Quito.
- Comercio, O. M. (1994). Seno del GATT 1994.
- CONGRESO NACIONAL (2004). Codificación a la Ley del Régimen Tributario Interno. Quito, Ecuador: Registro Oficial
- D'Alessio, F. (2012). Administración de las Operaciones Productivas. Un enfoque de Gerencia. México, D.F.: Pearson.
- D'Alessio, F. (2008a). Dirección e implementación: La puesta en marcha estratégica. México, D.F.: Pearson.
- D'Alessio, F. (2008b). El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia. México, D.F.: Pearson.
- Diario El Comercio. (11 de marzo de 2015). Los Aranceles. Ecuador, Quito: El Comercio.
- EL COMERCIO. (5 de enero de 2015). Ecuador restringe más las importaciones de autos este 2015.
- FEDEXPOR. (2013). Aciertos y Desafíos del Comercio Exterior del Ecuador. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.
- Gitman, J. y Zutter, J., Principios de Administración Financiera. México: Pearson Educación.
- Hernández, M. (2004). Curso a distancia sobre dirección estratégica. La Habana, Cuba: Editorial Centro de Estudios de Técnicas de Dirección (CETDIR).
- Larraín, Felipe y Sachs, Jeffrey. (2002). Macroeconomía en la economía global. 2ª ed. Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall.

- Larrea, F. (2013). Elementos del Comercio Internacional. Quito, Ecuador: Pacheco diseño e imprenta.
- Levin, I y Rubin, S. (2004). Estadística para Administración y Economía. México: Pearson Educación.
- Lobejon, F. L. (2011). El comercio internacional. Madrid, España: AKAL.
- Merle, M. (2000). Sociología de las Relaciones Internacionales. ap. cit., p.341. Madrid, España: Alianza Univ. Madrid.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Resolución Nª 011-2015. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Comercio Exterior. (Julio, 2013). Estadística de Comercio Exterior. Quito, Ecuador.
- Miró, Ó. M. (2003). Los "Trilemas" de la Globalización. Barcelona, España: Ediciones Gráficas Rey, S.L.
- Negocio Internacional grupo 17. (s.f.). Barreras al Comercio Internacional.
- Niven, P. (2004). El Cuadro de Mando Integral paso a paso. Gestión 2000.
- Osorio, L. (2014). Lecturas sobre Macroeconomía Desarrollo y Comercio Internacional. Quito, Ecuador: Editorial Ecuador.
- Ortega Castro, A. (2002). Introducción a las Finanzas. México, D.F.: McGraw Hill.
- Porter, M. (1982). Estrategia competitiva. México, D.F.: Ed. Cecsá.
- PRO ECUADOR. (diciembre, 2015). Informe Mensual de Comercio Exterior. Quito, Ecuador.
- Riesco, J. (2007). Comercio internacional (1st ed.). Madrid: ESIC.
- Rosemberg, J. (1994). Diccionario de Administración y Finanzas.
- Sabino, C. (1997). El proceso de Investigación. Colombia, Caracas: Ed. Panapo.
- Salgado, J. (12 de marzo de 2015). Salvaguardias. (D. Solano, A. Salazar, P. López, J. Álvarez, & A. Mena, Entrevistadores).
- Salvatore, Dominick. (1998). Economía internacional. 4ª ed. México: Prentice Hall.
- Sánchez, G. V. (2006). Introducción a la Teoría Económica un Enfoque Latinoamericano. 2º Edición. México, D.F.: Pearson Educación.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (s.f.). SENA E. Quito, Ecuador.
- Wto.org. (2014). Entender la OMC. Editado por la Organización Mundial del Comercio. 6era Edición. Ginebra.

Linkografía

- AEC - Riesgos Financieros. (2016). Aec.es. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/riesgos-financieros>
- Astete A. y Sanhueza B. (2011). Importación de leche en polvo argentina y su impacto en el sector lechero de Chile. Cybertesis.uach.cl. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/fec965i/doc/fec965i.pdf>
- Baquero Zúñiga, M. (2014). Análisis de la incidencia de la normativa de comercio exterior en las pymes ecuatorianas y propuestas para el mejoramiento de su internacionalización. Dspace.utpl.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/11126>
- Bebidas, I. (2017). Bebidas El sector se inclina a lo natural. anfab.com. Recuperado el 30 de septiembre de 2016, de <http://anfab.com/wp/wp-content/uploads/2016/08/SUPLEMENTO-REVISTA-VISTAZO-agosto-2016-386.pdf>
- Blanco, R. G. (2011, febrero). Revistasice. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_103118__9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf
- Busque Barreras. (2015). Barrerascomerciales.es. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.barrerascomerciales.es/esES/BuscadorBarreras/Paginas/Barrerasalaimportaciondevinoyotrasbebidasalcoholicas_20150047.aspx
- Cisneros Navarrete, C. y Heras Velásquez, M. (2015). Análisis de la aplicación de salvaguardias a la importación de calzado y su influencia en el desarrollo del sector del calzado en la provincia de Tungurahua en el período 2010 – 2012. Dspace.ups.edu.ec. Recuperado el 14 de septiembre de 2016, de <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9106>
- COMERCIO, O. M. (04 de 10 de 2015). www.wto.org. ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm
- COMEX Resolución N° 011-2015. (2015). Comercio.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resolución-011-2015.pdf>

- COMEX. (2015). Resolución 114. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/09/RESOLUCION-114.pdf>
- COMEX. (2015). Importaciones del sector de bebidas en Ecuador por grupo. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Ecuador/bebidas-liquidos-alcoholicos-y-vinagre/EC/22OMS>
- ¿Cómo se calculan los impuestos a pagar de los bienes tributales?. (2010). Blog.todocomercioexterior.com.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2010/01/como-calcula-impuestos-tributos.html>
- ¿Cómo medir el riesgo financiero de una inversión? (2015). Finanzas & Proyectos. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://finanzasyproyectos.net/como-medir-el-riesgo-financiero-de-una-inversion/>
- Comtrade. (2016). Comtrade.un.org. Recuperado el 24 enero 2017, de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
- Decreto Ejecutivo 776. (2013). Proecuador.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/2-Decreto-ejecutivo-776.pdf>
- Dun & Bradstreet. (2016). Dnb.com. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.dnb.com/>
- Gonzalez, M., Gonzalez, M. (2016). El Efecto de las Salvaguardias sobre la Importación de Bienes de Capital y la Producción. Economíaenjeep.blogspot.com. Recuperado el 08 de septiembre de 2016, de <http://economiaenjeep.blogspot.com/2016/05/el-efecto-de-las-salvaguardias-sobre-la.html>
- Economía48, G. (2012). La gran Enciclopedia de Economía. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.economia48.com/spa/d/proteccionismo/proteccionismo.htm>
- Economía y Finanzas Internacionales. ¿Por qué NO las salvaguardias. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/221-por-que-no-las-salvaguardias>
- Ecuador en Cifras. (2014). Directorio de Empresas y Establecimientos 2014. Ecuador, Quito. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economic

as/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf

- El Universo. (15 de febrero de 2015). En un mes salieron del CNE 170 empleados. Recuperado el 11 de Marzo de 2015, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/19/nota/4567431/mes-salieron-cne-170-empleados>.
- Empresas Exportadoras de Ecuador. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=3|218||22||2|1|1|2|3|1|2|1|1>
- Enríquez Pincay, C. (2011). Comercio exterior la balanza comercial del Ecuador en el área andina con Perú y Colombia 2008 - 2009. Repositorio.ug.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/1713>
- Estadísticas Macroeconómicas Abril (2016). Presentación Coyuntural. Contenido.bce.fin.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro052016.pdf>
- Exportadores también sienten los efectos de las salvaguardias. (2015). El Comercio. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-exportadores-aranceles-sobretasas.html>
- Exportadores también sienten los efectos de las salvaguardias. (2016). El Comercio. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-exportadores-aranceles-sobretasas.html>
- EXTERIOR, S. D. (05 de 10 de 2015). <http://www.sice.oas.org/>. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.sice.oas.org/dictionary/SF_s.asp
- GCS Comercial. (2016). Gcscomercial.com.ar. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.gcscomercial.com.ar/index.php?uid=167>
- Grandes Ayala, P. (2012). Impactos causados por la medida de salvaguardia de balanza de pagos en el Ecuador (2009). Repositorio.puce.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/4728>

- Informe Mensual de Recaudación - SRI. (2015). Sri.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de www.sri.gob.ec/descargas/Informe+Recaudacion+2015.pdf
- ICE - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2016). Sri.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/de/ice>
- IVA - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2016). Sri.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/102>
- LA DECISIÓN DE MITIGACIÓN DEL RIESGO. (2010). El Blog del Riesgo & la Estrategia Empresarial. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <https://riesgoestrategia.wordpress.com/2010/08/19/la-decision-de-mitigacion-del-riesgo/>
- La Hora. (15 de mayo de 2015). Ecuador, el penúltimo destino de la inversión extranjera directa. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101506939#.VQJfI6G-So>
- La industria de bebidas se fortalece con inversión. (2016). Vistazo. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://vistazo.com/seccion/pais/la-industria-de-bebidas-se-fortalece-con-inversion>
- La inversión en investigación y desarrollo, prioridad en proyecto de Código Ingenios. (2015). Asamblea Nacional del Ecuador. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.asambleanacional.gob.ec/es/noticia/39289-la-inversion-en-investigacion-y-desarrollo-prioridad-en>
- Las salvaguardias golpean a las rentas. (2016). expreso.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://expreso.ec/economia/las-salvaguardias-golpean-a-las-rentas-FN99427>
- Más de 900 000 ecuatorianos consumen alcohol en Ecuador, según el INEC. (2013). El Comercio. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/mas-900-000-ecuatorianos.html>
- Mazón López, C. (2011). Evaluación de la salvaguardia aplicada en Ecuador en el año 2009, período de análisis 2000-2010. Repositorio.puce.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/4903>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Ministerio de Comercio Exterior» Salvaguardia. Ministerio de Comercio Exterior. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/?s=salvaguardia>
- MIPRO. (2013). Entorno de las tasas arancelarias 2013. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/?s=salvaguardia>

- Noboa Reyes, M. (2014). Análisis de las importaciones ecuatorianas de bienes de consumo para evaluar la aplicación de salvaguardias en el marco de la OMC. Repositorio.flacsoandes.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/6143>
- Olivares Rendón, M. (2011). ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE LA Balsa EN EL ECUADOR 2005–2010. Repositorio.ug.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2412/1/Olivares%20Rendón%20Martha%20Liliana.pdf>
- Organización Mundial del Comercio -Principal. (2014). Wto.org. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- Organización Mundial de la Salud. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.who.int/substance_abuse/activities/msbalcstrategies.pdf?ua=1
- Paguay, D. (2016). IMPACTO DE LAS SALVAGUARDIAS A LAS IMPORTACIONES EN EL ECUADOR PERÍODO 2010-2015. Dspace.utpl.edu.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9293/1/IMPACTO%20DE%20LAS%20SALVAGUARDIAS%20A%20LAS%20IMPORTACIONES%20EN%20EL%20ECUADOR%20PERIODO%202010-2015%20DIANA%20PAGUAY.pdf>
- Población por Provincia, Cantón y Parroquia. (2016). Inec.gob.ec. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/1_POBL_PROV_CANT_PARR_AREA.xls
- Produccion.gob.ec. (2016). COMEXI 2009 | Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.produccion.gob.ec/comexi-2009-2/>
- Redacción de Economía. (9 de marzo de 2015). Salvaguardias. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de El Telegrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/sobretasa-arancelaria-se-ajusta-a-norma-de-la-omc-infografia-y-documento.html>
- Revolución Juliana. (2007). Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/41903.pdf>
- Salvaguardias. (2010). Mecon.gov.ar. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.mecon.gov.ar/cnce/norm/ic_norm_Salvaguardia.htm
- SECTOR COMERCIAL. (2000). Presupuesto.gobierno.pr. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de

<http://www.presupuesto.gobierno.pr/PresupuestosAnteriores/AF99/SECTOR/DE SECOCO1.htm>

- SICOEX - Sistema de Informaciones de Comercio Exterior. (2016). Consultawebv2.aladi.org. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>
- SUDAMERICA, A. P. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-anuncia-sobretasa-arancelariaimportaciones-fin-proteger-sector-externo.html>
- Tecnologías de la Información y Comunicación - Invierte Ecuador. (2015). Invierte Ecuador. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://inversion.produccion.gob.ec/portafolio-de-inversiones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion/>
- Telégrafo, E. (2016). El 63,5% de las exportaciones de 2015 fueron bienes no petroleros. El Telégrafo. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/petroleo-exportacionesecuadorianas-preciosdelcrudo>
- Términos Comerciales Internacionales - INCOTERMS 2010. (2010). Eumed.net. Recuperado el 14 de diciembre de 2016, de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/incoterms.html>
- Tiempo, R. (2016). Importadores de licores se manifestaron en crisis. El Tiempo. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/370702/importadores-de-licores-se-manifestaron-en-tesis>
- Vergara, F. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Recuperado el 31 de marzo de 2014, de <http://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>
- Wto.org. (2014). Organización Mundial del Comercio – sitio web. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <https://www.wto.org/indexsp.htm>
- Wto.org. (2016). OMC | Estadísticas del comercio internacional, 2015. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2015_s/its15_toc_s.htm
- Wto.org. (2016). La OMC | Entender la OMC - Los años del GATT: de La Habana a Marrakech. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact4_s.htm

ANEXOS

A: Encuesta dirigida a las comercializadoras de bebidas sin alcohol de la provincia de Cotopaxi.

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS COMERCIALIZADORAS DE BEBIDAS SIN
ALCOHOL**



Objetivo: Obtener información sobre el impacto de la ley de salvaguardias adoptada en marzo de 2015, aplicadas a las empresas comercializadoras de bebidas sin alcohol de la provincia de Cotopaxi.

Fecha: _____ **Cantón de Cotopaxi:** _____

Indicaciones:

- Lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a las características de su empresa
- Por favor marque con una (X) el siguiente cuestionario.

1.1 ¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?

1. Si () 2. No ()

Si su respuesta es NO, le mencionamos el concepto para una mejor captación de información en nuestra encuesta y que la siga llegando por favor.

“Las salvaguardias son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones” (INCOTERMS, 2010).

1.2 El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas sin alcohol que usted comercializa es:

1. Alto ()
2. Medio ()
3. Bajo ()

1.3 ¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas sin alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?

1. Si ()
2. No ()

1.4 ¿Qué tipo de bebidas sin alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes?

1. Nacionales ()
2. Importadas ()

1.5 ¿Qué porcentaje de bebidas sin alcohol, que usted ofrece en su negocio son de origen nacional?

1. Entre 0% y 25% ()
2. Entre 26% y 50% ()
3. Entre 51% y 75% ()
4. Entre 76% y 100% ()

1.6 ¿Cómo considera la competencia del sector de las bebidas sin alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas?

1. Alta ()
2. Normal ()

3. Baja ()

1.7 El motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas sin alcohol es por:

1. Calidad ()

2. Marca ()

3. Precio ()

4. Disponibilidad ()

1.8 Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio:

1. Si () 2. No ()

1.9 ¿Cree usted que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de bebidas sin alcohol en la provincia de Cotopaxi?

1. Si () 2. No ()

1.10 ¿Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente?

1. Si () 2. No ()

Muchas gracias por su atención

B: Encuesta dirigida a las comercializadoras de bebidas sin alcohol de la provincia de Cotopaxi.

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LAS COMERCIALIZADORAS DE BEBIDAS CON
ALCOHOL**



Objetivo: Obtener información sobre el impacto de la ley de salvaguardias adoptada en marzo de 2015, aplicadas a las empresas comercializadoras de bebidas con alcohol de la provincia de Cotopaxi.

Fecha: _____ **Cantón de Cotopaxi:** _____

Indicaciones:

- Lea detenidamente las preguntas y responda de acuerdo a las características de su empresa
- Por favor marque con una (X) el siguiente cuestionario.

1.1 ¿Usted conoce el concepto de salvaguardias?

1. Si () 2. No ()

Si su respuesta es NO, le mencionamos el concepto para una mejor captación de información en nuestra encuesta y que la siga llegando por favor.

“Las salvaguardias son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones” (INCOTERMS, 2010).

1.2 El efecto de la aplicación de ley de salvaguardias, a los precios de bebidas con alcohol que usted comercializa es:

1. Alto ()
2. Medio ()
3. Bajo ()

1.3 ¿Para usted, ha afectado negativamente en el volumen de ventas de bebidas con alcohol, la aplicación de la ley de salvaguardias en su negocio?

1. Si ()
2. No ()

1.4 ¿Qué tipo de bebidas con alcohol son los que compran con frecuencia sus clientes?

1. Nacionales ()
2. Importadas ()

1.5 ¿Qué porcentaje de bebidas con alcohol, que usted ofrece en su negocio son de origen nacional?

1. Entre 0% y 25% ()
2. Entre 26% y 50% ()
3. Entre 51% y 75% ()
4. Entre 76% y 100% ()

1.6 ¿Cómo considera la competencia del sector de las bebidas con alcohol de producción nacional, con respecto a las importadas?

1. Alta ()
2. Normal ()

3. Baja ()

1.7 El motivo principal por qué los clientes prefieren las bebidas con alcohol es por:

1. Calidad ()

2. Marca ()

3. Precio ()

4. Disponibilidad ()

1.8 Desde la implantación de la ley de salvaguardias, ha tenido que despedir personal en su negocio:

1. Si () 2. No ()

2.

1.9 ¿Cree usted que la aplicación de la ley de salvaguardias ha disminuido ampliamente la importación de bebidas con alcohol en la provincia de Cotopaxi?

1. Si () 2. No ()

1.10 ¿Considera usted que la aplicación de la ley de salvaguardias debe seguir vigente?

1. Si () 2. No ()

Muchas gracias por su atención



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA

CERTIFICACIÓN

Se Certifica que el siguiente trabajo fue desarrollado por los señores: Israel Alexander Cuito Balarezo, y Geovanna Karina Bermeo Aveiga.

En la ciudad de Latacunga, a los 03 días del mes de marzo del 2017.

Aprobado por:

Ing. Elisabeth Jiménez.
DIRECTORA DEL PROYECTO



Ing. Julio Tapia.
DIRECTOR DE CARRERA

Dr. Juan Díaz.
SECRETARIO ACADÉMICO