



# **ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS**  
**INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

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

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO – CPA**

**TEMA:**

**ANALIZAR EL IMPACTO DEL INCREMENTO DEL ICE EN LA  
ECONOMÍA DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES EN LA  
CIUDAD DE QUITO**

**AUTORA:**

**VINUEZA AGUILAR IRMA ALEXANDRA**

**DIRECTOR:**

**ING. (MEF) MORALES VILLAGÓMEZ JOSÉ EFRAÍN**

**AÑO 2018**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA


DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "*ANALIZAR EL IMPACTO DEL INCREMENTO DEL ICE EN LA ECONOMÍA DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES EN LA CIUDAD DE QUITO*", fue realizada por la Señorita *Vinueza Aguilar Irma Alexandra*, ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo cual me permito acreditarlo y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolqui, 18 de diciembre de 2017

  
\_\_\_\_\_  
ING. JOSÉ MORALES  
DIRECTOR  
C.C. 1152908



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, *Vinueza Aguilar Irma Alexandra*, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación, "*Análisis del Impacto del Incremento del ICE en la Economía de las Empresas de Telecomunicaciones en la Ciudad de Quito*" es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 18 de diciembre de 2017.

VINUEZA AGUILAR IRMA ALEXANDRA  
C.C. 1719596742



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

## AUTORIZACIÓN

*Yo, Vinuesa Aguilar Irma Alexandra, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación, "Analizar el Impacto del Incremento del ICE en la Economía de las Empresas de Telecomunicaciones en la Ciudad de Quito" en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.*

Sangolquí, 18 de diciembre de 2017

VINUEZA AGUILAR IRMA ALEXANDRA  
C.C. 1719596742

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación va dedicado.

A mi madre Iralda, definitivamente a ella en primer lugar por ser mi guía y luz en todo momento.

Por darme la vida y hacer de mí una persona de bien, que con su ejemplo y enseñanzas me ha inculcado valores y principios que hoy rigen mi actuar, y de los que estoy orgullosa de poder practicar. Gracias por tu amor y dedicación, gracias por darme una visión más amplia de la vida y de Dios que siempre está con nosotros.

A mi padre Marcelo y hermanos Marcelo, Fernando, Cristian, Wendy, Nelly, por sus palabras de aliento para lograr esta meta en mi vida profesional.

A mi esposo Mauricio, por su apoyo incondicional; por su paciencia y consideración en las etapas difíciles; por estar conmigo siempre, en todo momento, y darme fuerzas para continuar.

A mi hijo David que desde el día que llegó a mi vida con su presencia supo iluminarla y sembrar un sendero de felicidad y esperanza para lograr todos mis objetivos propuestos.

Alexandra Vinueza Aguilar

## **AGRADECIMIENTO**

A dios por permitirme estar en este momento especial en mi vida.

A mi padres, esposo y familiares, por su apoyo incondicional en la ejecución de mis metas.  
A mis amigas por su constancia y cariño gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de nuestra vida profesional.

Al Ing. José Morales, por la orientación y apoyo en el desarrollo de este trabajo de Investigación.

Alexandra Vinueza Aguilar

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN .....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
LISTA DE FIGURAS .....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO .....	1
1.1    Teorías de Soporte.....	1
1.1.1    Evolución del Impuesto .....	1
1.1.2    Impuestos en el Ecuador .....	1
1.1.3    Ley de Impuestos Internos .....	2
1.1.4    La misión Kemmerer.....	3
1.1.5    Impuesto a los Consumos Especiales.....	5
1.1.6    ICE aplicados a las empresas de telecomunicaciones.....	5
1.1.6.1. Cálculo aplicado a las empresas de telecomunicaciones .....	8
1.2.    Marco Referencial .....	14
1.3.    Marco Legal.....	22
1.3.1.    Constitución de la República del Ecuador .....	22
1.3.2.    Servicio de Rentas Internas (SRI).....	24
1.3.3.    Impuestos existentes en el Ecuador.....	30
1.3.4.    Hecho Generador.....	46
1.3.5.    Sujeto del impuesto .....	47
1.3.6.    Tarifas del ICE .....	50
1.3.7.    Exenciones .....	54
1.3.8.    Declaración y liquidación del ICE .....	55

1.3.9. Destino del impuesto.....	56
1.3.10. Impuestos a las empresas de telecomunicaciones.....	57
CAPÍTULO II.....	62
MARCO METODOLÓGICO.....	62
2.1 Enfoque de Investigación.....	62
2.1.1 Enfoque Cuantitativo.....	62
2.1.2 Enfoque Cualitativo.....	63
2.1.3 Enfoque de Investigación Mixto.....	63
2.2 Tipología de investigación.....	63
2.2.1 Por su finalidad Aplicada.....	64
2.2.2 Por las fuentes de información.....	64
2.2.3 Por las unidades de análisis Insitu.....	64
2.2.4 Por el control de las variables No experimental.....	65
2.2.5 Por el alcance Descriptivo.....	65
2.3 Hipótesis.....	65
2.4 Procedimiento para recolección y análisis de datos.....	66
2.4.1 Encuestas.....	66
2.4.2 Base de datos.....	67
2.4.3 Universo o Población.....	67
2.5 Matriz de operacionalización de variables.....	73
2.6 Instrumentos.....	76
2.6.1 Instrumento de recolección de información.....	76
2.7 Plan de recopilación de datos.....	76
2.7.1 Reproducción de instrumentos de recolección.....	76
2.7.2 Datos de ubicación de las fuentes de información.....	77
2.7.3 Calendario de recopilación de información.....	79
2.8 Plan de Procesamiento de datos.....	79
2.8.1 Software.....	79
2.8.2 Sistema de Codificación.....	80
2.8.3 Ingreso de Información al Sistema.....	80
2.9 Reporte de Procesamiento.....	80
2.10 Plan de análisis e interpretación de datos.....	81
CAPÍTULO III.....	82



RESULTADOS.....	82
3.1. Presentación de resultados y análisis.....	82
3.2. Índices financieros.....	102
3.3. Análisis inferencial.....	104
3.3.1. Prueba de hipótesis general.....	104
3.3.2. Prueba de hipótesis específica 1.....	110
3.3.3. Prueba de hipótesis específica 2.....	112
3.3.4. Prueba de hipótesis específica 3.....	115
3.3.5. Prueba de hipótesis específica 4.....	118
3.3.6. Informe de variables.....	121
3.3.6.1. Ejecución del análisis y síntesis de la información.....	121
3.3.6.1.1 Análisis descriptivo por categoría.....	122
3.3.6.1.2. Análisis descriptivo de las variables.....	122
3.3.6.1.3....Análisis de hipótesis mediante prueba estadística.....	124
3.3.6.1.4.....Informe final de resultados.....	125
CAPÍTULO IV.....	128
PROPUESTA.....	128
4.1. Discusión de la propuesta.....	128
4.2. Objetivos de marketing.....	128
4.3. Mercados meta.....	129
4.4. Estrategia de la mezcla de marketing.....	129
4.4.1. Producto.....	129
4.4.2. Plaza.....	134
4.4.3. Precio.....	137
4.4.4. Publicidades.....	141
CAPÍTULO V.....	1475
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	147
5.1....Conclusiones.....	147
5.2.....Recomendaciones.....	148
6..Bibliografía.....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Ley reformativa para la equidad tributaria en el ecuador 2007 (ice)</i> .....	6
<b>Tabla 2</b> <i>Pago por concentración del mercado</i> .....	7
<b>Tabla 3</b> <i>Ley orgánica para el equilibrio de las finanzas públicas 2016</i> .....	8
<b>Tabla 4</b> <i>Comparación de variables de las teorías de soporte</i> .....	9
<b>Tabla 5</b> <i>Variables de las teorías de soporte de grado</i> .....	21
<b>Tabla 6</b> <i>Impuesto a la renta, personas naturales y sucesiones indivisas</i> .....	33
<b>Tabla 7</b> <i>Valor por cilindra de vehículos terrestres</i> .....	37
<b>Tabla 8</b> <i>Años del vehículo</i> .....	37
<b>Tabla 9</b> <i>Tarifas impuesto herencias, legados y donaciones</i> .....	42
<b>Tabla 10</b> <i>Tarifas ice</i> .....	51
<b>Tabla 11</b> <i>Días declaración del ice</i> .....	56
<b>Tabla 12</b> <i>Empresas sector telecomunicaciones</i> .....	70
<b>Tabla 13</b> <i>Empresas del sector de telecomunicaciones</i> .....	72
<b>Tabla 14</b> <i>Listado de empresas de telecomunicaciones</i> .....	72
<b>Tabla 15</b> <i>Información de las empresas de telecomunicaciones</i> .....	77
<b>Tabla 16</b> <i>Cronograma de recolección de datos</i> .....	79
<b>Tabla 17</b> <i>Grado de conocimiento de la normativa vigente</i> .....	82
<b>Tabla 18</b> <i>Afectación al número de clientes</i> .....	84
<b>Tabla 19</b> <i>Afectación a la liquidez de las empresas</i> .....	85
<b>Tabla 20</b> <i>Afectación al costo de ventas</i> .....	86
<b>Tabla 21</b> <i>Variaciones en los precios de venta al público</i> .....	88
<b>Tabla 22</b> <i>Variaciones en la cantidad de clientes</i> .....	89
<b>Tabla 23</b> <i>Niveles de afectación al margen de ingresos</i> .....	90
<b>Tabla 24</b> <i>Afectación al margen bruto de ingresos</i> .....	91
<b>Tabla 25</b> <i>Relación de la utilidad con los ingresos</i> .....	93
<b>Tabla 26</b> <i>Comportamiento de indicadores roe roa</i> .....	94
<b>Tabla 27</b> <i>Nivel de complejidad del nuevo software</i> .....	95
<b>Tabla 28</b> <i>Origen del software</i> .....	97
<b>Tabla 29</b> <i>Costo de actualización del software</i> .....	98
<b>Tabla 30</b> <i>Presupuesto para capacitación</i> .....	99
<b>Tabla 31</b> <i>Costo de capacitación del personal</i> .....	101

<b>Tabla 32</b> <i>Variable: incremento del ice</i> .....	105
<b>Tabla 33</b> <i>Variable economía de las empresas de telecomunicaciones</i> .....	106
<b>Tabla 34</b> <i>Frecuencia observada</i> .....	107
<b>Tabla 35</b> <i>Frecuencia esperada</i> .....	108
<b>Tabla 36</b> <i>Calculo chi cuadrado</i> .....	108
<b>Tabla 37</b> <i>Indicadores financieros * costo de venta</i> .....	110
<b>Tabla 38</b> <i>Tabla cruzada indicadores financieros * costo de venta</i> .....	111
<b>Tabla 39</b> <i>Margen bruto * precio de venta al publico</i> .....	113
<b>Tabla 40</b> <i>Tabla cruzada margen bruto * precio de venta al publico</i> .....	114
<b>Tabla 41</b> <i>Ventas de las compañías * precio de venta al publico</i> .....	116
<b>Tabla 42</b> <i>Tabla cruzada ventas de las compañías * precio de venta al publico</i> .....	117
<b>Tabla 43</b> <i>Grado de conocimiento de la normativa* costo de capacitación</i> .....	119
<b>Tabla 44</b> <i>Tabla cruzada grado de conocimiento de la normativa</i> .....	120
<b>Tabla 45</b> <i>Evolución de hspa</i> .....	130
<b>Tabla 46</b> <i>Estrategias de producto</i> .....	133
<b>Tabla 47</b> <i>Estrategias de plaza</i> .....	136
<b>Tabla 48</b> <i>Precio de planes de internet móvil hspa+</i> .....	138
<b>Tabla 49</b> <i>Precio de planes de internet móvil 4g</i> .....	138
<b>Tabla 50</b> <i>Estrategias de precio</i> .....	140
<b>Tabla 51</b> <i>Estrategias de promoción</i> .....	144

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Grado de conocimiento de la normativa vigente .....	83
<i>Figura 2</i> Afectación al número de clientes.....	84
<i>Figura 3</i> Afectación a la liquidez de las empresas .....	85
<i>Figura 4</i> Afectación al costo de ventas .....	87
<i>Figura 5</i> Variaciones en los precios de venta al público.....	88
<i>Figura 6</i> Variaciones en la cantidad de clientes .....	89
<i>Figura 7</i> Niveles de afectación al margen de ingresos .....	90
<i>Figura 8</i> Afectación al margen bruto de ingresos .....	92
<i>Figura 9</i> Relación de la utilidad con los ingresos .....	93
<i>Figura 10</i> Comportamiento de indicadores roe roa.....	94
<i>Figura 11</i> Nivel de complejidad del nuevo software .....	96
<i>Figura 12</i> Origen del software.....	97
<i>Figura 13</i> Costo de actualización del software .....	98
<i>Figura 14</i> Presupuesto para capacitación .....	100
<i>Figura 15</i> Costo de capacitación del personal.....	101
<i>Figura 16</i> Chi cuadrado.....	109

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objeto de estudio los cambios provocados por la imposición de una variante en el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) el mismo que está dirigido a las empresas de las telecomunicaciones en la ciudad de Quito, es decir analizar todos los factores positivos y negativos que se presenten con este cambio, con el propósito de observar cual será el impacto generado dentro de la economía de las organizaciones afectadas. En primera instancia se encuentra el Estado ecuatoriano como beneficiario del incremento del impuesto, que permitirá obtener más ingresos para financiar sus diversas aplicaciones en el campo social, del otro lado se encuentran las empresas telecomunicaciones sobre quienes recaerá este incremento. Para determinar los impactos en las economías de la empresa se realizó una encuesta a 11 de ellas, las mismas que trabajan con la plataforma de Movistar proveyendo los servicios a los clientes. En los análisis y resultados se determina que efectivamente han sufrido impactos negativos en diferentes ámbitos tanto en el área comercial, financiera y de ingresos, específicamente las afectaciones están relacionadas con disminución de clientes, disminución en la liquidez de las empresas, así como afectación a los precios de venta, desaceleración de la demanda de los servicios. Para contrarrestar o enfrentar esta situación se propone que las organizaciones recuperen las pérdidas mediante un plan de marketing, para lo cual se plantean estrategias definiendo que se pretende, quienes serán los encargados de llevar a cabo las actividades y se plantean sus costos.

### Palabras clave

- **IMPACTO ECONÓMICOS**
- **EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES**
- **IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES**
- **INDICADORES FINANCIEROS**
- **RENTABILIDAD**

## **ABSTRACT**

The present investigation work has as object of study the changes provoked by the imposition of a variant in the excise tax (ICE) The miso that is directed to the companies of the telecommunications in the city of Quito, to analyze all the positive and negative factors that arise with this change, with the purpose of observing what will be the impact generated within the economy of the affected organizations. In the first instance is the state Ecuadorian as beneficiary of the increase of the tax, which will allow to obtain more income to finance its diverse applications in the social field, on the other side are the telecommunications companies on those who will fall this increase. To determine the impacts on the company's economies a survey of 11 of them was carried out, the same ones that work with the platform of Movistar providing the services to the clients. In the analyses and results it is determined that they have actually suffered negative impacts in different areas both in the commercial, financial and income areas, specifically affectations are related to declining customers, decrease in the Liquidity of the companies, as well as affectation to the sale prices, they will decelerate of the demand of the services. To counteract or confront this situation, it is proposed that the organizations recover the losses through a marketing plan, for which they propose strategies defining what is intended, who will be in charge of carrying out the activities and Silver your costs.

### **Keywords**

- **ECONOMIC IMPACT**
- **TELECOMMUNICATIONS COMPANIES**
- **TAX ON SPECIAL CONSUMPTIONS**
- **FINANCIAL INDICATORS**
- **PROFITABILITY**

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Teorías de Soporte

#### 1.1.1 Evolución del Impuesto

Los impuestos son algo cotidiano en todos los países del mundo, una de la función es la obtención de ingresos para el Estado, los mismos que servirán para la generación de obras de todo tipo, ya sea en el sector salud, agricultura, educación o para cualquier acontecimiento que ocurra dentro del país. En cada territorio se establecen la cantidad de impuestos, el valor de ellos, quienes deberán cancelarlo, sus regulaciones en busca de cubrir ciertas necesidades que el Estado tenga; y según estos parámetros es que en un determinado país puedan existir más o menos impuestos en su territorio.

La aparición de los impuestos es muy antigua, en el portal web EUMED, sobre esto se menciona: “La historia de los impuestos es casi tan antigua como la historia del hombre pensante. Desde las primeras sociedades humanas, los impuestos eran aplicados por los soberanos o jefes en forma de tributos, muchos de los cuales eran destinados para asuntos ceremoniales y para las clases dominantes” (EUMED, 2017)

#### 1.1.2 Impuestos en el Ecuador

La historia en el Ecuador los principales cambios en materia de impuesto data de la fundación de la República por el año de 1830, de acuerdo con Juan Paz y Miño Cepeda menciona: “Desde la fundación de la República (1830), los presupuestos estatales dependieron de los ingresos provenientes de las rentas patrimoniales (bienes públicos: inmuebles, minas, industrias), los servicios nacionales (tasas portuarias, correos, comunicaciones), los impuestos sobre artículos estancados (alcoholes, tabaco, sal y fósforos), algunos ingresos.

Varios y, sobre todo, los impuestos en general, divididos en directos e indirectos. Los únicos directos fueron: el tributo de indios y el diezmo” (Cepeda, 2015, p. 93)

Desde esa época a la actual han existidos muchos cambios en la forma de sustentar ingresos para el Estado, creando de esta forma impuestos que hasta la actualidad persisten como es el caso del Impuesto a la Renta; otros en cambio ha sido eliminados pero también se han creada nuevos impuestos en el país. La historia de los cambios en materia económica es diversa y dependiendo del periodo en el que se ha presentado implicaba aumentos o nuevas formas de observa la aplicación del impuesto en el país.

### **1.1.3 Ley de Impuestos Internos**

Después de la creación del Servicio de Rentas Internas crea una serie de leyes que rigen al Ecuador.

- Ley de Régimen Tributario Interno año 2007
- Ley para la Equidad tributaria año 2007



- Ley Orgánica Reformativa e Interpretativa año 2008
- Constitución del Ecuador año 2008
- Ley Orgánica de empresas Publicas año 2009
- Código Orgánico de la Producción comercio e Inversión año 2010
- Ley de fomento ambiental y optimización de los ingresos del estado año 2011

De aquí se crean los impuestos que son Administrados por el SRI

- Impuesto a la Renta (IR) antes del año 2007
- Impuesto al valor agregado (IVA) antes del año 2007
- Impuestos a los consumos especiales (ICE) antes del 2007
- Impuesto ambiental a la contaminación vehicular a partir del año 2012
- Impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables a partir del año 2012
- Impuesto a la Salida de Divisas partir año 2010
- Impuesto a las tierras rurales a partir año 2008
- Impuesto a los activos en el exterior a partir año 2011

#### **1.1.4 La misión Kemmerer**

La Misión Kemmerer llegó al Ecuador en 1926, para modernizar el Estado y reestructurar el sistema bancario del país. Ésta fue una de las metas del presidente Isidro Ayora, al asumir el gobierno en abril de ese año. La propuesta de la Misión consistía en corregir las deficiencias

administrativas en el manejo de las finanzas, bajo un nuevo diseño económico que pusiera a Ecuador a la altura de otros países del continente y del mundo.

Tras un período de análisis de la situación, una de las primeras acciones consistió en fundar el Banco Central del Ecuador que, a partir de ese entonces, fue el único organismo que emitió legalmente billetes y monedas. La propuesta para la Ley Orgánica del Banco Central del Ecuador había sido presentada al Gobierno por la Misión Kemmerer el 11 de febrero de 1927, acompañada de una exposición de motivos. El Banco Central se creó como una compañía anónima autorizada durante 50 años para emitir dinero, redes contar a tasa fija, constituirse en depositaria del gobierno y de los bancos asociados, administrar el mercado de cambios y fungir de agente fiscal. Debido a que las funciones de la nueva institución estaban "íntimamente ligadas a los derechos soberanos del Gobierno y al interés público", el Gobierno estaba llamado a participar en su administración.

El 12 de marzo de 1927 el Presidente Isidro Ayora decretó la Ley Orgánica del Banco Central del Ecuador (Registro Oficial N. 283). La preparación del funcionamiento de la nueva institución estuvo a cargo de una Comisión Organizadora, nombrada por el propio Ayora. La Misión Kemmerer dio paso también a la creación de la Superintendencia de Bancos, la Contraloría General del Estado, el Banco Hipotecario, la Caja de Pensiones, el Ministerio de Previsión Social, Trabajo, Agricultura, Beneficencia, Sanidad, Higiene, Estadística e Inmigración y Colonización, la reconstrucción del Ministerio de Hacienda, la creación de la Ley de Impuestos Internos, la Ley de Monedas, Ley General de Bancos, Ley sobre los contratos de prenda agrícola, Ley de Aduanas, etc.; y el arreglo de la deuda interna y la reanudación del pago de la deuda externa.

### **1.1.5 Impuesto a los Consumos Especiales**

El Impuesto a los consumos especiales (ICE) pertenece al grupo de impuestos que afecta a determinados bienes en forma específica y con tasas variadas, como es en el caso a las bebidas alcohólicas, a las bebidas gaseosas, a los cigarrillos, y a los bienes catalogados como suntuarios o de lujo. Se inicia en Ecuador con el impuesto a los consumos selectivos creados en 1981 y sustituido con el actual ICE, el cual a mas permitir la obtención de recursos, buscaba orientar la producción, redistribuir el ingreso y suavizar la regresividad del impuesto general al consumo.

El ICE entra en vigencia mediante Ley No 56 publicada en el Registro Oficial No 341 de 22 de diciembre de 1989, el cual a cigarrillos, bebidas alcohólicas, cervezas, a vehículos motorizados y helicópteros no destinados al transporte comercial, así como motos acuáticas, yates y barcos de recreo.

### **1.1.6 Impuesto a los consumos especiales aplicados a las empresas de telecomunicaciones**

Según los registros indagados en lo que respecta al Impuesto a los Consumos especiales (ICE) en las empresas de telecomunicaciones, durante el año 2007 se aprobó la “Ley Reformativa Para La Equidad Tributaria En El Ecuador”, la misma que entraría en vigencia a partir del año 2008. Donde como una de sus características de todos los cambios que afectaron a la Ley de Régimen Tributario Interno y al Código Tributario, se dispuso la eliminación del ICE para las empresas de Telecomunicaciones.

De acuerdo al registro oficial N 242 con fecha 29 de diciembre del 2007, en el artículo numero ciento treinta y siete, señala: “Art. 137.- Sustitúyase el Art. 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno por el siguiente: “Art. 82.- Están gravados con el impuesto a los consumos especiales los siguientes bienes y servicios” (Asamblea Nacional , 2007), donde se establecen los productos y servicios que estaría afectos por el impuesto con su respectivo porcentaje.

En el grupo número tres donde en la actualidad se encuentran grabados los servicios de telecomunicaciones, para esta reforma solo se establecieron los siguientes:

**Tabla 1**

*Ley reformativa para la equidad tributaria en el Ecuador 2007 (ICE)*

<b>GRUPO III</b>	<b>TARIFA</b>
Servicios de televisión pagada	15%
Servicios de casinos, salas de juego (bingo - mecánicos) y otros juegos de azar	35%

**Fuente:** registro oficial N 242

A partir del 2008 todas las empresas relacionadas con los servicios de telecomunicaciones no deberían pagar el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE). Después de esta reforma no se presentaron modificaciones hasta el año 2014 donde se instauran modificaciones a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, donde se establecen un impuesto por la cuota de participación en el mercado.

De acuerdo al portal web “panampost”, este nuevo cambio afectaría a las empresas con mayor participación del mercado, tomando como fuente lo mencionado por el diario “El comercio” su artículo señala:

“La ley impone un nuevo impuesto para las empresas de telecomunicaciones que excedan una participación en el mercado del 30%. Aquellas compañías que superen el umbral deberán pagar como mínimo un gravamen trimestral del 0,5% de su facturación. Sin embargo, a medida que aumenta su participación en el mercado se incrementa el monto que deben desembolsar las empresas” (PANAMPOST, 2014)

En este mismo artículo se indica los siguientes porcentajes de acuerdo a la participación en el mercado de las empresas:

**Tabla 2**  
*Pago por concentración del mercado*

Desde	Hasta	Pagos sobre Ingresos
0%	34.99%	0.5%
35%	44.99%	1%
45%	54.99%	3%
55%	64.99%	5%
65%	74.99%	7%
75%	En adelante	9%

**Fuente:**<http://es.panampost.com/panam-staff/2014/12/18/ecuador-castiga-con-impuesto-a-empresas-de-telecomunicaciones/>

La última reforma que se ha presentado en el tema de las telecomunicaciones se dio a inicios del año 2016, a través de la “Ley Orgánica Para El Equilibrio De Las Finanzas Públicas” publicada en el registro oficial N° 744 del 29 de abril del 2016, donde uno de los cambios señala:

“15. Sustitúyase la Tabla del GRUPO III del artículo 82 por la siguiente”, quedando la conformación del grupo tres de los servicios afectados por el Impuestos a los Consumos Especiales de la siguiente forma:

**Tabla 3**

*Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas 2016*

GRUPO III	TARIFA
Servicios de televisión pagada	15%
Servicios de telefonía fija y planes que comercialicen únicamente voz, o en conjunto voz, datos y sms del servicio móvil avanzado prestado a sociedades	15%

**Fuente:** registro oficial N 744

Siendo estos los principales cambios que se han presentados para las empresas que se encuentran relacionadas con los servicios de telecomunicaciones de forma directa como indirectamente. Por lo cual se puede indicar que, las empresas del sector de las telecomunicaciones a más de cancelar los diferentes impuestos como son el IVA, a los activos en el exterior, también deben agregar a sus precios de venta el ICE sea a la televisión pagada o la telefonía fija.

#### **1.1.6.1. Cálculo aplicado a las empresas de telecomunicaciones**

La Superintendencia de Telecomunicaciones informó que las tarifas deben ajustarse a las disposiciones del Servicio de Rentas Internas – SRI, conforme a los artículos 76 y 82 de la Ley de

Régimen Tributario Interno que dispone que debe grabar el Impuesto a los Consumos Especiales y el IVA.

En la factura del servicio el primer subtotal es el resultado de la suma del valor de servicios, al que se le carga el 15% del ICE. A este subtotal la empresa agrega gastos administrativos, más renta de equipos y servicios adicionales, obteniendo como resultado un segundo subtotal, al que se le aplica el 12% del IVA , que, sumando el segundo subtotal, da como resultado el valor de la factura que es entregada al consumidor final.

**Tabla 4**  
*Comparación de variables de las teorías de soporte*

Libro	Tributación para un crecimiento inclusivo	La economía del sector público
Autor	Alicia Bárcena	Stiglitz Joseph
Editorial	CEPAL Naciones Unidas	University Columbia
Año	2016	2003
Variables	La evolución de la presión tributaria	Impuestos óptimos en el sentido de Pareto
	Bajos niveles de recaudación tributaria	Estructuras tributarias no lineales
	La evasión fiscal	Impuestos diferenciales sobre las mercaderías
	Las tasas efectivas de impuestos	Impuestos sobre los productores
	Consecuencias políticas de los acuerdos tributarios	

### 1.1.7. Tributación para un crecimiento inclusivo

Este libro hace un diagnóstico en materia de nivel y estructura tributaria así como su administración, factores condicionantes económicos y tributarios necesarios para el rediseño de los sistemas tributarios. El ICE Impuesto a los consumos especiales como su nombre lo indica es un impuesto pero ¿que denota los impuestos? ¿Porque se crean los impuestos? Para esto se debe analizar los siguientes detalles:

La presión tributaria es un indicador cuantitativo relacionando los ingresos tributarios que tiene una economía y el producto interno bruto (PIB), este indicador muestra la intensidad con la que un país grava a sus contribuyentes mediante tasas impositivas, por tanto este indicador sirve para tomar decisiones en las políticas tributarias y la carga que resulte sean equitativamente distribuidas entre los contribuyentes. (Instituto Peruano de Economía , 2017)

La presión tributaria de Ecuador al año 2015 es de 21.7% estando en el séptimo lugar después de Argentina (1) con el 33.1% , Uruguay (2) con el 29.7%, Brasil (3) tiene 29.5%, Costa Rica (4), con el 22.90% inclusive Nicaragua tiene mayor presión fiscal 22.30%, Lo cual significa que el 21.7% del PIB de Ecuador corresponde a la contribución que realizan las personas naturales y jurídicas, (Centro de Estudios Fiscales , 2017); quiere decir que Ecuador no es el país con mayor carga ya que existen otros países que su carga impositiva es mayor. Mientras que en el otro extremo se observa a países como República Dominicana con el 13.60% y Guatemala con el 12%.

La recaudación tributaria en América latina ha mejorado en los últimos años, debido a sus altos crecimientos económicos y a medidas económicas puestas en práctica entre el año 2000 al año 2013 la tasas impositiva promedio subió del 16.0% del PIB al 20.6%, es decir con este



promedio Ecuador estaría a un punto sobre la media, Sin embargo este promedio estaría muy por debajo del promedio de los países miembros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), estos países desarrollados cuyo porcentaje es del 34.1% del PIB en el año 2013.

El promedio regional indica que existe países como Argentina Brasil, Uruguay que se acercan a la recaudación tributaria media de la OCDE en relación al PIB, en su mayoría los países de América Latina apenas alcanzan el 20% que sería necesario para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es más se observa que muchos países se encuentran por debajo de este umbral. (CEPAL , 2016)

La justificación a este bajo nivel de presión tributaria en América latina se debe al papel limitado de los impuestos directos, ya que los impuestos indirectos como el IVA constituyen la principal estructura tributaria. Pero ya se observa una mejoría en la última década, ya que el impuesto sobre la renta se ha fortalecido en varios países y el promedio regional ha crecido desde un 3.1% del PIB en el 2000 hasta 5.2% en el 2013, sin embargo siguen siendo bajo en comparación con los países del OCDE cuyo valor es del 11.6% del PIB en el 2013.

América latina se observa que pierden más del 50% de sus ingresos por impuestos sobre la renta de las personas físicas reflejando un alto nivel de informalidad que se caracteriza.

Por un lado, estos resultados reflejan el elevado nivel de informalidad que caracteriza a las economías de América Latina, y también un alto nivel de desconfianza en las instituciones estatales “cultura tributaria”, Para lo cual la CEPAL ha estado a favor de reforzar acuerdos tributarios en la región para poner en marcha un ciclo virtuoso de mejores servicios públicos y mejor disposición a pagar impuestos.

Otro factor que explica la debilidad en los ingresos por concepto de impuestos sobre la renta a las personas naturales en la región es causada por varias deficiencias en los códigos tributarios que incluye niveles relativamente altos de gastos exentos y tasas impositivas marginales (tasas bajas de impuestos) que generalmente son más bajas que los países de la OCDE por tanto el decil más alto de la distribución de ingresos en América latina paga una tasa efectiva de impuestos muy baja en comparación con Estados Unidos y Europa, solo 3 países (Argentina, México y Uruguay) tiene tasas efectivas que exceden el 8% para el decil más alto y únicamente México alcanza el 10%.

La CEPAL y Oxfam exhortan a que todos los países y entidades regionales de América latina reforzar los acuerdos fiscales para mejorar la disposición de pagar impuestos y de esta manera mejorar los servicios públicos logrando la justicia social ya que no habrá la misma sin justicia tributaria.

Comprometerse para aumentar la relación de los impuestos y el PIB en cada país para que se acerque a la máxima capacidad tributaria, el 20% en promedio que existe es bueno pero no suficiente, se debe elaborar una hoja de ruta para que todos los países incrementen en un 5% anual pero incrementar los impuestos regresivos (impuestos indirectos)

Llevar a cabo reformas a los códigos tributarios para reequilibrar los impuestos directos e indirectos haciendo que la carga fiscal se traslade al capital, la riqueza, ingresos asociados como los que gravan las transacciones financieras, la riqueza, las herencias y las ganancias del capital.

Dar prioridad a la erradicación de la evasión tributaria mediante el compromiso de lograr una reducción del % en un plazo de 5 años y una reducción del 75% a un plazo de 10 años, crear un plan de acción global agresivo para erradicar el uso de paraísos fiscales.

### **1.1.8. La economía del sector publico**

El concepto de eficiencia en el sentido de Pareto señala que no es posible mejorar el bienestar de ninguna persona sin empeorar el de alguna otra, para juzgar las estructuras tributarias también se utiliza de nuevo este concepto, una estructura tributaria es eficiente en el sentido de Pareto cuando no existe otra que pueda mejorar el bienestar de alguna persona sin empeorar el de otras, si existe otro sistema tributario el actual es ineficiente.

En los sistemas tributarios actuales no existe ningún sistema que no se acople al sentido de Pareto, existen otros sistemas cuando se asignan recursos sin impuestos. No es posible llegar a un nivel de bienestar sin que otro lo tenga que pagar. Se diferencian en la distribución.

El sistema tributario optimo es el conjunto de impuestos que maximiza el bienestar social, cada función social de bienestar genera una estructura tributaria optima, la preocupación por mayor igualdad es una función social de bienestar, pero esto puede implicar que se plantee una estructura tributaria optima progresiva es decir que los ricos soporten una mayor carga de financiación de los bienes públicos.

En los países avanzados tienen desde hace mucho tiempo unas tablas no lineales, en las que los tipos marginales van desde cero hasta valores llegar e inclusive superan el 50% de la utilidad. Las estructuras tributarias no lineales aumentan la complejidad, incentivos y oportunidades para eludir el pago de los impuestos, también pueden reducir el exceso de gravamen relacionado con los objetivos de recaudar impuestos.

El motivo inicial para utilizar impuestos sobre las mercancías fue obligar a los ricos a soportar una carga mayor que la que les correspondería, los impuestos deben o es deseable gravar

a mercancías elásticas con respecto a la renta y al precio, como por ejemplo los perfumes en contraposición de otras mercancías inelásticas con respecto a la renta y al precio como los alimentos este es un análisis denominado de Ramsey que es el que se observa de aplicó para generar el Impuesto a los Consumos especiales (ICE)

## **1.2. Marco Referencial**

### **Teoría No 1**

### **ANÁLISIS DEL IMPUESTO AL CONSUMO DEL SERVICIO DE TELEFONIA CELULAR E INTERNET**

**Estudio Realizado por: Esther Liliana Pallo Tito**

**Tutor: Hugo Cerón**

El autor de la tesis tiene como objeto estudiar el análisis de las empresas de telecomunicaciones sobre el Impuesto al Consumo de telefonía celular e Internet (IEPS).

### **Introducción**

Al analizar la evolución de la recaudación de los impuestos en México en las últimas tres décadas, se observa que aún con los esfuerzos del Gobierno Federal por incrementar la recaudación tributaria en nuestro país, a través de la modernización del sistema fiscal y de las autoridades hacendarias, la realidad es que los niveles de recaudación se mantienen bajos, lo que es evidente al revisar los estudios internacionales comparados sobre el nivel de recaudación

fiscal. Con estos niveles de recaudación, la Hacienda Pública sufre el riesgo de enfrentarse con problemas financieros para solventar sus obligaciones con los ciudadanos.

Los impuestos son la fuente principal de recursos financieros de los gobiernos de los países en todos sus niveles, ya sean federal, estatal o municipal o de cualquiera en que esté constituido un estado. A través del esquema impositivo, como fuente principal de ingresos, los gobiernos se allegan de los recursos económicos necesarios para cumplir con sus obligaciones y a su vez, sus ciudadanos (sujetos pasivos dentro de la relación tributaria), son retribuidos a través de la recepción de bienes públicos como la educación pública y seguridad pública, entre otros. Generalmente, la Constitución de un país establece las bases para la promulgación y aplicación de todas las demás leyes y ordenamientos existentes, entre ellas incluidas las leyes y ordenamientos fiscales. Este principio de constitucionalidad se ha dado a través de las naciones desde la antigüedad, inclusive, previo a la existencia de las formales constituciones, las asambleas medievales surgieron debido a la necesidad de “legislar” en materia fiscal.

El Impuesto Especial sobre el Servicios a las telecomunicaciones que pretende aplicar el gobierno federal tendría un impacto real en el EBITDA de América Móvil de 5 mil 600 millones de pesos en el 2010, según estimaciones de BBVA Bancomer. Este monto representa el 40% de lo que piensa recaudar el gobierno en 2010 por aplicar este gravamen especial a toda la industria. De acuerdo con un análisis de la institución financiera, debido a la naturaleza del mercado de telefonía móvil en México, en donde el 92% de los usuarios son de prepago, América Móvil tendrá que absorber la mayor parte del costo del nuevo impuesto en el corto plazo, aunque un mayor consumo podría amortiguar el impacto en el largo plazo.

### **Marco Jurídico**

El sistema tributario actual tiene su sustento principal en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM). Dicho documento es el máximo ordenamiento legal del País. Establece las bases para la promulgación y aplicación de todas las demás leyes y ordenamientos existentes en la República Mexicana, así como las facultades de los distintos niveles de gobierno y los lineamientos fundamentales sobre tipo de financiamiento bajo el cual el Estado va a guiar su funcionamiento.

## **Impuestos**

- Impuestos directos
- Impuesto Sobre la Renta
- Impuesto Empresarial a Tasa Única
- Impuestos indirectos:
- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto Especial sobre Producción y Servicios

## **Impuesto Especial sobre Producción y Servicios**

El Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), es el impuesto que se paga por la producción y venta o importación de gasolinas, alcoholes, cerveza, tabacos y telefonía e

internet. El **IEPS** es un impuesto indirecto, por tanto, los contribuyentes no lo pagan, lo trasladan o cobran a sus clientes.

### **Cálculo y Recaudación**

Un usuario de prepago que actualmente compre una tarjeta de 100 pesos paga un Impuesto al Valor Agregado (IVA) implícito de 15%, es decir, 13 pesos, por lo que de prosperar el Impuesto al consumo de telefonía, América Móvil tendría que trasladar el 19% del ingreso al gobierno (15% de IVA más 4% de IECT), es decir, 16 pesos.

El ingreso promedio por usuario (ARPU) de prepago es de 87 pesos, pero con la nueva medida fiscal la empresa retendrá solamente 84 pesos, agregó BBVA Bancomer. Esto implica una reducción del ARPU de prepago de 3.4% y si este rubro en postpago, que es 4 veces mayor a la de prepago, cayera sólo un 1.7% como respuesta al aumento de los precios.

En tanto, las menos afectadas serían Telmex Internacional, ya que no tiene operaciones de telefonía en México, y América Móvil pues las operaciones de telefonía en México, sin contar venta de equipos, contribuyen con el 30.3% de los ingresos consolidados.

### **Objetivos**

Conocer la imposición del Impuesto al consumo de telefonía e Internet. Indicar las razones de por qué el gobierno tomó la decisión de aumentar un porcentaje de impuesto a la telefonía e Internet. Indicar el impacto en el usuario y empresas de telefonía e Internet.

**Según el Gobierno.**

El Presidente Felipe Calderón aumentar 4% el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) para ofertas de telecomunicaciones, como telefonía, internet, indica que esto haría más efectiva la estructura tributaria, ya que la mitad del gasto en telecomunicaciones lo realiza 20% de los hogares más ricos.

### **Encuestas**

Con el 4% los impuestos a las telecomunicaciones, en la encuesta revelo, que el 63.1% de los entrevistados usaría menos estos servicios; 17.6% dijo que los seguiría utilizando igual; 16.4% no supo o no contestó, y 2.9% dijo que los usaría más. El teléfono celular es el servicio de telecomunicación que más utilizan los mexicanos, incluso por encima de la telefonía fija. Mientras 56.6% tiene un aparato móvil, sólo 48.6% tiene una línea fija.

La mayoría usa su teléfono para comunicarse con otras personas (94.1%); 93.3% lo utiliza para enviar y recibir mensajes; 61.1% para trabajar; 42.9% para escuchar música; 27.5% para jugar y 11.4% para conectarse a Internet. El Internet por su parte, es un servicio que dijeron tener 18.6% de los encuestados. De ellos, 21.3% dijo usarlo con regularidad. La mayoría lo utiliza para trabajar (40.3%); 25.5% lo usa para tareas y 19.1% para comunicarse con amigos o "chatear"; 8.8% para divertirse y 5.3% para otros usos. 1% no contestó para qué lo utiliza.

### **Conclusión**



El impuesto a las telecomunicaciones provocó reacciones distintas entre los usuarios de teléfono e internet, ya que mientras algunos lamentaron la medida, otros dijeron que "les da igual" En lo que coincidió la mayoría es en que difícilmente lo usarían menos, pues son herramientas necesarias hoy en día.

Con el impuesto a los consumos, las empresas que se dedican a los servicios de telefonía e internet sufrieron cambios en la parte financiera, por el incremento del precio al consumidor. Los impuestos al consumo son uno de los instrumentos de mayor importancia con el que cuenta el Estado para promover el desarrollo económico, sobre todo porque a través de estos se puede asignar el ingreso entre la población, mejorar la eficiencia económica, proteccionistas, y fomento y desarrollo económico.

## **Teoría No 2**

### **IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN EL SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES**

**Estudio Realizado por:** Ángela María Martínez Hincapié,

Sandra Milena Hoyos Bohórquez, Silvia Patiño Montoya

**Tutor:** Norbey de Jesús Vargas Ricardo Asesor

El autor de la tesis tiene como objeto estudiar sobre el Impuesto y comercio en el servicio de Telecomunicaciones.

## **Introducción**

Este trabajo busca realizar un análisis del marco regulatorio de los servicios de telecomunicaciones que permita identificar cuáles son los criterios de distribución y/o asignación de los ingresos derivados de la prestación de estos servicios de que permitan garantizar el cumplimiento de las obligaciones asociadas al Impuesto de Industria y Comercio en Colombia. Para la actividad investigativa se seleccionan los servicios de telefonía local, telefonía de larga distancia nacional e internacional, telefonía móvil celular, servicio de buscapersonas y los servicios de valor agregado, y de las normas aplicables a estos servicios en materia del Impuesto de Industria y Comercio. Teniendo en cuenta las características técnicas y la normatividad vigente se propondrán criterios de distribución y/o asignación territorial de los ingresos percibidos por los operados de estos servicios.

El Impuesto de Industria y Comercio es un tributo de carácter municipal. La gestión y administración de este impuesto por disposición del artículo 287 de la Constitución Política, es competencia exclusiva de los municipios. La Ley 14 de 1983, constituye la ley marco del Impuesto de Industria y Comercio en Colombia, según esta norma, este gravamen se genera por el ejercicio de una actividad industrial, comercial o de servicios en una determinada jurisdicción municipal.

### **Impuesto de Industria y Comercio de la Telefonía Móvil Celular**

De acuerdo con la definición y descripción técnica y legal del servicio de telefonía móvil celular, se concluye, que ésta es una actividad de servicio, en la medida que busca satisfacer las necesidades de la comunidad. Este servicio, al no encontrarse excluido o recaer sobre él algún tipo de exención, se encuentra gravado con el Impuesto de Industria y Comercio, el cual se

liquida sobre el promedio de ingresos obtenidos por cada uno de los operadores que intervienen en la prestación de éste.

Impuesto indirecto que grava al sector telecomunicaciones, está en vigencia rige desde el 01 de Enero del 2013, los responsables del impuesto al consumo al prestador del servicio de telefonía móvil, pagando una tarifa del 4 % del Servicio de telefonía móvil

Este impuesto se causará al momento de:

- La expedición de la cuenta de cobro, ticket de registradora, factura o documento equivalente por parte del responsable al consumidor final
- La nacionalización del bien importado por el consumidor final
- La entrega material del bien, de la prestación del servicio

**Tabla 5**  
*Variables de las teorías de soporte de grado*

Tesis	Análisis del impuesto al consumo del servicio de telefonía celular e internet	Impuesto de industria y comercio en el servicio de telecomunicaciones	Analizar el impacto del incremento del ICE en la economía de las empresas de telecomunicaciones en la ciudad de Quito.
Autor	CPA. Esther Liana Pallo Tito	Ángela María Martínez Hincapié, Sandra Milena Hoyos Bohórquez, Silvia Patiño Montoya	Vinueza Aguilar Irma Alexandra
Programa	TRABAJO PROFESIONAL	Trabajo de grado presentado como	Proyecto de Investigación

CONTINUA 

		requisito para optar al título de Especialista en Gestión Tributaria y Aduanera	
País	México	Colombia	Ecuador
Año	2010-2011	2014	2017
VARIABLES Y SUB VARIABLES	Historia de los Impuestos	Elementos del Impuesto	Impuesto a los Consumos Especiales
	Impacto del Impuesto	Impuesto de Industria y Comercio	Empresas de Telecomunicaciones
	Aplicación del Impuesto		Impacto del Impuesto
	Recaudación del Impuesto		

### 1.3. Marco Legal

#### 1.3.1. Constitución de la República del Ecuador

El Ecuador como cualquier país en el mundo, ha establecidos las leyes que regulan la recaudación tributaria en todo el territorio nacional, disponiendo para ello de leyes, normas, reglamentos y otros instrumentos que le garantice la creación, modificación, y la eliminación total o parcial de tasas, impuestos o tributos a todos los ciudadanos en el país. Partiendo de la Constitución vigente en el Ecuador en su artículo 300 señala:

“Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables” (Asamblea Nacional, 2008, p. 54)

Como lo indica la Constitución de la República, el cobro de todos los impuestos que existieran dentro del territorio nacional deberá estimular un mayor empleo, aumento de la producción tanto de productos como de servicios que sean de caracteres sociales y responsables. Siendo la Constitución de la República, el instrumento legal de mayor peso a nivel del país, no se podrán crear tributos que vayan en contra de lo establecido en ella. En el artículo 301 se indica quienes serán los responsables por la exoneración de estos impuestos, mencionando:

“Art. 301.- Solo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos. Solo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley” (Asamblea Nacional, 2008, p. 55)

Por lo indicado en este artículo de la constitución, se menciona a la función ejecutiva como la proponente para la exoneración de un determinado impuesto, que será aprobado a través de la Asamblea Nacional. Especificando con claridad que solo un órgano competente dentro del estado

podrá realizar esta clase de pedidos y después de la correspondiente documentación se emitirá la aprobación o no de la solicitud.

Para que todas las actividades relacionadas al tema tributario se puedan efectuar de la mejor forma posible, en el año de 1997 nació la entidad que regularía todas estas tareas, denominada como el Servicio de Rentas Internas (SRI), y que desde esa fecha ha tenido cambios importantes no solo en su estructura de gobierno sino también en la aplicación de las normas y reglamentos de todos los impuestos establecidos en el país.

Mencionando además que a partir de la aprobación de la nueva Constitución de la Republica, en el 2008, se han aprobados nuevas leyes, las mismas que han modificado el manejo de la recaudación tributaria tanto en los montos como en el porcentaje obtenido; especialmente para las empresas que operan en el país. Aunque no han existidos cambios tan diferenciados hacia las personas naturales, si se han modificados los valores mínimos para que exista el pago de impuestos de acuerdo a los cambios en el comercio.

### **1.3.2. Servicio de Rentas Internas (SRI)**

Como se ha mencionado, el Servicio de Rentas Internas (SRI), es la entidad que en el Ecuador tiene la responsabilidad de la recaudación de todos los impuestos existen en el territorio nacional. Además, realiza las modificaciones necesarias en cuanto a formas de obtención de los pagos sobre los impuestos generados, según las leyes que se aprueben en los diferentes regímenes democráticos. De acuerdo a los registros históricos de la creación de esta entidad, en la Ley de creación en su artículo primero se estableció:

“Art. 1.- Naturaleza. - Créase el Servicio de Rentas Internas (SRI) como una entidad técnica y autónoma, con personería jurídica, de derecho público, patrimonio y fondos propios, jurisdicción nacional y sede principal en la ciudad de Quito. Su gestión estará sujeta a las disposiciones de esta Ley, del Código Tributario, de la Ley de Régimen Tributario Interno y de las demás leyes y reglamentos que fueren aplicables y su autonomía concierne a los órdenes administrativo, financiero y operativo” (Congreso Nacional , 1997)

Estableciéndose mediante la ley numero 41 por parte del Congreso Nacional de esa época, la creación formal del Servicios de Rentas Internas (SRI), donde además se indica que este ente será una entidad técnica y autónoma. Partiendo de este punto y en esta ley, también se establece las facultades del organismo siendo las siguientes:

“Art. 2.- Facultades.- El Servicio de Rentas Internas (SRI) tendrá las siguientes facultades, atribuciones y obligaciones:

1. Ejecutar la política tributaria aprobada por el Presidente de la República;
2. Efectuar la determinación, recaudación y control de los tributos internos del Estado y de aquellos cuya administración no esté expresamente asignada por Ley a otra autoridad;
3. Preparar estudios respecto de reformas a la legislación tributaria;
4. Conocer y resolver las peticiones, reclamos, recursos y absolver las consultas que se propongan, de conformidad con la Ley;

5. Emitir y anular títulos de crédito, notas de crédito y órdenes de cobro;
6. Imponer sanciones de conformidad con la Ley;
7. Establecer y mantener el sistema estadístico tributario nacional;
8. (Reformado por el Art. 24 del Decreto Ley s/n, R.O. 583-S, 24-XI-2011).- Efectuar la cesión a título oneroso, de la cartera de títulos de crédito en forma total o parcial;
9. Solicitar a los contribuyentes o a quien los represente cualquier tipo de documentación o información vinculada con la determinación de sus obligaciones tributarias o de terceros, así como para la verificación de actos de determinación tributaria, conforme con la Ley; y,
10. Las demás que le asignen las leyes” (Congreso Nacional , 1997)

Quedando establecido en estos dos primeros artículos la naturaleza y las facultades que tendría el Servicio de Rentas Internas (SRI) dentro del país. Desde esa época hasta la actual se ha dado varios cambios, aunque los principios de la entidad no han cambiado, solo existen mejoras que buscan mejorar las condiciones de los ecuatorianos, por ello en el portal web del SRI, se puede observar tanto su visión, misión como los objetivos estratégicos, que señalan:

### **Misión**

Gestionar la política tributaria, en el marco de los principios constitucionales, asegurando la suficiencia recaudatoria destinada al fomento de la cohesión social.

### **Visión**



Ser al 2019, una institución reconocida por su alto grado de innovación y calidad de servicios dirigidos a la ciudadanía, facilitando el cumplimiento tributario con el fin de mejorar la contribución tributaria y reducir la evasión y elusión fiscal.

### **Objetivos Estratégicos**

- Incrementar el cumplimiento voluntario a través de la asistencia y habilitación al ciudadano.
- Incrementar la efectividad en los procesos legales, de control y de cobro.
- Incrementar las capacidades y conocimientos de la ciudadanía acerca de sus deberes y derechos fiscales.
- Incrementar la Eficiencia Operacional en el SRI.
- Incrementar el uso eficiente del presupuesto en el SRI.
- Incrementar el desarrollo del talento humano en el SRI” (SRI, 2016)

Siendo estas las principales metas propuestas por la entidad y que para el año 2019 deberán ser evaluadas con el propósito de verificar hasta donde ha sido su alcance con respecto a los logros que se intentaron alcanzar. Sin duda en el futuro existirán nuevos cambios, sin embargo, se observa al SRI como una entidad que seguirá manteniendo como principal responsabilidad la recaudación de los impuestos en el país.

### **Legislación**

Según se ha establecido en el Ecuador, la normativa que regula los aspectos en el tema tributario fueron el Código Tributario y la Ley de Régimen Tributario Interno hasta antes de la aprobación de las nuevas leyes, entre ellas la nueva constitución del 2008. En cada uno de ellos se establecieron varias normativas que supervisaban, regulaban y controlaban todas las actividades comerciales, generadas por los ciudadanos del país.

A partir de la promulgación de la Ley Reformatoria Para La Equidad Tributaria en el Ecuador en el año 2007 se indica que el código pasará a tener categoría de Ley Orgánica por lo que cualquier cambio dentro de este, prevalecerá sobre cualquier cuerpo de Ley que tenga categoría de General. Además de la creación de nuevos impuestos y la reglamentación respectiva que se incorporaron en la Ley de Régimen Tributario Interno

Adicionalmente, desde el año 2008 se ha incorporados nuevas leyes que de forma directa como indirecta a afectado tanto al código como a las normativas tributarias, siendo las afectaciones principales en el valor de cálculo para el pago del impuesto, pero también, en el mecanismo para la presentación de dichas operaciones registradas por todas las actividades comerciales que se hayan efectuado; otro factor ha sido la creación de nuevos impuestos, la variación en el cálculo del valor a cancelar, como la devolución a sector afectados por diversas circunstancias económicas.

En lo que respecta al Código Tributario, en el cual se establecen varias regulaciones, en su primer artículo se indica el ámbito de aplicación, señalado lo siguiente:

“Art. 1.- Ámbito de aplicación. - Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales,

municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora” (Congreso Nacional, 2005) Por lo señalado dentro del código, se menciona que este regulará cualquier relación en materia tributaria que presenten los sujetos activos y los contribuyentes. Además, aclara que se entenderá como tributo a los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales, ya sea en el territorio nacional, en las provincias, en los municipios o de carácter local dentro de una zona específica.

En lo que respecta a la Ley de Régimen Tributario Interno, esta se encuentra dividida por varios apartados y en cada uno de ellos se menciona un tipo de impuesto, como se genera, cuál es su forma de cálculo y reglamentación adicional que puede ocurrir dentro del impuesto. De forma resumida se establecen los siguientes apartados dentro de esta ley:

- Titulo primero: Impuesto a la Renta
- Titulo segundo: Impuesto al Valor Agregado
- Titulo tercero: Impuesto a los Consumos Especiales
- Titulo sin numeración: Impuestos ambientales
- Titulo cuarto: Régimen Tributario De Las Empresas Petroleras, Mineras Y Turísticas
- Titulo sin numeración: Régimen Impositivo Simplificado
- Titulo quinto: Disposiciones Generales

Siendo estos los actuales apartados que se establecen dentro de la Ley de Régimen Tributario Interno, señalándose que existen actualizaciones al momento que se aprueban nuevas reformas de carácter tributario. En cuanto a las leyes que han generados cambios durante estos últimos años, se indican las siguientes:

- Ley Reformatoria Para La Equidad Tributaria Del Ecuador (2007)
- Ley reformatoria a la ley de régimen tributario interno y a la ley reformatoria para la equidad tributaria del ecuador. (2009)
- Ley De Minería (2015)
- Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones, COPCI (2010)
- Ley Orgánica De Incentivos A Producción
- Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la reconstrucción y reactivación de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril de 2016

Entre las que se pueden mencionar como aquellas leyes que de forma directa ha modificado tanto al código como a la Ley de Régimen Tributario Interno. Existiendo además cambios por la unificación de varios aspectos legales dentro de otros códigos y también por cambios en el cálculo de los valores para el pago de impuestos.

### **1.3.3. Impuestos existentes en el Ecuador**

En la tributación ecuatoriana se encuentran establecidos varios impuestos que deben ser cancelados de acuerdo a las normativas vigentes, existiendo pagos mensuales, semestrales como anuales, cada uno de ellos cuenta con sus respectivos cálculos y con reglas para la exoneración parcial del impuesto. Los tributos que en la actualidad están vigentes en la tributación ecuatoriana son los siguientes:

- Impuesto a la Renta (IR)
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuestos a los consumos especiales (ICE)
- Impuesto ambiental a la contaminación vehicular
- Impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables
- Impuesto a la Salida de Divisas
- Impuesto a las tierras rurales
- Impuesto a las herencias legados y donaciones
- Impuesto a los activos en el exterior

Siendo estos los principales impuestos considerados en la investigación, que se detallarán en los siguientes puntos con un trato especial al ICE, siendo de aporte al trabajo final.

- **Impuesto a la Renta (IR)**

Según se establece en la Ley de Régimen Tributario Interno, este impuesto permite establecer los ingresos obtenidos de forma individual por cada ciudadano en el país, además de las empresas constituidas con fines de lucro. Para comprender de forma más clara este impuesto en su artículo uno de la ley señalada se menciona: “Art. 1.- Objeto del impuesto. - Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley” (Congreso Nacional, 2004)

De acuerdo a lo señalado por este artículo, se considera como parte del impuesto a la renta todos los ingresos generados por las distintas actividades que realicen las personas naturales, las sucesiones indivisas o las sociedades nacionales o extranjeras. Adicional para el cálculo del impuesto también existirán algunas deducciones, como lo señala en su artículo diez, indicando lo siguiente: “Art. 10.- Deducciones. - En general, para determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos” (Congreso Nacional, 2004)

Mediante este artículo se establece cuáles serán las deducciones aplicables en el cálculo final del Impuesto a la Renta, por lo tanto, identificado cuáles son los ingresos y cuales los valores a restar se establece la base imponible; la misma que de acuerdo al artículo once de la Ley de Régimen Tributario Interno señala: “Art. 16.- Base imponible.- En general, la base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos” (Congreso Nacional, 2004)

Obteniendo el valor resultante se podrá realizar el respectivo cálculo para obtener la cantidad exacta que se deberá pagar por concepto de este impuesto. De esto se desprende que las

tarifas a considerarse se dividen en las aplicables para personas naturales, en sucesiones indivisas y para sociedades; estableciendo para cada una de estos tipos el tiempo máximo de pago y las tarifas que deberán cubrir de acuerdo al valor que obtuvieron. En las siguientes Tablas se expone los montos establecidos para el año 2017:

**Tabla 6**

*Impuesto a la renta, personas naturales y sucesiones indivisas*

<b>Año 2017 - En dólares</b>			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	Impuesto fracción excedente
0	11.290	-	<b>0%</b>
11.290	14.390	-	<b>5%</b>
14.390	17.990	155	<b>10%</b>
17.990	21.600	515	<b>12%</b>
21.600	43.190	948	<b>15%</b>
43.190	64.770	4.187	<b>20%</b>
64.770	86.370	8.503	<b>25%</b>
86.370	115.140	13.903	<b>30%</b>
115.140	En adelante	22.534	<b>35%</b>

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas Según NAC-DGERGCG16-00000507

Partiendo de los 11.290 dólares se ha establecido un valor de la fracción básica más un adicional en forma porcentual por el excedente, siendo estos valores válidos para el periodo económico 2017. En el caso de las sociedades, el cálculo de este impuesto es de forma diferente ya que se emplea una única cantidad por sus ingresos totales, el artículo 37 sobre el Impuesto a la Renta para sociedad señala:

Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades. - Los ingresos gravables obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador, así como por las sucursales de

sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas aplicarán la tarifa del 22% sobre su base imponible. No obstante, la tarifa impositiva será del 25% cuando la sociedad tenga accionistas, socios, partícipes, constituyentes, beneficiarios o similares residentes o establecidos en paraísos fiscales o regímenes de menor imposición con una participación directa o indirecta, individual o conjunta, igual o superior al 50% del capital social o de aquel que corresponda a la naturaleza de la sociedad. Cuando la mencionada participación de paraísos fiscales o regímenes de menor imposición sea inferior al 50%, la tarifa de 25% aplicará sobre la proporción de la base imponible que corresponda a dicha participación, de acuerdo a lo indicado en el reglamento. (Congreso Nacional, 2004)

Indicando de forma general que las sociedades en territorio ecuatoriano pagar por concepto de impuesto a la renta el 22% sobre la base imponible. Además, se han establecidos otras consideraciones a las cuales estarán sujetas todas las compañías y que podrían beneficiarse en el pago de este impuesto.

- **Impuesto al valor agregado (IVA)**

Siendo uno de los impuestos de mayor empleo, debido a que su aplicación es de forma inmediata con la adquisición de productos o servicios, presentando algunas consideraciones que contribuyen a un rápido cálculo y teniendo varias normas deductivas que facilitan el pago por parte de los contribuyentes. Según lo ha establecido la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo cincuenta y dos, se menciona:



“Art. 52.- Objeto del impuesto. - Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que 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, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley” (Congreso Nacional, 2004)

Entendiéndose como el valor de las transferencias de dominio en la adquisición de bienes o servicios, y como transferencias según la misma ley todo acto o contrato entre las diferentes formas establecidas para el comercio. La cancelación de este impuesto es de forma mensual, por lo que los contribuyentes deben disponer cada mes el monto establecido como base para ser cancelado. En cuanto a la base imponible en el artículo cincuenta y ocho de la ley se establece lo siguiente:

“Art. 58.- Base imponible general. - La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio” (Congreso Nacional, 2004)

Siendo la cantidad total de cualquier bien o servicio prestado la base imponible para el cálculo del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en lo que respecta a los valores considerados para el cálculo, hasta inicios del año 2016 existen la base del 0% y del 12%. Sin embargo, a partir del

mes de Julio por medio de la aprobación de la “Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la Reconstrucción y Reactivación de las Zonas Afectadas por el Terremoto de 16 de abril de 2016” el IVA en el territorio nacional se estableció de 0% y 14% en las zonas no afectadas, quedando del 0% y 12% para las zonas afectadas por el desastre natural.

A partir del 1 de junio de 2017 la tarifa del IVA regresó al 12%, de acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la Reconstrucción y Reactivación de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril de 2016. La tarifa temporal del 14% de IVA que rigió desde el 1 de junio de 2016 a nivel nacional, excepto en Manabí y Esmeraldas, se aplicó únicamente hasta el 31 de mayo del presente año.

#### • **Impuesto ambiental a la contaminación vehicular**

Este impuesto fue creado con el propósito de establecer una conciencia sobre el uso de los vehículos en el territorio nacional, especialmente con aquellos que emanan grandes cantidades de esmog en la atmosfera. De acuerdo a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno sobre este impuesto se indica: “Art. ... (1). - Objeto Imponible. - Créase el Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular (IACV) que grava la contaminación del ambiente producida por el uso de vehículos motorizados de transporte terrestre” (Congreso Nacional, 2004)

Siendo un impuesto exclusivo a la transportación terrestre en el país, en cuanto al hecho generado la misma ley establece: “Art. ... (2). - Hecho generador. - El hecho generador de este impuesto es la contaminación ambiental producida por los vehículos motorizados de transporte terrestre” (Congreso Nacional, 2004), por lo que se puede mencionar, a una mayor contaminación

un valor mayor será cancelado del impuesto. Las tarifas establecidas en el cálculo de este impuesto se exponen en la siguiente Tabla:

**Tabla 7**

*Valor por cilindra de vehículos terrestres*

<b>No.</b>	<b>Tramo cilindraje -Automóviles y motocicletas</b>	<b>\$ / cc.</b>
1	menor a 1.500 cc	0.00
2	1.501 - 2.000 cc.	0.08
3	2.001 - 2.500 cc.	0.09
4	2.501 - 3.000 cc.	0.11
5	3.001 - 3.500 cc	0.12
6	3.501 - 4.000 cc.	0.24
7	Más de 4.000 cc.	0.35

**Fuente:** Ley de Régimen Tributario Interno

Determinado el nivel de cilindraje que posee el vehículo, inmediatamente se establece el valor de ajuste que corresponde al nivel potencial de contaminación ambiental, para ello se observará la siguiente Tabla:

**Tabla 8**

*Años del vehículo*

<b>No.</b>	<b>Tramo de Antigüedad (años) -Automóviles</b>	<b>Factor</b>
1	menor a 5 años	0%
2	de 5 a 10 años	5%
3	de 11 a 15 años	10%
4	de 16 a 20 años	15%
5	mayor a 20 años	20%
6	Híbridos	-20%

**Fuente:** Ley de Régimen Tributario Interno

Con la identificación de estos dos parámetros y de acuerdo a lo señalado por la ley, el cálculo para determinar el valor a cancelar por concepto del impuesto ambiental a la contaminación vehicular será de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{IACV} = [(b - 1500) t] (1+FA)$$

Dónde:

B = base imponible (cilindraje en centímetros cúbicos)

T = valor de imposición específica

F A = Factor de Ajuste

De esta forma se podrá obtener el monto exacto que se deberá pagar por concepto del impuesto ambiental a la contaminación vehicular. Adicional a estos en la misma ley se menciona que en ningún caso el valor por concepto de este impuesto puede ser mayor al 40% del avalúo correspondiente del vehículo.

#### • **Impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables**

En lo referente al impuesto que se aplica en las botellas plásticas no retornables, aparece con el propósito de disminuir la contaminación ambiental que provoca las botellas plásticas, de acuerdo a lo establecido en la ley, se menciona: “Art. ... (12). - Objeto del Impuesto. - Con la finalidad de disminuir la contaminación ambiental y estimular el proceso de reciclaje, se

establece el Impuesto Ambiental a las Botellas Plásticas no Retornables” (Congreso Nacional, 2004)

La imposición de este impuesto, tiene como propósito una disminución de la contaminación ambiental a través del aumento de los costos a las empresas que tienen el uso de las botellas de plásticos no retornables. Sobre el hecho generador del impuesto en artículo siguiente al objetivo se menciona lo siguiente:

“Art. ... (13). - Hecho generador. - El hecho generador de este impuesto será embotellar bebidas en botellas plásticas no retornables, utilizadas para contener bebidas alcohólicas, no alcohólicas, gaseosas, no gaseosas y agua. En el caso de bebidas importadas, el hecho generador será su desaduanización (Congreso Nacional, 2004)”

Reafirmando que este impuesto será de aplicación a todas las organizaciones en el país que utilicen las botellas de plástico no retornable, sin importar el tipo de contenido que se encuentren en ellas. Para la parte de las tarifas, de acuerdo a lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno se menciona:

Art. ... (14). - Tarifa. - Por cada botella plástica gravada con este impuesto, se aplicará la tarifa de hasta dos centavos de dólar de los Estados Unidos de América del Norte (0,02 USD), valor que se devolverá en su totalidad a quien recolecte, entregue y retorne las botellas, para lo cual se establecerán los respectivos mecanismos tanto para el sector privado como público para su recolección, conforme disponga el respectivo reglamento.

El SRI determinará el valor de la tarifa para cada caso concreto. (Congreso Nacional, 2004)

Quedando dictaminado el valor de 0,02 centavos de dólar a cada botella no retornable utilizada con cualquier contenido, además se menciona que este valor será devuelto a quienes realicen la recolección de estas mismas botellas. Se adiciona que el SRI se la entidad responsable en la determinación de los valores de la tarifa de acuerdo a los casos que se presente y que estén relacionados con este impuesto.

#### • **Impuesto a las herencias legados y donaciones**

Con el fin de realizar una distribución oportuna de la riqueza que adquieran los ciudadanos del Ecuador, en el año 2015 se estableció la “Ley Orgánica para la Redistribución de la riqueza”, siendo su ámbito de aplicación los temas relacionados con las herencias, legados, donaciones y cualquier incremento patrimonial de forma gratuita que llegase a disponer las personas naturales o jurídicas. Dentro de esta ley en su artículo uno señala:

“Artículo... (1). Objeto. - Están gravados con este impuesto los incrementos patrimoniales provenientes de herencias, legados, donaciones, hallazgos y todo tipo de acto o contrato por el cual se adquiera el dominio a título gratuito, de bienes y derechos existentes en el Ecuador, cualquiera que fuere el lugar del fallecimiento, nacionalidad, domicilio o residencia del causante o sus herederos, del donante, legatario o beneficiario.

Grava también la adquisición del dominio de bienes y derechos que tuviere el causante o posea el donante en el exterior a favor de residentes en el Ecuador” (Asamblea Nacional, 2016)

Como lo indica su primer artículo de esta ley, se generará un impuesto a todo incremento patrimonial que provenga de las formas establecidas, sin importar el lugar donde se produzca dicho acontecimiento, mientras los bienes y derechos se encuentren dentro del Ecuador. Por ello se puede mencionar como sujeto del impuesto lo indicado en su artículo tercero que aclara: “Artículo... (3). Sujeto pasivo. - Son sujetos pasivos del impuesto los herederos, legatarios, donatarios, beneficiarios y demás personas naturales o jurídicas que obtengan un incremento patrimonial gravado con este impuesto, sean residentes o no en el Ecuador” (Asamblea Nacional, 2016)

Por lo que se menciona en este artículo, son sujetos pasivos todas las personas naturales o jurídicas que adquieran un incremento patrimonial proveniente de las fuentes indicadas en la “Ley Orgánica para la Redistribución de la riqueza”. Y sobre la base imponible sobre este impuesto en su artículo cinco se menciona que:

“Artículo... (5). Base imponible. - La base imponible está constituida por el valor de los bienes y derechos percibidos por cada heredero, legatario, donatario o beneficiario que incrementen su patrimonio, menos la parte de las deducciones atribuibles a este incremento” (Asamblea Nacional, 2016)

El valor correspondiente sobre el cual se calculará este impuesto, se determina por el valor total de los bienes o derechos adquiridos. Finalmente, mediante resolución del 18 de diciembre del 2016 se actualizaron los valores para el 2017, cuyos montos se indican en la siguiente Tabla:

**Tabla 9**  
*Tarifas impuesto herencias, legados y donaciones*

<b>Fracción Básica</b>	<b>Exceso hasta</b>	<b>Impuesto Básica</b>	<b>Fracción</b>	<b>Impuesto</b>	<b>Fracción Excedente</b>
0	71.970	0		0%	
71.970	143.930	0		5%	
143.930	287.870	3.598		10%	
287.870	431.830	17.992		15%	
431.830	575.780	39.586		20%	
575.780	719.710	68.376		25%	
719.710	863.640	104.359		30%	
863.640	En adelante	147.538		35%	

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas.

#### • **Impuesto a los activos en el exterior**

Mediante inscripción en el registro oficial, con número 497 del 30 de diciembre del año 2008, se inscribió la “Ley Reformatoria a la Ley de Régimen Tributario Interno y a la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador”, a través de esta se da el nacimiento del



impuesto a los activos en el exterior, al igual que la aparición de otros impuestos ya señalados en otros ítems.

De acuerdo a estos cambios presentados en este año, se indica que a partir del artículo 181 de la Ley de Régimen Tributario Interno se coloque el capítulo número IV, donde se detalla lo correspondiente al impuesto mencionado, según estas modificaciones se menciona lo siguiente: “Art. 182.- Establécese el impuesto mensual sobre los fondos disponibles e inversiones que mantengan en el exterior las entidades privadas reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros y las Intendencias del Mercado de Valores de la Superintendencia de Compañías” (Asamblea Nacional, 2008)

A partir de la publicación en el registro oficial del Ecuador, todas las entidades que de acuerdo a la ley se encuentren dentro de las especificaciones que señala en este artículo fueron sujetas a la cancelación de forma mensual de este impuesto, en lo que respecta a la base imponible, en el artículo ciento ochenta y seis se indica:

“Art. 186.- Base Imponible. - Para el cálculo del impuesto se considerará como base imponible el saldo promedio mensual de los fondos disponibles en entidades extranjeras domiciliadas o no en el Ecuador y de inversiones emitidas por emisores domiciliados fuera del territorio nacional que mantengan los sujetos pasivos” (Asamblea Nacional, 2008)

Determinándose como base del impuesto a los activos en el exterior, el saldo promedio mensual de todos los fondos que se localicen en cualquier entidad extranjera sin que su domicilio se encuentre o no en el Ecuador. Se agrega también a las inversiones emitidas por entidades

extranjeras que sean parte de los sujetos pasivos, quienes deben declarar este impuesto; en lo que se refiere a la tarifa determinada en este impuesto, en el artículo ciento ochenta y siete se identifica: “Art. 187.- Tarifa. - La tarifa de este impuesto es del 0.084% mensual sobre la base imponible” (Asamblea Nacional, 2008)

Sin embargo, debido a modificaciones presentada en el transcurso de los años, a través del Decreto Ejecutivo número 1414, publicado en el registro oficial número 877 del 23 de enero del 2013, se presenta el “Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Redistribución de los ingresos para el Gasto Social”, el cual realiza varios cambios a la normativa vigente de ese año; entre los que se destaca la nueva tarifa de este impuesto que se indica en el artículo cinco:

“Art. 5.- Tarifa del impuesto. - La tarifa del impuesto a los activos en el exterior es de 0.25% mensual sobre la base imponible aplicable para los fondos disponibles en entidades extranjeras y de inversiones emitidas por emisores domiciliados fuera del territorio nacional” (Presidencia, 2013)

Pasando de 0.084% a 0.25%, adicionalmente se agrega casos especiales en los cuales se deberá cancelar el 0.35%, de acuerdo al por web del SRI, sobre la tarifa de este impuesto se indica:

“La tarifa de este impuesto es del 0.25% mensual sobre la base imponible. Cuando la tenencia de activos se efectúe por intermedio de subsidiarias, afiliadas u oficinas ubicadas

en paraísos fiscales o territorios de menor imposición, se deberá aplicar a la base imponible correspondiente la tarifa del 0.35% mensual” (SRI, 2016)

Tarifa que en la actualidad se encuentra vigente y que se debe cancelar todos los meses de acuerdo a los números registrados en el Registro Único de Contribuyente (RUC) de acuerdo a la entidad reguladora.

### • **Impuesto a los consumos especiales ICE**

El Impuesto a los consumo especiales o también conocido como ICE, son los diferentes valores que se recargan a determinados grupos de productos y servicios sean estos producidos o importados. Es decir, que a más del valor que tengan como referencias en sus mercaderías las organizaciones, deberán incrementar el pago de este impuesto a sus productos si estos están contemplados en la ley.

De acuerdo a lo que establece la Ley de Régimen Tributario Interno, el objetivo de este impuesto se indica en el artículo setenta y cinco, señalando: “Art. 75.- Objeto del impuesto. - Establécese el impuesto a los consumos especiales ICE, el mismo que se aplicará de los bienes y servicios de procedencia nacional o importados, detallados en el artículo 82 de esta Ley” (Congreso Nacional, 2004), y como base imponible de este impuesto, se menciona en el artículo setenta y seis, indicando:

“Art. 76.- Base imponible. - La base imponible de los productos sujetos al ICE, de producción nacional o bienes importados, se determinará con base en el precio de venta al

público sugerido por el fabricante o importador, menos el IVA y el ICE o con base en los precios referenciales que mediante Resolución establezca anualmente el Director General del Servicio de Rentas Internas. A esta base imponible se aplicarán las tarifas ad-valórem que se establecen en esta Ley. Al 31 de diciembre de cada año o cada vez que se introduzca una modificación al precio, los fabricantes o importadores notificarán al Servicio de Rentas Internas la nueva base imponible y los precios de venta al público sugeridos para los productos elaborados o importados por ellos” (Congreso Nacional, 2004)

Tomando como base para el cálculo respectivo de este impuesto el precio de venta al público del producto o servicio, aunque se pueden considerar también los precios referenciales que se emitan con resoluciones por parte del Director General del Servicio de Rentas Internas de forma anual. Además, se debe aplicar las tarifas ad-valorem que se instauren de acuerdo a la ley, una vez al año o en el momento que se presenten modificaciones al precio.

#### **1.3.4. Hecho Generador**

En lo que respecta al hecho generador, que ayuda con el cálculo del impuesto a cada uno de los productos o servicios afectados, la ley dentro de su artículo setenta y ocho, menciona:

“Art. 78.- Hecho generador. - El hecho generador en el caso de consumos de bienes de producción nacional será la transferencia, a título oneroso o gratuito, efectuada por el fabricante y la prestación del servicio dentro del período respectivo. En el caso del

consumo de mercancías importadas, el hecho generador será su desaduanización”  
(Congreso Nacional, 2004)

Para comprender el hecho generador, este se lo establece para el caso de bienes o servicios nacionales y los de importación. En el primer caso se menciona como cualquier transferencia a título oneroso o gratuito, que lo puede hacer el fabricante o mediante la presentación de servicios; mientras que, en el caso de las importaciones, se aplicará cuando se realice la desaduanización de los bienes.

### **1.3.5. Sujeto del impuesto**

Quienes deberán cumplir con el respectivo cálculo y pago del ICE, de acuerdo como lo indica la ley en su artículo ochenta será:

1. Las personas naturales y sociedades, fabricantes de bienes gravados con este impuesto;
2. Quienes realicen importaciones de bienes gravados por este impuesto; y,
3. Quienes presten servicios gravados.

Y como sujeto activo de este impuesto será el Estado ecuatoriano, en el caso de modificaciones, están las presentarán las entidades correspondientes, de acuerdo a las normas vigentes en lo referente a la legislación tributaria del país.

#### **• Bienes grados**

Como lo menciona la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo número ochenta y dos, los bienes que serán afectados con este impuesto son los que a continuación se presentan, agrupados por grupos de acuerdo a la misma ley, siendo:

### **Grupo uno**

- Productos del tabaco y sucedáneos del tabaco (abarcan los productos preparados totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco y destinados a ser fumados, chupados, inhalados, mascados o utilizados como rapé).
- Perfumes y aguas de tocador
- Videojuegos
- Armas de fuego, armas deportivas y municiones excepto aquellas adquiridas por la fuerza pública
- Focos incandescentes excepto aquellos utilizados como insumos Automotrices. Cocinas, cocinetas, calefones y sistemas de calentamiento de agua, de uso doméstico, que funcionen total o parcialmente mediante la combustión de gas.

### **Grupo dos**

- Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme a criterios establecidos en la ley
- Vehículos motorizados híbridos o eléctricos de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme a criterios establecidos en la ley

- Aviones, avionetas y helicópteros excepto aquellas destinadas al transporte comercial de pasajeros, carga y servicios; motos acuáticas, tricares, Tablanes, yates y barcos de recreo.
- Grupo tres
- Servicios de televisión pagada
- Servicio de telefonía fija y planes que comercialicen únicamente voz, datos y sms del servicio móvil avanzado prestado a sociedades.

#### **Grupo cuatro**

- Las cuotas, membresías, afiliaciones, acciones y similares que cobren a sus miembros y usuarios los Clubes Sociales, para prestar sus servicios, cuyo monto en su conjunto supere los US \$ 1.500 anuales

#### **Grupo cinco**

- Cigarrillos
- Bebidas alcohólicas, incluida la cerveza artesanal
- Cerveza Industrial
- Bebidas gaseosas con contenido de azúcar menor o igual a 25 gramos por litro de bebida. Bebidas energizantes.
- Bebidas no alcohólicas y gaseosas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos por litro de bebida, excepto energizantes

Siendo estos los productos y servicios afectados con el ICE que en la actualidad se han establecidos de acuerdo a las normativas.

### **1.3.6. Tarifas del ICE**

El respectivo cálculo en el ICE, la normativa establece tres formas de imposición a los productos y servicios, indicando en las últimas reformas como un artículo no numerado en el cual se incluye:

“Art. (...).- Formas de Imposición.- Para el caso de bienes y servicios gravados con ICE, se podrán aplicar los siguientes tipos de imposición según lo previsto en la Ley:

1. Específica. - Es aquella en la cual se grava con una tarifa fija a cada unidad de bien transferida por el fabricante nacional o cada unidad de bien importada, independientemente de su valor;
2. Ad valorem. - Es aquella en la que se aplica una tarifa porcentual sobre la base imponible determinada de conformidad con las disposiciones de la presente Ley; y,
3. Mixta. - Es aquella que combina los dos tipos de imposición anteriores sobre un mismo bien o servicio” (Congreso Nacional, 2004)

De acuerdo a este tipo de imposición, y al tipo de grupo que pertenece el producto o servicio las tarifas fijas para el ICE, se presentan en la siguiente Tabla:



**Tabla 10**  
*Tarifas ICE*

<b>GRUPO I</b>	<b>TARIFA AD-VALOREM</b>	
Productos del tabaco y sucedáneos del tabaco (abarcan los productos preparados totalmente o en parte utilizando como materia prima hojas de tabaco y destinados a ser fumados, chupados, inhalados, mascados o utilizados como rapé).	150.00%	
Perfumes y aguas de tocador	20.00%	
Videojuegos	35.00%	
Armas de fuego, armas deportivas y municiones excepto aquellas adquiridas por la fuerza pública	300.00%	
Focos incandescentes excepto aquellos utilizados como insumos Automotrices. Cocinas, cocinetas, calefones y sistemas de calentamiento de agua, de uso doméstico, que funcionen total o parcialmente mediante la combustión de gas.	100.00%	
<b>GRUPO II</b>	<b>TARIFA AD-VALOREM</b>	
1. Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:		

CONTINUA 

Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 20.000	5.00%	
Camionetas, furgonetas, camiones, y vehículos de rescate cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 30.000	5.00%	
Vehículos motorizados, excepto camionetas, furgonetas, camiones y vehículos de rescate, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	10.00%	
Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	15.00%	
Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000 y de hasta USD 50.000	20.00%	
Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 50.000 y de hasta USD 60.000	25.00%	
Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 60.000 y de hasta USD 70.000	30.00%	
Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 70.000	35.00%	
2. Vehículos motorizados híbridos o eléctricos de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:		
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 35.000	2.00%	
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 35.000 y de hasta USD 40.000	8.00%	

**CONTINUA** 

Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000 y de hasta USD 50.000	14.00%	
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 50.000 y de hasta USD 60.000	20.00%	
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 60.000 y de hasta USD 70.000	26.00%	
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 70.000	32.00%	
3. Aviones, avionetas y helicópteros excepto aquellas destinadas al transporte comercial de pasajeros, carga y servicios; motos acuáticas, tricares, Tablanes, yates y barcos de recreo:	15.00%	
<b>GRUPO III</b>	<b>TARIFA AD-VALOREM</b>	
Servicios de televisión pagada	15.00%	
Servicios de casinos, salas de juego (bingo - mecánicos) y otros juegos de azar	35.00%	
Servicio de telefonía fija y planes que comercialicen únicamente voz, datos y sms del servicio móvil avanzado prestado a sociedades	15.00%	
<b>GRUPO IV</b>	<b>TARIFA AD-VALOREM</b>	

CONTINUA 

Las cuotas, membresías, afiliaciones, acciones y similares que cobren a sus miembros y usuarios los Clubes Sociales, para prestar sus servicios, cuyo monto en su conjunto supere los US \$ 1.500 anuales	35.00%	
<b>GRUPO V</b>	<b>TARIFA ESPECÍFICA</b>	<b>TARIFA AD- VALOREM</b>
Cigarrillos	0.16 USD POR UNIDAD	N/A
Bebidas alcohólicas, incluida la cerveza artesanal	7.24 USD POR LITRO DE ALCOHOL PURO	75.00%
Cerveza Industrial	12.00 USD POR LITRO DE ALCOHOL PURO	75.00%
Bebidas gaseosas con contenido de azúcar menor o igual a 25 gramos por litro de bebida. Bebidas energizantes.	10.00%	N/A
Bebidas no alcohólicas y gaseosas con contenido de azúcar mayor a 25 gramos por litro de bebida, excepto energizantes	N/A	0.18 USD por 100 gramos de azúcar

**Fuente:** Servicios de Rentas Internas

### 1.3.7. Exenciones

De los productos señalados como afectados por el ICE, existen algunos usos en los cuales no se aplicará este impuesto, de acuerdo a lo señalado en la Ley de Régimen Tributario Interno, en su artículo setenta y siete estos son:

“Art. 77.- Exenciones.- Estarán exentos del impuesto a los consumos especiales: el alcohol que se destine a la producción farmacéutica; el alcohol que se destine a la producción de perfumes y aguas de tocador; el alcohol, los mostos, jarabes, esencias o concentrados que se destinen a la producción de bebidas alcohólicas; el alcohol, los residuos y subproductos resultantes del proceso industrial o artesanal de la rectificación o destilación del aguardiente o del alcohol, desnaturalizados no aptos para el consumo humano, que como insumos o materia prima, se destinen a la producción; los productos destinados a la exportación; y, los vehículos ortopédicos y no ortopédicos, importados o adquiridos localmente y destinados al traslado y uso de personas con discapacidad, conforme a las disposiciones constantes en la Ley de Discapacidades y la Constitución” (Congreso Nacional, 2004)

Mencionando este artículo, el uso del alcohol para la producción farmacéutica, en los perfumes, la producción de bebidas alcohólicas, entre otros señalados en la ley que no se les aplicara el ICE. En los siguientes apartados del artículo se incluyen las armas de fuego deportivas y las municiones que en éstas se utilicen, las cuales de acuerdo a la normativa deberán cumplir con los requisitos de ley para que no se les aplique el ICE.

### **1.3.8. Declaración y liquidación del ICE**

Sobre la declaración del ICE, en el artículo ochenta y tres de la Ley de Régimen Tributario Interno se menciona: “Art. 83.- Declaración del impuesto. - Los sujetos pasivos del ICE

presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior, en la forma y fechas que se establezcan en el reglamento” (Congreso Nacional, 2004), señalando que se debe efectuar la declaración de forma mensual.

Mientras que para la liquidación de este impuesto en el artículo ochenta y cuatro de la ley indicada se establece: “Art. 84.- Liquidación del impuesto. - Los sujetos pasivos del ICE efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas” (Congreso Nacional, 2004). De forma informativa en el portal web del SRI, se han indicado los días para la presentación del ICE, los cuales se muestran en la siguiente Tabla:

**Tabla 11**

*Días declaración del ICE*

Si el noveno dígito es:	Fecha de vencimiento (hasta el día)
1	10 del mes siguiente
2	12 del mes siguiente
3	14 del mes siguiente
4	16 del mes siguiente
5	18 del mes siguiente
6	20 del mes siguiente
7	22 del mes siguiente
8	24 del mes siguiente
9	26 del mes siguiente
0	28 del mes siguiente

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

### 1.3.9. Destino del impuesto

Como todo cobro debe reflejar un propósito por el cual se realiza su recaudación, por ello de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo ochenta y nueve se indica el destino del ICE, mencionando:

“Art. 89.- Destino del impuesto. - El producto del impuesto a los consumos especiales se depositará en la respectiva cuenta del Servicio de Rentas Internas que, para el efecto, se abrirá en el Banco Central del Ecuador. Luego de efectuados los respectivos registros contables, los valores pertinentes serán transferidos, en el plazo máximo de 24 horas a la Cuenta Corriente Única del Tesoro Nacional” (Congreso Nacional, 2004)

Todos los montos del ICE, estarán en las cuentas corrientes única del Tesoro Nacional, y desde allí se establecerán los destinos y sus usos que tendrán dichos recaudaciones en beneficio de la colectividad.

### **1.3.10. Impuestos a las empresas de telecomunicaciones**

Las empresas de telecomunicaciones en el Ecuador, estaban reguladas por varias normativas y leyes antes del año 2015, siendo las principales, la Ley Especial de Telecomunicaciones, la Ley de Radiodifusión y Televisión junto a sus respectivos reglamentos para cada ley, además de otras disposiciones, ordenanzas, que hasta la fecha indicada habrían actualizado, modificado, creado y eliminado normativas en las leyes principales.

A partir de la fecha indicada se establece la “Ley Orgánica de las Telecomunicaciones”, por la cual quedan derogadas todas las leyes anteriores y cualquier reglamento u ordenanza que se

relacione a las telecomunicaciones. De esta forma también nace la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), y con ellos una serie de cambios para las empresas que prestan este tipo de servicios. De acuerdo a lo señalado en esta Ley Orgánica de las Telecomunicaciones su objeto es:

“Artículo 1.- Objeto. Esta Ley tiene por objeto desarrollar, el régimen general de telecomunicaciones y del espectro radioeléctrico como sectores estratégicos del Estado que comprende las potestades de administración, regulación, control y gestión en todo el territorio nacional, bajo los principios y derechos constitucionalmente establecidos”  
(Asamblea Nacional, 2015)

Dado énfasis sobre el régimen general de las telecomunicaciones, y a la vez que se lo considera como sectores estratégicos para el Estado ecuatoriano. También se menciona que es responsabilidad del estado, la administración, regulación, control y la gestión en todo el territorio nacional, de esta manera la ley señalada, pasa a ser la principal normativa en materia sobre los servicios de telecomunicaciones en el país.

En lo que respecta a su ámbito de aplicación, de acuerdo a lo mencionado en la ley en su artículo segundo se establece:

“Artículo 2.- Ámbito. La presente Ley se aplicará a todas las actividades de establecimiento, instalación y explotación de redes, uso y explotación del espectro radioeléctrico, servicios de telecomunicaciones y a todas aquellas personas naturales o



jurídicas que realicen tales actividades a fin de garantizar el cumplimiento de los derechos y deberes de los prestadores de servicios y usuarios.

Las redes e infraestructura usadas para la prestación de servicios de radiodifusión sonora y televisiva y las redes e infraestructura de los sistemas de audio y vídeo por suscripción, están sometidas a lo establecido en la presente Ley. No corresponde al objeto y ámbito de esta Ley, la regulación de contenidos” (Asamblea Nacional, 2015)

Como se puede observar en este artículo se indica a quienes se les aplicará la ley y porque servicios son afectados, otras características y definiciones relacionadas con el tema de las telecomunicaciones se encuentran dentro de la misma ley. Por estos cambios las empresas relacionadas, en algunos aspectos realizaron modificaciones a sus operaciones como a la presentación de servicios, que incluyeron el establecimiento de nuevos precios para los consumidores finales.

- **Entidades reguladoras para el sector de telecomunicaciones**

Establecida la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, se instituyen las normativas de regulación y con ella la creación de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), además la existencia del Ministerio de Telecomunicaciones, siendo los órganos de control, supervisión y regulación para las entidades relacionados con el sector.

En lo que respecta al Ministerio de Telecomunicaciones, en su portal web, sobre la misión y visión que se tiene este ministerio se establecen:

**Misión:**

Ser el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador, que incluyen las telecomunicaciones y el espectro radioeléctrico, que emite políticas, planes generales y realiza el seguimiento y evaluación de su implementación, coordinando acciones con los actores de los sectores estratégicos para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el avance hacia la sociedad de la información para el buen vivir de la población ecuatoriana.

**Visión:**

Constituirse en la entidad, referente de la gestión pública, que lidere y gobierne todos los procesos necesarios para que los ciudadanos accedan y generen información y conocimiento, mediante el uso efectivo de las tecnologías de la información y comunicación integrados activamente al proceso de desarrollo social y solidario del Ecuador” (Ministerio de Telecomunicaciones, 2016)

Mientras que el portal web de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones señala como misión y visión de esta entidad:

**Misión:**

Regular el uso del espectro radioeléctrico y los servicios de telecomunicaciones con la finalidad de garantizar el derecho de acceso a servicios de calidad, convergentes, con precios y tarifas equitativas; gestionar los recursos inherentes a las telecomunicaciones

mediante su asignación transparente, equitativa, eficiente y ambientalmente sostenible; controlar el uso del espectro radioeléctrico, y la prestación de servicios de telecomunicaciones con calidad, universalidad, accesibilidad, continuidad, seguridad en las comunicaciones y protección de datos personales.

Visión:

Ser la Institución que garantice la gestión y desarrollo soberano y efectivo del régimen general de las telecomunicaciones y del espectro radioeléctrico, a través de la administración, regulación y control de las telecomunicaciones como sector estratégico, que contribuya al buen vivir” (ARCOTEL, 2016)

De acuerdo a estas directrices las entidades apoyaran las mejoras necesarias que se puedan realizar en el área de las telecomunicaciones, siempre que se mantenga dentro del marco legal que rigen las actividades de las empresas relacionadas con el sector.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2.1 Enfoque de Investigación**

Para la realización de la presente investigación, se identificaron enfoques que contribuyan con el desarrollo de este trabajo investigativo, debido a su naturaleza, propósito y los enfoques escogidos fueron:

- Enfoque cuantitativo
- Enfoque cualitativo

##### **2.1.1 Enfoque Cuantitativo**

El análisis cuantitativo es el enfoque científico para la toma de decisiones administrativas. Los caprichos, emociones y conjeturas no forman parte de él. El enfoque comienza con los datos. Como se trata a la materia prima en una fábrica, los datos son manipulados o transformados en información valiosa para las personas que toman las decisiones. (Escamilla , 2006, p. 2)

Indicando que lo principal será la información o datos que se obtengan durante el proceso investigativo y con ellos procesar obteniendo las indagaciones que respalden a las conclusiones que se lleguen.

### **2.1.2 Enfoque Cualitativo**

La primera razón que damos para explicar el volumen de trabajo que genera la metodología cualitativa es la longevidad de sus resultados. La investigación que se realiza con esta metodología se beneficia de una permanencia relativamente grande en el tiempo. (Baez & Tudela, 2009, p. 24)

Las impresiones ofrecidas por el enfoque cualitativo quedan en el tiempo, por lo que se pueden verificar aun después de que la presentación de nuevos resultados.

### **2.1.3 Enfoque de Investigación Mixto**

Siendo un tipo de investigación mixto al emplear el análisis tanto cualitativo como cuantitativo para la obtención de los resultados que respalde todos los resultados obtenidos en el trabajo final.

## **2.2 Tipología de investigación**

En lo referente a la tipología de investigación, se estableció la causa efecto, siendo en principio identificar las diferentes causas de cambios con un aumento del impuesto en las empresas de telecomunicaciones, seguido de los efectos positivos o negativos posibles en este escenario. Además permite tener una visión amplia de los hechos más relevantes en cambios o incrementos de servicios y productos del sector de las telecomunicaciones.

### **2.2.1 Por su finalidad Aplicada**

En lo referente a la tipología de investigación, se estableció al descriptivo, el cual ayuda con una especificación de características de un evento en particular, principales impactos o posibles consecuencias que dicho suceso provoque. Presentando el respectivo detalle tanto cualitativo como cuantitativo, con los respectivos argumentos que justifiquen la información que se presente en el trabajo investigativo.

### **2.2.2 Por las fuentes de información**

Como fuentes de información, se identificaron a las fuentes primarias, entre las que se pueden señalar la observación directa, entrevistas con especialista, y encuestas. Con todos estos datos se podrá efectuara el análisis, y la respectiva conclusión del trabajo investigativo, así como datos relevantes que se puedan emplear en investigación posteriores o como referencias de trabajos similares.

### **2.2.3 Por las unidades de análisis Insitu**

Las unidades de análisis, serán los valores recaudados del Impuesto a los Consumos Especiales dentro del sector de las telecomunicaciones, a las empresas que se encuentren registran en la ciudad de Quito. Identificándose como periodo de análisis los años 2015 y 2016,

en los cuales se efectuara distintos estudio posibles de efectos positivos como negativos en las empresas del sector.

#### **2.2.4 Por el control de las variables No experimental**

Siendo la información recaudada de los impuestos a los consumos especiales en el sector de las telecomunicaciones el principal insumo de la investigación, el control recaerá dentro del análisis del impacto que provocare una nueva tasa dentro del sector; por ello esta será la parte principal de la investigación.

#### **2.2.5 Por el alcance Descriptivo**

La investigación estará limitada al sector de las telecomunicaciones y a las empresas que se encuentren registradas dentro de la ciudad de Quito, este alcance será posible al contemplar los datos del pago de ICE que durante los años 2015 y 2016 efectuaron las organizaciones del sector.

### **2.3 Hipótesis**

Las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a maneras de proposiciones. (Sampieri, Collado, & Lucio, 1996, pág. 76)

Existen algunas clasificaciones de las hipótesis entre las que se destacan y se utilizaran en presente trabajo de investigación, las siguientes:

- Hipótesis descriptivas.- Son aquellas que describen la presencia o ausencia de ciertos fenómenos en un conjunto de información denominada población.
- Hipótesis estadísticas.- Corresponde a un supuesto que se desea investigar acerca de uno o varios parámetros en la población que necesariamente deben ser verificados. Se pueden señalar de dos tipos: Nula o Alterna

Para el presente trabajo de investigación la hipótesis planteada es:

Existe un impacto negativo por el incremento del ICE lo cual incide en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito

## **2.4 Procedimiento para recolección y análisis de datos**

Para el presente trabajo investigativo se ha considerado como procedimiento de recolección de información a la herramienta denominada encuesta y el análisis por medio del uso de las adecuadas estadísticas.

### **2.4.1 Encuestas**

La encuesta es un instrumento de captura de la información estructurado, lo que puede influir en la información recogida y no puede/debe utilizarse más que en determinadas situaciones en las que la información que se quiere capturar está estructurada en la población objeto de estudio. (Martin, 2011, p. 14)



Indicando que este instrumento otorga información estructura en cualquier investigación y por lo tanto se debe escoger adecuadamente los aspectos a indagar en cualquier estudio, el autor además señala como proceso general los siguientes pasos en la elaboración de una encuesta:

1. Planteamiento/diseño del cuestionario
2. Selección de la muestra
3. Desarrollo del trabajo de campo
4. Preparación de la información/datos
5. Análisis de la calidad de la información

#### **2.4.2 Base de datos**

Se empleará la técnica utilizada para la recolección de información denominada Bases de Datos, mismas que aporta información que se encuentran en diferentes repositorios de entidades privadas y públicas.

Se considerará en es este punto la información revelada en las páginas web de las entidades de control como son la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros así como el Servicio de Rentas Internas.

#### **2.4.3 Universo o Población**

Población. Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el

conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados. (Tomas, 2009, p. 21)

Con el fin de identificar un número aproximado de empresas que se encuentran vinculadas al sector de las telecomunicaciones, se observó los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Esta entidad como mejora de sus servicios mantiene una clasificación de acuerdo a las actividades desempeñadas por cada una de las empresas existentes en el país.

Esta clasificación de las empresas permitió identificar una cantidad aproximada de organizaciones en el sector de las telecomunicaciones registradas en el cantón Quito, dicha división establecida es:

1. Actividades Económicas
  - b) Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
  - c) Explotación de minas y canteras
  - d) Industrias manufactureras
  - e) Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
  - f) Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento
  - g) Construcción
  - h) Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y bicicletas
  - i) Transporte y almacenamiento
  - j) Actividades de alojamiento y de servicio de comidas

k) Información y comunicación

2. Actividades de publicación
3. Actividades de producción de películas cinematográficas...
4. Actividades de programación y transmisión
5. Telecomunicaciones
6. Programación informática, consultoría de informática y actividades conexas
7. Actividades de servicios de información

Se colocaron hasta las de tipo J, porque es la actividad económica donde se encuentran las empresas investigadas, observándose en este literal que para las tareas de telecomunicaciones correspondería el numeral 4 identificado como J61. Dentro de esta clasificación J61 se podrán observar cuatro principales actividades que desarrollan las organizaciones siendo las siguientes:

- Telecomunicaciones (J61)
  1. Actividades de telecomunicaciones alámbricas (J611)
  2. Actividades de telecomunicaciones inalámbricas (J612)
  3. Actividades de telecomunicaciones por satélite (J613)
  4. Otras actividades de telecomunicaciones (J619)

En base a esta clasificación, se investigó el total de empresas relacionadas con el sector, determinándose que en el país existen de acuerdo a los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, un total de 2,122 empresas vinculadas con las actividades económicas de telecomunicaciones. Siendo esta cifra la base para identificar cuantas de ellas se

encuentran establecidas en el cantón Quito, con el propósito de efectuar las indagaciones correspondientes al trabajo investigativo.

De acuerdo a los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, del total de empresas en la clasificación de telecomunicaciones en la provincia de Pichincha se encuentran establecidas 857 entidades. De ellas han establecido sus operaciones dentro del cantón Quito un total de 841 organizaciones, pero por diversas situaciones existen varias de estas con problemas de tipo legal; por lo que según los registros de la superintendencia de compañías de forma activa se encontrarían 515 empresas en el cantón Quito.

Ubicando a estas 515 entidades con la clasificación que se menciona sobre el tipo de servicios en las telecomunicaciones serían: 192 para las actividades de telecomunicaciones alámbricas (J611); 114 en las actividades de telecomunicaciones inalámbricas (J612); 27 por las actividades de telecomunicaciones por satélite (J613); y 182 en las otras actividades de telecomunicaciones (J619). En la siguiente Tabla se expone de forma resumida el número de empresas vinculadas con las actividades económicas de telecomunicaciones a nivel país, para el cantón Quito y de acuerdo al tipo de servicios:

**Tabla 12**  
*Empresas Sector Telecomunicaciones.*

<b>Actividades Económicas Telecomunicaciones (J61)</b>	<b>Número de empresas</b>
Empresas en Ecuador	2.122
Empresas en Pichincha	857
Empresas en el Cantón Quito	841
<b>Empresas en el Cantón Quito (Activas)</b>	<b>515</b>

CONTINUA 

1. Actividades de telecomunicaciones alámbricas (J611)	192
2. Actividades de telecomunicaciones inalámbricas (J612)	114
3. Actividades de telecomunicaciones por satélite (J613)	27
4. Otras actividades de telecomunicaciones (J619)	182

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Identificándose un total de 515 empresas activas relacionadas con las actividades económicas en telecomunicaciones, agregando que dentro de este grupo se encuentran prestadores de servicios, mantenimiento, y también las que desempeñan solo los servicios de construcción de infraestructuras para otras organizaciones por pedidos especiales o bajo contratos determinados.

Como se ha indicado, dentro del Cantón Quito se encuentran, de acuerdo a los registros de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, un total de 515 empresas vinculadas a las telecomunicaciones, pero en lo que respecta al pago del ICE exclusivo de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, pagarán este impuesto las siguientes entidades relacionadas:

- Servicios de televisión pagada
- Servicios de telefonía fija y planes que comercialicen únicamente voz, o en conjunto voz, datos y sms del servicio móvil avanzado prestado a sociedades

Realizando la correspondiente clasificación de las 515 empresas en el cantón Quito, que pagan este impuesto por los servicios señalados en la ley, y de acuerdo a los registros de la superintendencia de compañías se identificaron a las siguientes entidades de acuerdo a las actividades desempeñadas:

**Tabla 13***Empresas del sector de telecomunicaciones.*

Actividades Económicas	Número de empresas
Actividades de operación en sistemas de distribución por cable (por ejemplo, para la distribución de datos y señales de televisión). (J6110.02)	34
Operación, mantenimiento o facilitación del acceso a servicios de transmisión de voz, datos, texto, sonido y vídeo utilizando una infraestructura de telecomunicaciones inalámbricas. Incluye las actividades de mantenimiento y explotación de redes de radio búsqueda y de telefonía móvil y otras redes de telecomunicaciones inalámbricas. (J6120.01)	72

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Las empresas que resultaron afectadas en la variación en la normativa al Impuesto a los Consumos especiales se identificadas un total de 11 empresas que pagan el ICE por concepto de servicios en telecomunicaciones prestados a los habitantes del cantón Quito, según lo establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

**Tabla 14***Listado de empresas de telecomunicaciones*

RUC	Compañía
1792244501001	MOVILWAY ECUADOR S.A.
1791256115001	OTECCEL S.A.
1792646766001	TIWS ECUADOR II S.A.

**CONTINUA**

1792642949001	INFOBIPTELCOM S.A.
1792587077001	TELMOVI S.A.
1792201853001	CONTACT BUSINESS SOLUTIONS ASOCIADOS CIA. LTDA.
1792028914001	SISTEMAS REDES Y TELECOMUNICACIONES HARDCOM S.A.
1791978234001	TECNOLOGIA DE PROXIMA GENERACION NGT S.A.
1792589290001	COLUMBUSNETWORKS DE ECUADOR S.A.
1792255007001	XPERTDISTRITEL C.A
1792621321001	BORAUS COMUNICACIONES BORAUSCOM CIA.LTDA.

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

## 2.5 Matriz de operacionalización de variables

Para elaborar la presente investigación se ha desarrollado una Matriz de Operacionalización de Variables, detallada a continuación:

OBJETIVOS	VARIABLE	SUB-VARIABLE	TIPO DE INFORMACION	FUENTE DE INFORMACION	TENICA O INSTRUMENTO
1. Impacto	1.1. Impactos en las empresas	1.1.1. Costos en personal para actualizar el nuevo sistema	Primaria (Fuente directa)	Departamento Financiero	Encuesta
		1.1.2. Costos del software del nuevo sistema			
		1.1.3. Sobre la liquidez corriente	Primaria (Fuente directa)	Exploratoria	Análisis documental
		1.1.4. Sobre el apalancamiento financiero			
		1.1.5. Variación en indicadores ROE, ROA			
		1.1.6. Razón de deuda y activos totales			
	1.2. Preparación para la contingencia	1.2.1. Nivel de complejidad del nuevo sistema	Primaria (Fuente directa)	Departamento Financiero	Encuesta
		1.2.2. Grado conocimiento de la normativa vigente			

CONTINUA 



<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>SUB-VARIABLE</b>	<b>TIPO DE INFORMACION</b>	<b>FUENTE DE INFORMACION</b>	<b>TENICA O INSTRUMENTO</b>
2. Economía	2.1. Afectación a los clientes	2.1.1. Número de clientes	Primaria (Fuente directa)	Departamento Financiero	Encuesta
		2.1.2. Precio de venta al público			
		2.1.3. Afectación a las ventas			
	2.2. Afectación a la rentabilidad	2.2.1. Percepción de liquidez de las empresas	Primaria (Fuente directa)	Departamento Financiero	Encuesta
		2.2.2. Costo de ventas			
		2.2.3. Afectación al Margen bruto			
		2.2.4. Relación entre la utilidad y el ingreso			
	2.3. Costos adicionales	2.3.1. Nivel de afectación a la empresa	Primaria (Fuente directa)	Departamento Financiero	Encuesta
		2.3.2. Costo de capacitación del personal			

## **2.6 Instrumentos**

### **2.6.1 Instrumento de recolección de información**

Para esta investigación como instrumento de recopilación de datos se utilizará una encuesta, la misma que se realizara a las 11 empresas.

## **2.7 Plan de recopilación de datos**

### **2.7.1 Reproducción de instrumentos de recolección**

La reproducción de instrumentos de recopilación de datos se la realizará en primera instancia de una manera digital y telefónica a cada una de las empresas de telecomunicaciones, para lo cual ya se cuenta con la información necesaria obtenida del portal de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

## 2.7.2 Datos de ubicación de las fuentes de información

**Tabla 15**

*Información de las empresas de telecomunicaciones*

RUC	Compañía	Calle	Número	Intercepción	Teléfono	Email
1792244501001	MOVILWAY ECUADOR S.A.	JOSE MANUEL ARIZAGA	E3-37	JORGE DROM	3945242	cvargas@movilway.com
1791256115001	OTECEL S.A.	AV. REPUBLICA	E7-16	LA PRADERA	2227700	blancaisabel.egas@telefonica.com
1792646766001	TIWS ECUADOR II S.A.	AV. MARIANA DE JESUS	C78	PRADERA	2548399	drosas@legalecuador.com
1792642949001	INFOBIPTELCOM S.A.	AV. REPÚBLICA	OE3-30	IGNACIO SAN MARÍA	2922885	ilara@rbecuador.com
1792587077001	TELMOVI S.A.	LA SIRIA	E8-118	PASAJE LOS SAUCES	022191096	chiocbs@hotmail.com
1792201853001	CONTACT BUSINESS SOLUTIONS ASOCIADOS CIA.	SAN FERNANDO DE GUAMANI	S56-52	OE4-C	023984200	doviedo@cbs-ec.com

CONTINUA 

	LTDA.	PRINCIPAL				
1792028914001	SISTEMAS REDES Y TELECOMUNICACIONES HARDCOM S.A.	PASAJE AMAZONAS	N51-31	Río Arajuno	3301928	contabilidad@hardcom. ec
1791978234001	TECNOLOGIA DE PROXIMA GENERACION NGT S.A.	ACUÑA	OE3-238	AV. AMERICA	022554021	rafael.barba@gmail.co m
1792589290001	COLUMBUSNETWORKS DE ECUADOR S.A.	CALLE DEL ESTABLO	S/N	CALLE E	23982900	aacosta@pazhorowitz.c om
1792255007001	XPERTDISTRITEL C.A	CALLE EL ESTABLO	LOCAL 8	URB. EL CEBOLLAR	22041264	xperto.netca@yahoo.co m
1792621321001	BORAUS COMUNICACIONES BORAUSCOM CIA.LTDA.	MARTIN OCHOA	N60-204	FLAVIO ALFARO	022597509	escalanteg@yahoo.com .mx

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, Valores y Seguro

### 2.7.3 Calendario de recopilación de información

**Tabla 16**

*Cronograma de Recolección de Datos*

CRONOGRAMA DE RECOLECCION DE DATOS																								
MES	SEPTIEMBRE																							
ACTIVIDAD	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Investigar Base de Datos, email y pagina web	■	■	■	■	■	■																		
Aplicación del Instrumento (envió de encuestas)							■	■	■															
Recolección de Información (Contestación de la Encuesta)										■	■	■	■	■										
Procesamiento de la Información																■	■	■	■					
Revisión y Análisis																				■	■	■	■	■

## 2.8 Plan de Procesamiento de datos

### 2.8.1 Software

De acuerdo a la información recolectada, el software que se utilizó para procesar los datos de la encuesta fue el Programa Estadístico SPSS 23, que ayudó con la tabulación o Tablas según procesos y presentación de datos.

### 2.8.2 Sistema de Codificación

De acuerdo a la información recolectada se procesó de una manera organizada de acuerdo a las empresas de telecomunicaciones.

Se codificara de la siguiente manera:

Pregunta	Opción	Frecuencia	Porcentaje
1.1	A	5	45%
	B	4	36%
	C	2	18%
TOTAL		11	100%

### 2.8.3 Ingreso de Información al Sistema

La información será ingresada:

- Revisión crítica de la información recolectada.
- Tabulación y Tablas según procesos.
- Estudio estadístico de los datos para presentación de resultados.

## 2.9 Reporte de Procesamiento

La presente investigación se utilizara la Estadística Descriptiva

### **2.10 Plan de análisis e interpretación de datos**

En la última fase de la investigación de detallan varios aspectos.

- Se determina la correlación entre variables del objetivo general y luego de los objetivos específicos.
- Realizar el análisis de datos mediante Tablas y gráficos estadísticos de acuerdo con las necesidades de la investigación
- Interpretar los resultados de la correlación entre variables, teniendo en cuenta que se utilizó el método de Chi Cuadrado con un nivel de error del 5%
- Comprobación de las hipótesis mediante métodos estadísticos.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS

#### 3.1. Presentación de resultados y análisis

Luego de aplicar el instrumento para la recolección de información de las 11 empresas de telecomunicaciones, quienes serían las afectadas por la medida económica se han obtenido sus respuestas y se presentan a continuación los resultados, los datos fueron procesados en el programa informático estadístico SPSS 23

#### 1.1 ¿Cuál es el grado de conocimiento de la normativa vigente para el registro tributario referente al nuevo Impuesto de los Consumos Especiales a las empresas de telecomunicaciones?

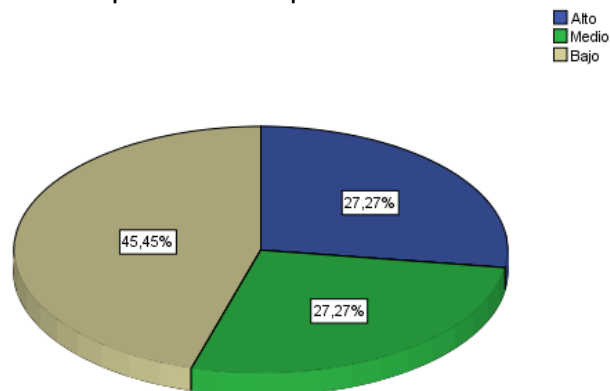
**Tabla 17**

*Grado de conocimiento de la normativa vigente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	3	27,3	27,3	27,3
	Medio	3	27,3	27,3	54,5
	Bajo	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	



¿Cuál es el grado de conocimiento de la normativa vigente para el registro tributario referente al nuevo Impuesto de los Consumos Especiales a las empresas de telecomunicaciones?



*Figura 1* Grado de conocimiento de la normativa vigente

#### **Análisis:**

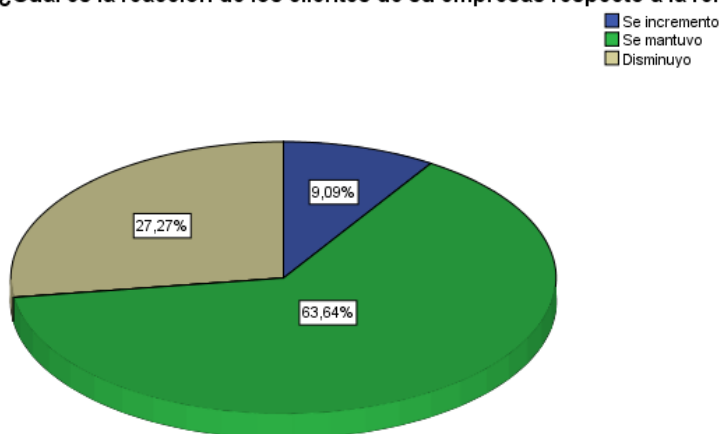
En la gráfica se observa los niveles de conocimiento que las empresas afectadas tuvieron con la aparición del nuevo impuesto, esto debido a que los efectos son significativos especialmente por los valores que se deben cancelar, teniendo un 45.5% de las organizaciones con un conocimiento bajo, mientras que el 27.3% fue de alto y el 27.3% medio.

**1.2 ¿Con la reforma sobre el ICE en las empresas de Telecomunicaciones como reaccionó en el sector en el que opera, el número de los clientes en la empresa?**

**Tabla 18***Afectación al número de clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se incremento	1	9,1	9,1	9,1
	Se mantuvo	7	63,6	63,6	72,7
	Disminuyo	3	27,3	27,3	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

"¿Cual es la reacción de los clientes de su empresas respecto a la reforma?"

**Figura 2** Afectación al número de clientes**Análisis:**

Los resultados sobre el comportamiento de los clientes por el cambio obligatorio al incorporarse un nuevo impuesto en las telecomunicación, las empresas prestadoras de este servicio y según la gráfica en un 63.6% mantuvieron a los mismos clientes.

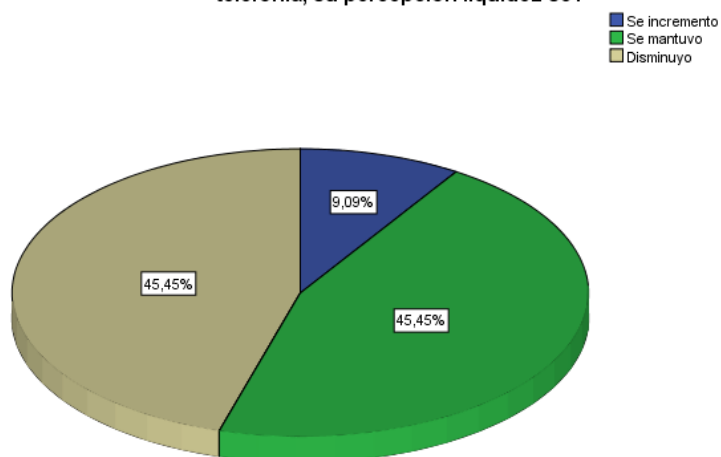
**1.2 ¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, su percepción liquidez se?**

**Tabla 19**

*Afectación a la liquidez de las empresas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se incremento	1	9,1	9,1	9,1
	Se mantuvo	5	45,5	45,5	54,5
	Disminuyo	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, su percepción liquidez se?



**Figura 3** Afectación a la liquidez de las empresas

**Análisis:**

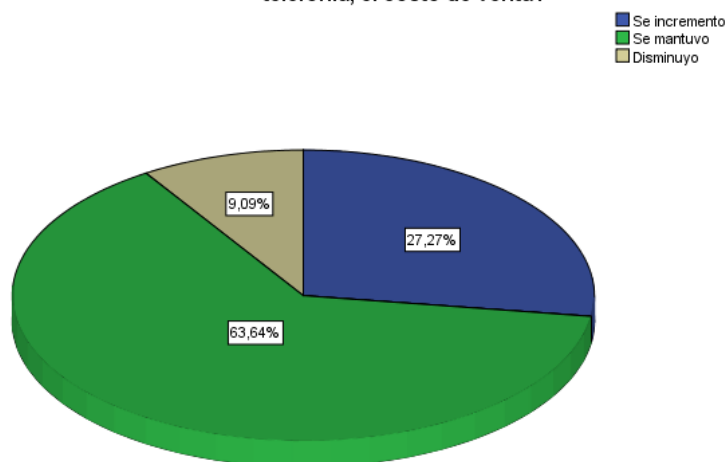
Con respecto a cambios más significativos para las operaciones de las empresas, en especial sobre la liquidez de ellas, se muestra en la gráfica que con la incorporación del nuevo impuesto este se mantuvo para el 45.5%, mientras que las opiniones del 45.5% el factor liquidez se disminuyó considerablemente.

#### 1.4 ¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, el costo de venta?

**Tabla 20**  
*Afectación al costo de ventas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se incremento	3	27,3	27,3	27,3
	Se mantuvo	7	63,6	63,6	90,9
	Disminuyo	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, el costo de venta?



*Figura 4* Afectación al costo de ventas

#### **Análisis:**

La relación del costo de venta en las empresas de telecomunicaciones se observó también afectada con la cancelación de este nuevo impuesto, según el 63.6% de las empresas consultadas este rubro se mantuvo, mientras que el 27.3% aseguro que este se incrementó.

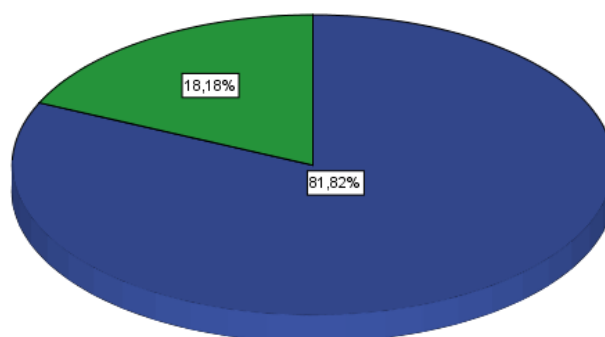
**1.5 ¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?**

**Tabla 21***Variaciones en los precios de venta al público*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se incremento	9	81,8	81,8	81,8
	Se mantuvo	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?

■ Se incremento  
■ Se mantuvo

**Figura 5** Variaciones en los precios de venta al público**Análisis:**

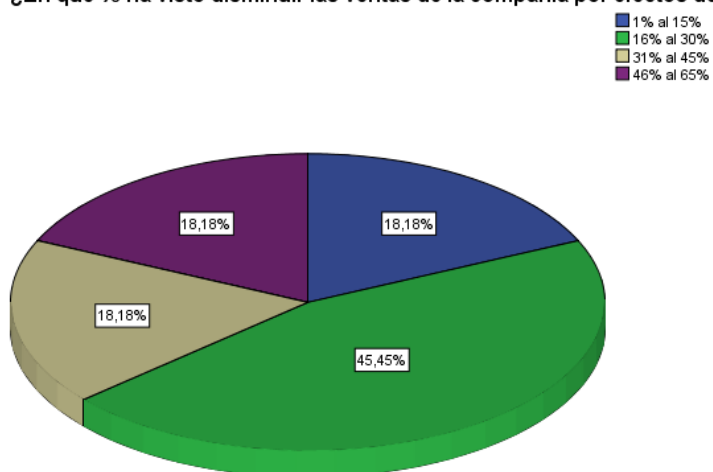
El precio ofrecido al público tuvo variaciones con la nueva normativa para los servicios de telefonía, observando que el 81.8%, siendo 9 respuestas, las que afirmaron que este fue incrementando, aunque el 18.2% señalaron que se mantuvo.

**1.6 ¿En qué % ha visto disminuir las ventas de la compañía por efectos del precio?**

**Tabla 22**  
*Variaciones en la cantidad de clientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1% al 15%	2	18,2	18,2	18,2
	16% al 30%	5	45,5	45,5	63,6
	31% al 45%	2	18,2	18,2	81,8
	46% al 65%	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿En qué % ha visto disminuir las ventas de la compañía por efectos del precio?



**Figura 6** Variaciones en la cantidad de clientes

**Análisis:**

En el momento que se incrementa el precio del servicio se disminuye las ventas, en el caso del servicio telefónico de acuerdo a las repuestas entregadas se indica que el 45.5% la

disminución se encuentra entre el 16 a 30%; seguido del 18.2% que exteriorizaron fue entre el 1 y 15%

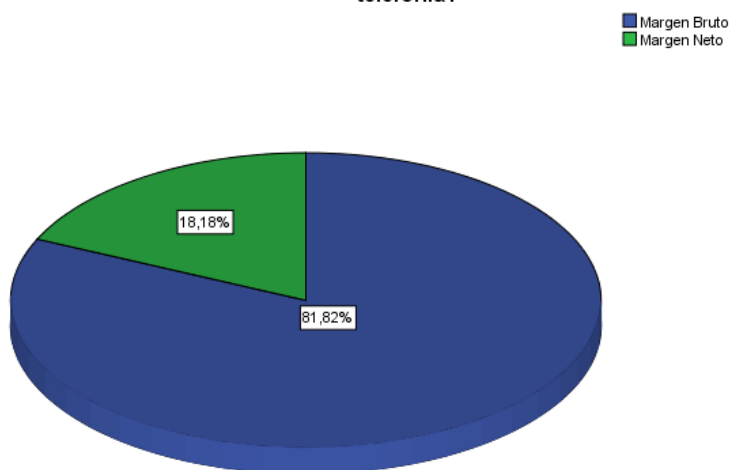
### 1.7 ¿A qué nivel se ve afectada la empresa con el nuevo rubro impuesto a la telefonía?

**Tabla 23**

*Niveles de afectación al margen de ingresos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Margen Bruto	9	81,8	81,8	81,8
	Margen Neto	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿A qué nivel se ve afectada la empresa con el nuevo rubro impuesto a la telefonía?



**Figura 7** Niveles de afectación al margen de ingresos

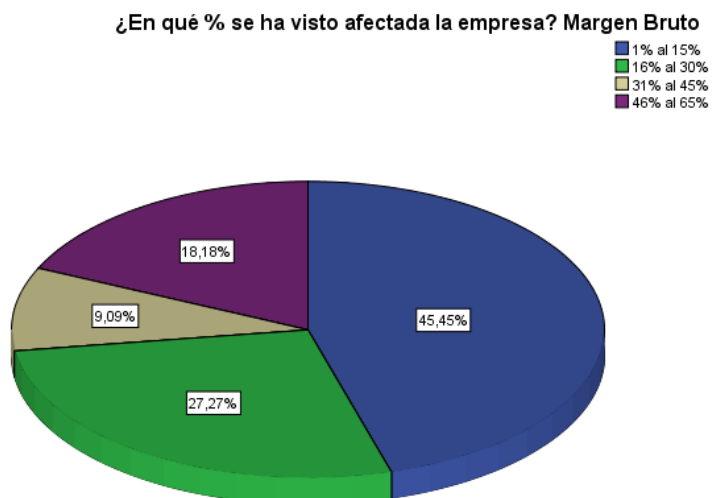


**Análisis:**

La afectación que la mayoría de las empresas del servicio de telefonía señalaron con el 81.8% está presente en el margen bruto de las compañías, aunque para el 18.2% opinaron que el efecto del nuevo impuesto se observa en el margen neto.

**1.8 ¿En qué % se ha visto afectada la empresa? Margen Bruto****Tabla 24***Afectación al margen bruto de ingresos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1% al 15%	5	45,5	45,5	45,5
	16% al 30%	3	27,3	27,3	72,7
	31% al 45%	1	9,1	9,1	81,8
	46% al 65%	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	



*Figura 8* Afectación al margen bruto de ingresos

### **Análisis:**

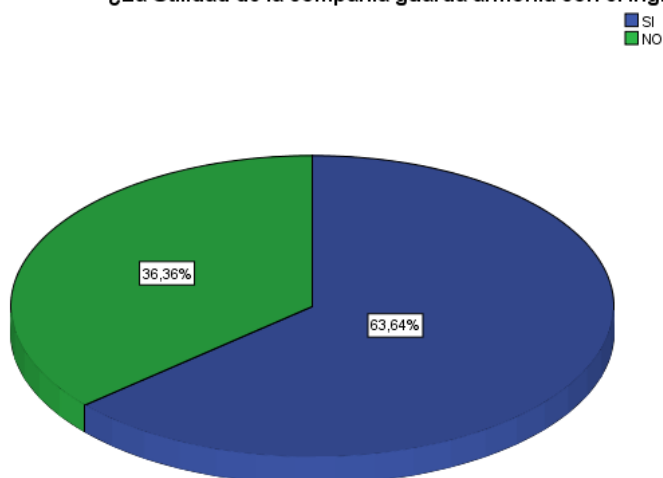
Se consultó sobre los efectos de este nuevo impuesto dentro del margen bruto, obteniendo que el 45.5% observó los cambios porcentuales entre el 1 al 15%, el 27.3% que los efectos estuvieron en el rango del 16 al 30%.

### **1.10 ¿La Utilidad de la compañía guarda armonía con el ingreso?**

**Tabla 25**  
*Relación de la utilidad con los ingresos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	63,6	63,6	63,6
	NO	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿La Utilidad de la compañía guarda armonía con el ingreso?



**Figura 9** Relación de la utilidad con los ingresos

**Análisis:**

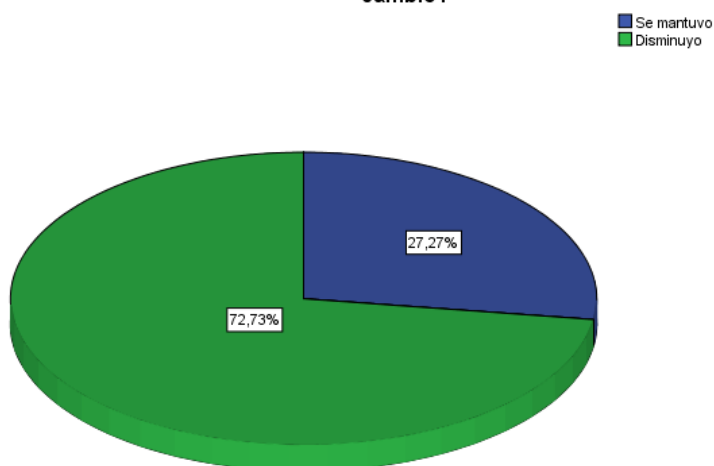
Sobre la relación de las posibles utilidades con el nivel de los ingresos la mayoría, el 63.6% respondió de forma afirmativa y solo el 36.4% indicó que esto no tiene ninguna relación en las empresas.

### 1.11 ¿Cómo se portaron sus indicadores financieros ROE y ROA antes y después del cambio?

**Tabla 26**  
*Comportamiento de indicadores ROE ROA*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Se mantuvo	3	27,3	27,3	27,3
	Disminuyo	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Cómo se portaron sus indicadores financieros ROE y ROA antes y después del cambio?



**Figura 10** Comportamiento de indicadores ROE ROA

**ANÁLISIS:**

Los indicadores principales de las empresas del servicio de telefonía, de acuerdo a las opiniones el 72.7% indicaron que estos disminuyeron siendo algo negativo que provoco el nuevo impuesto a las organizaciones.

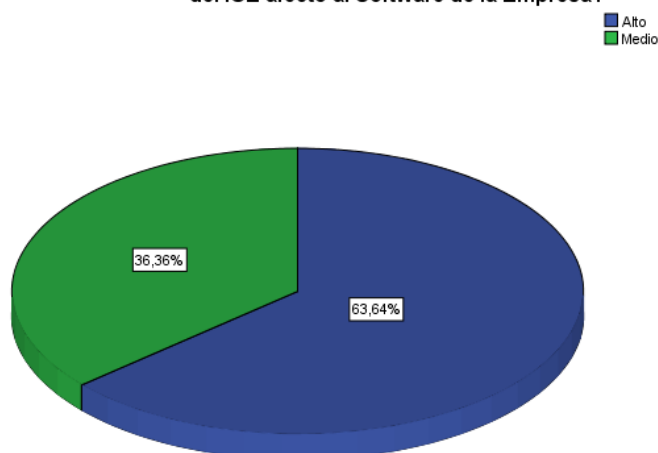
**2.1 ¿Qué nivel de complejidad demando para la manejo del software el nuevo rubro del ICE afecto al Software de la Empresa?**

**Tabla 27**

*Nivel de complejidad del nuevo software*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	7	63,6	63,6	63,6
	Medio	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Qué nivel de complejidad demandó para el manejo del software el nuevo rubro del ICE afecto al Software de la Empresa?



*Figura 11* Nivel de complejidad del nuevo software

**Análisis:**

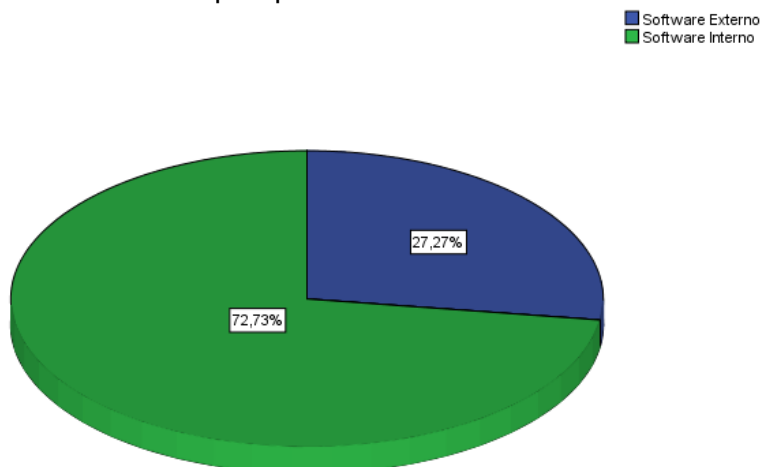
Los cambios fueron de varias índoles entre ellas la parte software, que manejan las distintas empresas prestadoras del servicio telefónico, la complejidad de estos como se muestra en la gráfica el 63.6% señalaron que fueron altos, y el 36.4% opinaron que la dificultad fue media, aunque todos tuvieron que efectuar los cambios necesarios.

**2.2 ¿Contrato el servicio de actualización de software o dispuso de personal de sistema para que realicen esta tarea?**

**Tabla 28**  
*Origen del software*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Software Externo	3	27,3	27,3	27,3
	Software Interno	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Contrato el servicio de actualización de software o dispuso de personal de sistema para que realicen esta tarea? Software interno



**Figura 12** Origen del Software

**Análisis:**

Debido a que poseen sus propias infraestructuras, la mayoría de las empresas efectuó los cambios correspondientes, el 72.7% lo efectuó mediante tareas internas y el 27.3% debió realizar actualizaciones a través de software externos.

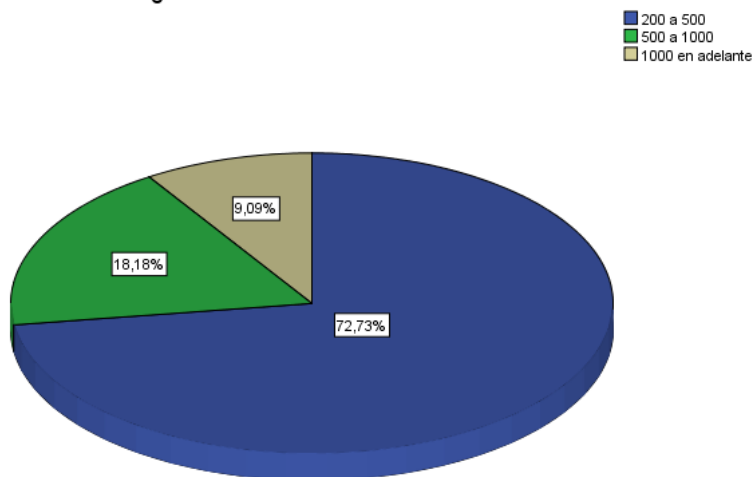
### 2.3 ¿Cuál fue el costo de la actualización del Software?

**Tabla 29**

*Costo de actualización del software*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	200 a 500	8	72,7	72,7	72,7
	500 a 1000	2	18,2	18,2	90,9
	1000 en adelante	1	9,1	9,1	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿Cuál fue el costo de la actualización del Software?



**Figura 13** Costo de actualización del software

**Análisis:**



Los valores necesario para llevar a cabo las tareas de actualización en el software que permite llevar el control de las operaciones, las organizaciones el 72.7% indicaron que estos fluctuaron entre 200 a 500 dólares, aunque el 18.2% señalaron que por este concepto invirtieron de 500 a 1.000 dólares.

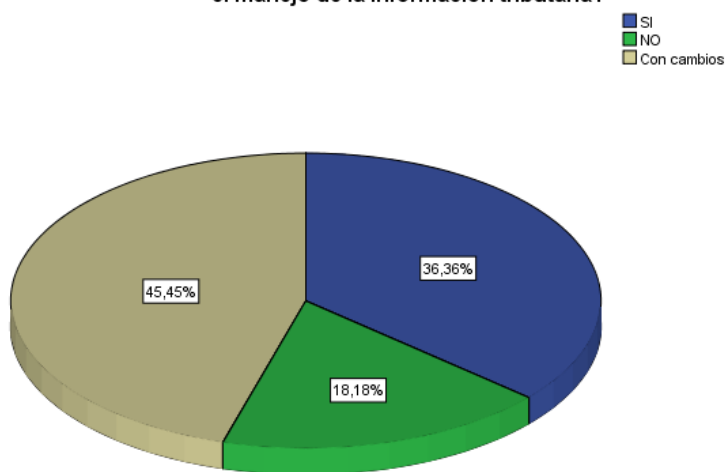
#### **2.4 ¿La empresa cuenta con presupuesto y plazos de capacitación, en especial para el manejo de la información tributaria?**

**Tabla 30**

*Presupuesto para capacitación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	4	36,4	36,4	36,4
	NO	2	18,2	18,2	54,5
	Con cambios	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

¿La empresa cuenta con presupuesto y plazos de capacitación, en especial para el manejo de la información tributaria?



*Figura 14* Presupuesto para capacitación

#### **Análisis:**

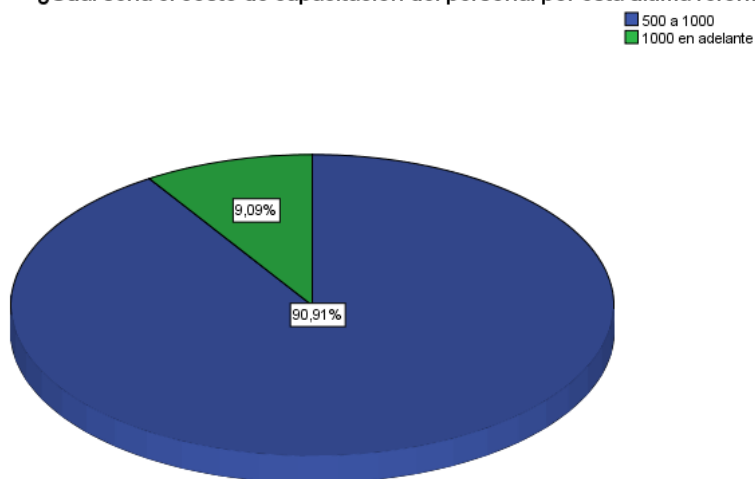
Sobre el presupuestos para las capacitaciones, en especial lo referente a la parte tributaria de la empresa, el 45.5% opinaron que esto se da con los cambios que se presenten, el 36.4% indicaron que si mantienen estos valores.

#### **2.5 ¿Cuál sería el costo de capacitación del personal por esta última reforma?**

**Tabla 31**  
Costo de capacitación del personal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 500 a 1000	10	90,9	90,9	90,9
1000 en adelante	1	9,1	9,1	100,0
Total	11	100,0	100,0	

¿Cuál sería el costo de capacitación del personal por esta última reforma?



**Figura 15** Costo de capacitación del personal

**Análisis:**

La grafica indica sobre los costos aproximados que las empresas prestadoras del servicio de telefonía debieron emplear para las capacitaciones correspondientes al nuevo impuesto en el sector, el 90.9% menciono que estos valores estuvieron de 500 a 1.000 dólares, y el 9.1% que fueron de 1.000 dólares en adelante.

### 3.2. Índices financieros

**Liquidez corriente:** mide el grado en que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes, es la medida de la liquidez de corto plazo, es la capacidad puntual de convertir los activos líquidos o de obtener disponible.

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{2584405.45}{1997074,16} = 1,29$$

Para el cálculo se tomó el valor de activo y pasivo corriente de las 11 empresas de telecomunicaciones analizadas dando como resultado que para el año 2016 el valor es de 1.29. Este valor indica que por cada dólar de deuda el sector tiene 1.29 dólares para cubrir las deudas de corto plazo, se puede decir que no es un indicador alto ya que lo ideal sería que sea el doble es decir un indicador que pase de 2.0.

**Apalancamiento:** el índice de apalancamiento está dado por el siguiente ratio:

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital}} = \frac{2260074,40}{2035804,55} = 1,11$$

Este valor indica el grado en que las empresas están usando dinero prestado, quiere decir que los acreedores proporcionan 1.11 dólares de financiamiento por cada dólar que aportan los accionistas, se observa que los accionistas sobrepasan con 11 centavos, este indicador no es

bueno para las empresas financieristas ya que indica que las empresas no están en capacidad de pagar sus préstamos o se encuentran sobrevendidas.

**ROE:** Mide el rendimiento que obtienen los accionistas de las empresas investigadas en los fondos invertidos en las respectivas sociedades es la capacidad que tienen las empresas para remunerar a sus accionistas, bien dado por el siguiente ratio:

$$\frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Capital}} = \frac{267174,80}{2035804,55} = 0,13$$

Por cada dólar que han invertido los accionistas las empresas ellos reciben 13 centavos de dólar.

Al parecer este indicador del 13% es muy bueno ya que el mismo indicado en el año 2016 en el Banco del Pacifico es del 6.5% (Marzo 2016) este porcentaje es superior al 9% del año 2015.

**ROA:** Mide el rendimiento sobre los activos y su ratio es el siguiente:

$$\frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Activo Total}} = \frac{267174,80}{4295878,95} = 0,06 = 6\%$$

Se observa que este indicador utiliza el beneficio libre de impuestos y contribuciones es lo que queda disponible para repartirse entre los accionistas Este indicador dice que por cada dólar invertido en activos tienen una ganancia de 6 centavos es decir del 6% en comparación con el sector bancario que es del 0.75%, la ganancia que obtienen las empresas de telecomunicaciones es muy bueno y superior al 5% que se obtuvo en el año 2015.

### 3.3. Análisis inferencial

#### 3.3.1. Prueba de hipótesis general

##### Verificación de la hipótesis

##### Planteamiento de la hipótesis

H1 = Existe un impacto negativo por el incremento del ICE lo cual incide en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito

H0= Los impactos negativos por el incremento del ICE No inciden en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito

##### Modelo Estadístico:

$$\text{"Chi cuadrado"} X_c^2 = \frac{(O-E)^2}{E}$$

##### Nivel de Significación


$$\alpha = 0,05$$

##### Zona de Rechazo de H<sub>0</sub>

$$\text{Grados de libertad GL} = (c - 1) (f - 1)$$

$$\text{GL} = (3 - 1) (2 - 1) = 2$$

Según el Tabla de Chi – cuadrado con 2 grados de libertad y un nivel de significación de 5% el valor de Chi-cuadrado es:



$$X_t^2 = 5,991$$

**CONTINUA**   $\alpha = 5\%$

**Regla de Decisión:**

Si  $X_c^2 > X_t^2$  Se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ )

Si  $X_c^2 \leq X_t^2$  No se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ )

**Tabla 32**

*Variable: incremento del ICE*

<i>Variable: Incremento del ICE (VI)</i>				<b>TOTAL</b>
<b>Alternativa</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	
<b>Preguntas relacionada con VI</b>				
¿Cuál es el grado de conocimiento de la normativa vigente para el registro tributario referente al nuevo Impuesto de los Consumos Especiales a las empresas de telecomunicaciones?	3	3	5	11
¿Cómo se portaron sus indicadores financieros ROE y ROA antes y después del cambio?	0	3	8	11
¿Qué nivel de complejidad demando para la manejo del software el nuevo rubro del ICE afecto al Software de la Empresa?	7	4	0	11
¿Contrato el servicio de actualización de software o dispuso de personal de sistema para que realicen esta tarea?	8	0	3	11

**CONTINUA** 

Software interno				
¿Cuál fue el costo de la actualización del Software?	1	2	8	11
¿La empresa cuenta con presupuesto y plazos de capacitación, en especial para el manejo de la información tributaria?	4	5	2	11
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>66</b>

**Tabla 33**

*Variable economía de las empresas de telecomunicaciones*

<i>Variable: Economía de las empresas de telecomunicaciones (VD)</i>				<b>TOTAL</b>
<b>Alternativa</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	
<b>Preguntas relacionadas Var Dep</b>				
¿Con la reforma sobre el ICE en las empresas de Telecomunicaciones como reaccionó en el sector en el que opera, el número de los clientes en la empresa?	1	7	3	11
¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, su percepción liquidez se?	1	5	5	11
¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, el	3	7	1	11

**CONTINUA** 



costo de venta?				
¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?	0	2	9	11
¿En qué % ha visto disminuir las ventas de la compañía por efectos del precio?	0	4	7	11
¿A qué nivel se ve afectada la empresa con el nuevo rubro impuesto a la telefonía?	2	0	9	11
¿En qué % se ha visto afectada la empresa? Margen Bruto	0	3	8	11
¿La Utilidad de la compañía guarda armonía con el ingreso?	7	0	4	11
¿Cuál sería el costo de capacitación del personal por esta última reforma?	1	10	0	11
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>38</b>	<b>46</b>	<b>99</b>

**Tabla 34**  
*Frecuencia Observada*

OBSERVADA

<b>VARIABLE \ ALTERNATIVA</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>TOTAL</b>
Incremento del ICE	23	17	26	<b>66</b>
Economía de las empresas de telecomunicaciones	15	38	46	<b>99</b>
<b>TOTALES</b>	<b>38</b>	<b>55</b>	<b>72</b>	<b>165</b>

**Tabla 35**  
*Frecuencia Esperada*

ESPERADA

<b>VARIABLE \ ALTERNATIVA</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>TOTAL</b>
Incremento del ICE	15,20	22,00	28,80	<b>66</b>
Economía de las empresas de telecomunicaciones	22,80	33,00	43,20	<b>99</b>
<b>TOTALES</b>	<b>38</b>	<b>55</b>	<b>72</b>	<b>165</b>

**Tabla 36**  
*Calculo CHI cuadrado*

<b>O</b>	<b>E</b>	<b>(O - E)<sup>2</sup> / E</b>
23	15,20	4,00
17	22,00	1,14
26	28,80	0,27
15	22,80	2,67
38	33,00	0,76
46	43,20	0,18
<b>Chi cuadrado</b>		<b>9,02</b>

Chi Cuadrado calculado = 9,02

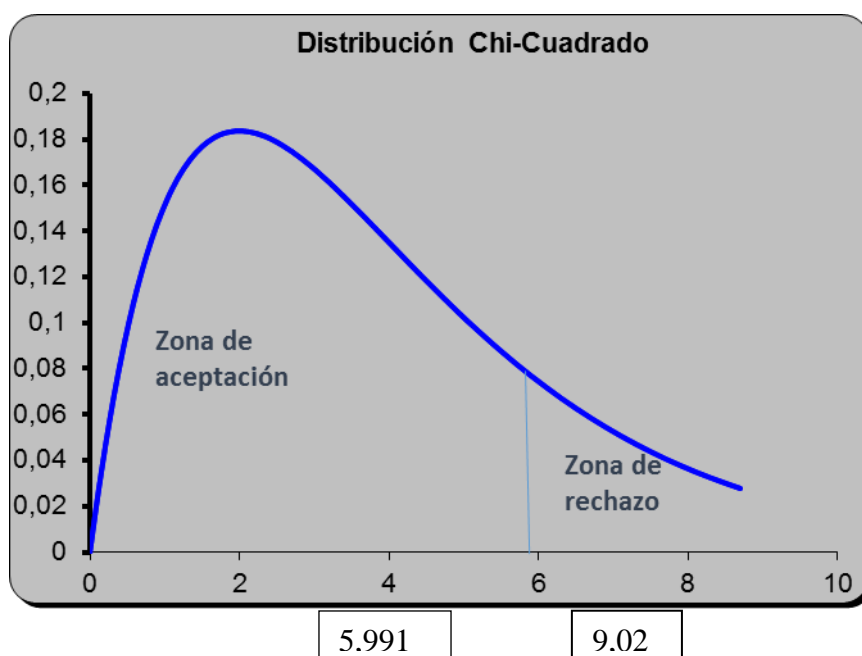
$$X_t^2 = 5,991 \quad X_c^2 = 9,02$$

Si  $X_c^2 > X_t^2$  Se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ )

$$9.02 > 5.991$$

En consecuencia Chi cuadrado calculado es mayor a Chi cuadrado crítico o de la tabla por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna planteada.

H1 = Existe un impacto negativo por el incremento del ICE lo cual incide en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito



**Figura 16** CHI CUADRADO

### **Decisión Estadística**

Con un nivel de error de 0.05 se obtiene en la Tabla de distribución un valor de 5.991 y como el valor de Chi Cuadrado calculado es 9.02 se encuentra fuera de la región de Aceptación

de la hipótesis nula, por lo tanto se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: Existe un impacto negativo por el incremento del ICE lo cual incide en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito

### 3.3.2. Prueba de hipótesis específica 1

#### Formulación de la hipótesis alternativa 1

H1: El incremento de los costos de venta debido a los cambios en el ICE afecta negativamente en indicadores como el ROE y ROA

H0: El incremento de los costos de venta debido a los cambios en el ICE NO afecta negativamente en indicadores como el ROE y ROA

#### Tablas cruzadas

##### Tabla 37

*Indicadores Financieros \* costo de venta*

##### Resumen de procesamiento de casos

Casos					
Válidos		Perdidos		Total	
N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje

CONTINUA 

¿Cómo se portaron sus indicadores financieros ROE y ROA antes y después del cambio? *						
¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, el costo de venta?	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%

**Tabla 38**

*Tabla cruzada indicadores financieros \* costo de venta*

	¿Con la nueva inclusión que debe efectuar por concepto del impuesto a la telefonía, el costo de venta?			
	Se incremento	Se mantuvo	Disminuyo	
¿Cómo se portaron sus indicadores financieros ROE y ROA antes y después del cambio? *	Se mantuvo	3 100,0%	0 0,0%	0 0,0%
	Disminuyo	0 0,0%	7 87,5%	1 12,5%
		0 0,0%	100,0%	100,0%
Total		3 27,3%	7 63,6%	1 9,1%
		100,0%	100,0%	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,000 <sup>a</sup>	2	,004
Razón de verosimilitud	12,891	2	,002
Asociación lineal por lineal	7,594	1	,006
N de casos válidos	11		

a. 5 casillas (83,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,27.

**Interpretación:**

Al realizarse el cambio en el ICE estos indicadores disminuyeron (ROE rentabilidad en la inversión inicial y ROA beneficio de los activos totales), y las mismas empresas (87.5%) que aseguraron que sus costos de ventas no vieron afectadas por el cambio en la normativa. Como el nivel de significancia es menos 0,05 (0,004 es decir 0.4% de error) por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Luego se puede concluir que con un nivel de significancia de 0,004 el incremento de los costos de venta debido a los cambios en el ICE afecta negativamente en indicadores como el ROE y ROA

**3.3.3. Prueba de hipótesis específica 2****Formulación de la hipótesis alternativa 2**

H1: El incremento en los costos de venta hace que se vea afectado el margen bruto de ingresos de las empresas

H0: El incremento en los costos de venta hace que se No sea afectado el margen bruto de ingresos de las empresas

**Tabla 39**

*Margen Bruto \* precio de venta al publico*

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿En qué % se ha visto afectada la empresa? Margen Bruto * ¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%

**Tabla 40***Tabla cruzada margen bruto \* precio de venta al publico*

	¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?	
	Se incremento	Se mantuvo
¿En qué % se ha visto afectada la empresa? Margen Bruto	5	0
1% al 15%	100,0%	0,0%
	55,6%	0,0%
16% al 30%	3	0
	100,0%	0,0%
	33,3%	0,0%
31% al 45%	1	0
	100,0%	0,0%
	11,1%	0,0%
46% al 65%	0	2
	0,0%	100,0%
	0,0%	100,0%
Total	9	2
	81,8%	18,2%
	100,0%	100,0%



**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,000 <sup>a</sup>	3	,012
Razón de verosimilitud	10,431	3	,015
Asociación lineal por lineal	6,984	1	,008
N de casos válidos	11		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.

**Interpretación:**

El 55.65% de las empresas manifiestan que también se vieron disminuir su margen bruto entre 1% al 15% y al mismo tiempo tuvieron que incrementar el precio de venta al público por sus servicios; el 33.3% que incrementaron sus fueron afectados en su margen bruto entre un 16% al 30%. Como el nivel de significancia es menor a 0.05 (0,012) por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto se puede concluir que con un nivel de significancia de 0,012 (1.2% de error): El incremento en los costos de venta hace que se vea afectado el margen bruto de ingresos de las empresas

**3.3.4. Prueba de hipótesis específica 3****Formulación de la hipótesis alternativa 3**

H1: El incremento del precio de venta al público hace que disminuya las ventas de las compañías

H0: El incremento del precio de venta al público NO hace que disminuya las ventas de las compañías

**Tabla 41**

*Ventas de las compañías \* precio de venta al publico*

	Casos Resumen de procesamiento de casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿En qué % ha visto disminuir las ventas de la compañía por efectos del precio? * ¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%

**Tabla 42**

*Tabla cruzada ventas de las compañías \* precio de venta al público*

	¿De acuerdo a las últimas reformas para las empresas de telecomunicaciones (telefonía), su precio de venta al público se?	
	Se incremento	Se mantuvo
¿En qué % ha visto disminuir las ventas de la compañía por efectos del precio?		
1% al 15%	2 100,0% 22,2%	0 0,0% 0,0%
16% al 30%	5 100,0% 55,6%	0 0,0% 0,0%
31% al 45%	2 100,0% 22,2%	0 0,0% 0,0%
46% al 65%	0 0,0% 0,0%	2 100,0% 100,0%
Total	9 81,8% 100,0%	2 18,2% 100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,000 <sup>a</sup>	3	,012
Razón de verosimilitud	10,431	3	,015
Asociación lineal por lineal	6,207	1	,013
N de casos válidos	11		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,36.

**Interpretación:**

Las empresas que incrementaron sus precios de venta se vieron afectados en diferentes niveles de disminución en sus ventas al 55.6% fueron afectadas del 16% a 30%, y al 22.2% se disminuyó sus ventas entre 1% al 15%. Debido a que el nivel de significancia es menor a 0.05 (0,012), por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Por lo tanto se puede concluir que con un nivel de significancia de 0,012 (1.2% de error): El incremento del precio de venta al público hace que disminuya las ventas de las compañías

**3.3.5. Prueba de hipótesis específica 4****Formulación de la hipótesis alternativa 4**

H1: El grado de conocimiento de la normativa vigente afecta en los costos de capacitación

H0: El grado de conocimiento de la normativa vigente NO afecta en los costos de capacitación

**Tabla 43**

*Grado de conocimiento de la normativa\* costo de capacitación*

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cuál es el grado de conocimiento de la normativa vigente para el registro tributario referente al nuevo Impuesto de los Consumos Especiales a las empresas de telecomunicaciones? *	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%
¿Cuál sería el costo de capacitación del personal por esta última reforma?						

**Tabla 44**

*Tabla cruzada grado de conocimiento de la normativa\* costo de capacitación*

	¿Cuál sería el costo de capacitación del personal por esta última reforma?	
	500 a 1000	1000 en adelante
¿Cuál es el grado de conocimiento de la normativa vigente para el registro tributario referente al nuevo Impuesto de los Consumos Especiales a las empresas de telecomunicaciones?		
Alto	3 100,0% 30,0%	0 0,0% 0,0%
Medio	3 100,0% 30,0%	0 0,0% 0,0%
Bajo	4 80,0% 40,0%	1 20,0% 100,0%
Total	10 90,9% 100,0%	1 9,1% 100,0%

### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,320 <sup>a</sup>	2	,517
Razón de verosimilitud	1,698	2	,428
Asociación lineal por lineal	,964	1	,326
N de casos válidos	11		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,27.

#### Interpretación:

En su mayoría las empresas manifiestan que tiene un bajo conocimiento acerca de la normativa referente al ICE y que han tenido que gastar entre USD500 a USD1000 por concepto de capacitación para la reforma. Sin embargo se aprecia en la prueba de chi cuadrado que no existe correlación entre estas variables pues supera el 5% de significación llegando a ser 51.7%. Por tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa. Y se puede concluir que con un nivel de significancia de 0,517 El grado de conocimiento de la normativa vigente NO afecta en los costos de capacitación.

### 3.3.6. Informe de variables

#### 3.3.6.1. Ejecución del análisis y síntesis de la información

### **3.3.6.1.1. Análisis descriptivo por categoría**

Se tiempo por objetivos definir el conocimiento de la normativa vigente relacionada con las reformas al Impuesto a los consumos especiales por parte de las empresas de telecomunicaciones, además conocer de qué manera ha impactado la vigencia de esta norma en lo que respecta a liquidez, aumento de costos utilidades, indicadores financieros, margen bruto, conocer los aspectos positivos que del software contable, la capacitación del personal y los costos operativos para su implementación.

Los resultados demuestran que una buena parte de las empresas no conocen a fondo la normativa, se han incrementado los costos de ventas, que conlleva a incrementar los precios de servicios y esta situación ha hecho disminuir las ventas, por tanto los ingresos han disminuido.

### **3.3.6.1.2. Análisis descriptivo de las variables**

Las variables que se analizaron fueron:

#### **Objetivo 1:**

#### **Impuestos a la empresas de telecomunicaciones**

Permite identificar e nivel de conocimientos que tiene el personal de cada empresa encuestada, conocer a fondo la normativa evita que a las empresas caer en infracciones que puede acarrear multas y sanciones por parte de la administración tributaria, entre las normas que deben



conocer las empresas está Ley de Régimen Tributario Interno, los cambios en las tarifas específicas y ad valorem para el cálculo del impuesto a los consumos especiales (ICE)

## **Objetivo 2:**

### **Impactos financieros**

Esta variable ha permitido medir la incidencia de las medidas en el costo de ventas de las empresas investigadas, la variación del precio de venta al público, los porcentajes en que han disminuido las ventas por efectos del precio, el nivel de afectación en el margen bruto, medir el comportamiento de indicadores financieros como el ROE y ROA,

Por lo tanto se han analizado las siguientes sub-variables:

- Costo de ventas
- Precio de venta al publico
- Variación del nivel de ventas (demanda)
- Margen bruto
- Indicadores financieros

### **Impactos operativos**

Esta variable ha permitido conocer el nivel de complejidad en el manejo del software para implementar las nuevas medidas, si el servicios de actualización de dicho software es interno o externo, los costos de actualización, saber si existen presupuestos para la capacitación y sus costos.

Por lo tanto se han analizado las siguientes sub-variables:

- Software contable
- Personal capacitado
- Costos operativos

### **3.3.6.1.3. Análisis de hipótesis mediante prueba estadística**

#### **Hipótesis general de la investigación**

El impacto por el incremento del ICE incide de manera negativa en la economía de las empresas de telecomunicaciones de la ciudad de Quito. De acuerdo al análisis con la prueba de Chi cuadrado se observa que existe correlación entre los variables: impactos debido a cambios en la normativa a los Impuestos de los consumos Especiales (ICE) y la evolución en las economías de las empresas de telecomunicaciones, dado como resultado que hubo incrementos en los precios de venta, disminución en la demanda de los servicios telefónicos, baja en los indicadores como el ROE y ROA, afectación en el margen bruto de ganancia y además que las empresas no contaron con un presupuesto para capacitación para el manejo de nuevo software.

A continuación se detalla el análisis de la hipótesis mediante sus variables e hipótesis específicas y las pruebas estadísticas:

#### **Hipótesis específicas de investigación**

Debido a los cambios en la normativa a los Consumos Especiales ICE las empresas de telecomunicaciones fueron afectadas negativamente y se refleja en indicadores como el ROE y ROA

El impuesto es un egreso adicional que en primer instancia al costo de ventas el cual se incrementó afectando al Margen bruto de ventas, ya que quien paga en última instancia es el consumidor pero si experimenta precios más altos deja de utilizar ciertos servicios que considera caros.

Como consecuencia del incremento en los impuestos el precio de venta sufre variaciones haciéndolos más oneroso el servicio que presta las empresas de telecomunicaciones y como consecuencia la demanda tiene una tendencia a la baja, es decir la ventas se disminuyen.

Se observa también que en el personal de las empresas no todos la Normativa haciendo que las empresas tengan que incurrir en gastos adicionales para capacitar a su personal

#### **3.3.6.1.4. Informe final de resultados**

##### **Introducción**

La investigación realizada identifica ciertos factores que han afectado al crecimiento de las empresas operadoras de telecomunicaciones debido a cambios realizados en la normativa a los Consumos Especiales (ICE) los mismo que tienen relación con conocimiento de la normativa, afectación a los clientes, disminución en la liquidez de las empresas, así como afectación a los precios de venta, desaceleración de la demanda de los servicios, disminución en el margen bruto de ganancias, que se han visto reflejados en la reducción de indicadores como el ROE y ROA. El

desconocimiento de la normativo ha traído como consecuencia que las empresas tengan que invertir de software y capacitación para su personal. Entre otros aspectos relevantes.

Se plantea como alternativa para mejorar sus ventas, presentar nuevas aplicaciones novedosas para celular que pueden brindar las empresas a sus suscriptores.

### **Comprobación de hipótesis**

Hipótesis: Los cambios en la normativa referente a los Consumos Especiales que incluye a las telecomunicaciones ha incidido de manera negativa en las operadoras de este servicios, haciendo que se incremente los precios finales al consumidor, reduciendo la demanda de los servicios y por tanto reduciendo los ingresos a las once empresas investigadas de la ciudad de Quito, por tanto a afectado negativamente en su crecimiento.

### **Limitaciones de la investigación**

En algunas empresas los funcionarios encuestados pueden tender a sesgar sus opiniones al exagerar las apreciaciones respecto a los verdaderos cambios o efectos de las medidas, sin embargo de aquello no significa que las empresas pierden, sino que disminuyen sus utilidades.

### **Contribuciones**

Comprobada la hipótesis de la investigación y definido el problema para las empresas operadoras de telecomunicaciones de la ciudad de Quito, es necesario plantear recomendaciones

para superar este inconveniente y captar clientes para lo cual sería oportuno que las empresas brinden nuevos servicios o aplicaciones para celular como por ejemplo ciudad de la casa por medio de circuito cerrado de video vigilancia conectado a su celular.

## **Conclusiones**

Por medio de la investigación se puede concluir que se comprueba la hipótesis que indica que los cambios en la normativa a los Consumos Especiales (ICE) surtió efectos negativos en las empresas operadoras de telecomunicaciones, haciendo que los precios de venta al público tengan que incrementarse lo cual provocó una disminución en la demanda de los servicios, e incurrir en gastos adicionales como la compra del Software y capacitación al personal.

## **Recomendaciones**

Se sugiere a las compañías operadoras de los servicios de telecomunicaciones con la finalidad de recuperar el mercado perdido así como sus ingresos; implementar nuevas aplicaciones en los teléfonos móviles para sus clientes actuales y captar nuevos, por cuanto en la actualidad el uso de teléfono móvil es muy extendido y masificado, para recuperar las pérdidas ocasionadas por el incremento del ICE y como se observa afectó a los ingresos de las empresas telefónicas se plantea o propone un plan de marketing para incorporar nuevos consumidores o usuarios teniendo como pilar de atracción la tecnología y la velocidad de internet en sus dispositivos móviles

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1. Discusión de la propuesta**

Debido a que las empresas telecomunicaciones han sufrido algunos efectos por la entrada en vigencia de la nueva normativa del ICE los mismo que tienen relación con conocimiento de la normativa, afectación a los clientes, disminución en la liquidez de las empresas, así como afectación a los precios de venta, desaceleración de la demanda de los servicios, disminución en el margen bruto de ganancias, ha traído como consecuencia que las empresas tengan que invertir de software y capacitación para su personal.

Para recuperar las pérdidas ocasionadas y mejorar su presencia en el mercado se plantea un plan de marketing, que es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio, el plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia este. A la vez, informa con detalle de las importantísimas etapas que se han de cubrir para llegar desde donde está hasta donde se quiere ir.

#### **4.2. Objetivos de marketing**

- Incrementar las utilidades de la empresa para contrarrestar las pérdidas ocasionadas por el incremento del ICE.

- Aumentar 10% el índice de diferenciación (precios bajos) del producto frente a los servicios de internet móvil existente.
- Captar el 30% del mercado a nivel nacional hasta el año 2020.

### **4.3. Mercados meta**

El proyecto va direccionado a la clase media y media alta de la ciudad de Quito, edad comprendida entre 15 a 45 años, de nivel de instrucción superior, personas que tienen necesidad de información tanto para el trabajo como para el estudio o entretenimiento que pueden ser estudiantes, ejecutivos, usuarios de internet que tengan motivos de investigación y trabajo; para esto se requiere disponer de un computador personal, laptop, Ipod, notebook, los beneficios son alta velocidad de internet, conectarse en cualquier sitio de la ciudad, e internet ilimitado.

### **4.4. Estrategia de la mezcla de marketing**

#### **4.4.1. Producto**

#### **Red 3G HSPA +**

Según información proporcionada por la (CNT EP, El Comercio , 2012) indica que HSPA (High Speed Packet Access) es la tecnología empleada en las conexiones de Internet móvil, es una mejora del estándar UMTS con el que funcionan las redes 3G, esta tecnología utiliza de manera más eficiente es espectro radioeléctrico al que tienen asignado las operadoras, mejorando

la velocidad de transferencia de datos. HSPA está conformado por HSDPA y HSUPA mejoras para el canal descendente y ascendente respectivamente.

**Tabla 45**  
*Evolución de HSPA*

Nombre	Release	Velocidad de descarga	Velocidad de subida
HSDPA	Release 5	14,4 Mbps	384 Kbps
HSUPA	Release 6	14,4 Mbps	5,76 Mbps
HSPA+	Release 7	28 Mbps	11,5 Mbps
HSPA+ MIMO	Release 8	42 Mbps	11,5 Mbps

**Fuente:** Wikipedia.com

La red HSPA+ también conocida como Evolved HSPA (HSPA Evolucionado) es un estándar de internet móvil definido en la versión 7 de 3GPP y posteriores. HSPA+

HSPA + introduce una arquitectura IP opcional para las redes cuyas estaciones base estén conectadas directamente a un backhaul IP y en seguida al enrutador del ISP. También esta tecnología permite un ahorro importante de batería y un acceso más rápido al contenido, ya que mantiene una conexión permanente.

## Red 4G LTE

La enciclopedia libre (wikipedia, 2014) señala que 4G son las siglas utilizadas para referirse a la cuarta generación de tecnologías de telefonía móvil. Es la sucesora de las tecnologías 2G y 3G y que precede a la próxima generación 5G.



La 4G está basada completamente en el protocolo IP, siendo un sistema de sistemas y una red de redes, que se alcanza gracias a la convergencia entre las redes de cables e inalámbricas. Esta tecnología podrá ser usada por módems inalámbricos, móviles inteligentes y otros dispositivos móviles. La principal diferencia con las generaciones predecesoras será la capacidad para proveer velocidad de acceso mayor a 100 Mbit/s en movimiento y 1Gbit/s en reposo. Manteniendo la calidad de servicio.

### **Propuesta de valor**

- Ofrecer servicio ilimitado.
- Velocidad de navegación 4G LTE
- Precio más bajo del mercado en este servicio.
- Financiamiento del modem es de 18 meses
- Incluir modem USB.

Además como parte del plan se debe añadir:

- Asistencia técnica continúa
- Instalación inmediata
- Calidad y estabilidad en el servicio

### **Descripción del servicio**

La red 4G LTE genera un aumento en la velocidad de conexión a internet en dispositivos como tabletas, teléfonos inteligentes, y laptops.

Este dispositivo tiene dos aplicaciones o escenarios de uso: el primer escenario como se mencionó anteriormente se puede conectar teléfonos inteligentes, tabletas y laptops; el segundo escenario se conecta solamente a un computador de escritorio es decir a un único dispositivo por medio de puerto USB., y a su vez desde este a los dispositivos anteriores.

La tecnología 4G LTE (Evolución a largo plazo, por sus siglas en inglés) es capaz de proporcionar hasta 10 veces más velocidad que la tecnología 3G en banda ancha móvil.

**Tabla 46**  
Estrategias de producto

<b>MATRIZ DEL PLAN DE ACCIÓN</b>						
ESTRATEGIAS	QUE SE DEBE HACER	PARA QUÉ	CUANDO		QUIÉN	CUÁNTO COSTARÁ dólares
			FECHA	DURACIÓN		
<b>Estrategias de Producto</b>						
<b>1. Estrategia de investigación y desarrollo</b>	Realizar encuestas	Para conocer y evaluar las necesidades de los clientes y saber lo que piensan del producto	15/02/2018	tres meses	Encuestadores	\$30.000,00
<b>2.- Estrategia de servicio adicional</b>	Terminados los 5000 Mb en 4G tiene acceso 2000Mb en 3G	Poder competir con el mercado	01/03/2018	dos meses	Gerente	\$50.000,00
<b>3.- Estrategia de descuentos</b>	Descuento del 10% en Internet móvil para quien tiene Internet Fijo	Motivar al cliente a contratar los servicios	15/03/2018	cuatro meses	Vendedores	\$100.000,00
<b>4. Estrategia de etapa de posicionamiento</b>	Resaltar los beneficios del producto y sus ventajas	Los clientes vean los beneficios	01/04/2018	un mes	Gerente	\$50.000,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$230.000,00</b>

### **Internet móvil sin modem**

Se debe especificar que este servicio tiene los mismos precios que el servicio con modem (inalámbrico) pero es aplicable a equipos de última generación que incluya un modem interno compatible como tabletas, Ipods, Smartphone, y laptops con modem incluido.

Las características de Internet móvil sin modem es la de configurarse en los equipos para las que se contrata, teniendo que el cliente únicamente cancelar los valores mensuales del servicio, el modem tiene un costo de USD95.00 por lo tanto este valor sería un ahorro para el usuario. Ya que al contratar Internet móvil con modem tiene el usuario que financiarlo con pagos de manera mensual a un número determinado de meses.

#### **4.4.2. Plaza**

La tecnología 3.5G HPSA + y 4G se encuentra en todas las provincias del Ecuador.

### **Potenciales intermediarios**

Entre los potenciales intermediarios se encuentran los siguientes:

Se plantea como mayoristas para comercializar paquetes pre-activados de internet móvil 3.5G y 4G en los principales centros comerciales y en especial en supermercados y son los siguientes:

- Supermaxi
- Megamaxi

- Santa María
- Fybeca
- Mi Comisariato

**Tabla 47**  
*Estrategias de plaza*

<b>MATRIZ DE PLAN DE ACCION</b>						
ESTRATEGIAS	QUE SE DEBE HACER	PARA QUÉ	CUANDO		QUIÉN	CUÁNTO COSTARÁ dólares
			FECHA	DURACIÓN		
<b>Estrategias de Plaza</b>						
<b>1. Estrategia de enfoque o segmentación</b>	Énfasis de la publicidad en clientes de 15 a 44 años	Concentrarse en un nicho de mercado en particular	15/02/2018	cuatro meses	Vendedores	\$500,00
<b>2. Estrategia de posición conveniente</b>	Diferenciarse del resto de operadoras mediante la Red 4G	Para mejorar la imagen actual y llevarla a una imagen que deseamos	01/03/2018	dos meses	Gerente	\$250.000,00
<b>3. Estrategia de nuevos puntos de venta</b>	En cada agencia de Movistar debe abrirse una oficina para internet móvil	Para captar mayor mercado	15/03/2018	seis meses	Gerente	\$250.000,00
<b>4. Estrategia de Merchandizing</b>	Adicionar a la pagina web actual un link para Internet Móvil red 4G	Para que los clientes puedan realizar sus compras por internet	01/04/2018	dos meses	Técnico en sistemas	\$2.000,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$502.500,00</b>

## **Intensidad de distribución**

### **Intensivo**

Los distribuidores mayoristas tendrán un manejo intensivo del producto.

## **Canal de distribución**

Los canales de distribución que se van a utilizar son: el canal directo donde se ofrecerán directamente al consumidor, y el canal detallista donde intervienen intermediarios y supermercados.

### **4.4.3. Precio**

Para establecer el precio del producto se tomará en cuenta los costos de producción como nivel mínimo.

La competencia exige un esfuerzo de diferenciación, se mejorarán los precios, de manera competitiva en relación a la competencia que tenga productos similares. Los precios también serán fijados, atendiendo al plan financiero que se desarrollará.

## **Precio de venta al público**

Con la tecnología 3.5G y HSPA+ varían los precios dependiendo cuál de los paquetes escoja el cliente, la estrategia que se ha usado para fijar precios es la de penetración ya que se ofrece valores menores al de la competencia con mejor cobertura, mejores servicios adicionales como instalación rápida, etc.

Los precios de venta que oferta Movistar en Internet Móvil son los siguientes:

**Tabla 48**

*Precio de planes de internet móvil HSPA+*

<b>PLAN INTERNET MÓVIL</b>	<b>Precio</b>
Plan Pool Internet Banda Ancha Móvil HSPA	Desde \$49,00 + IVA
Plan Personas Internet Banda Ancha Móvil HSPA+	Desde \$10,00 + IVA
Plan Servidor Público - Banda Ancha Móvil	Desde \$10,00 + IVA
Internet Banda Ancha Móvil Empresas 3.5G	Desde \$15,00 + IVA
Nuevos Paquetes de Megs HSPA+	Desde \$4,99 + IVA

**Tabla 49**

*Precio de planes de internet móvil 4G*

<b>PLAN INTERNET MÓVIL</b>	<b>Precio</b>
Internet móvil 4G de 2 Gigabytes (GB)	USD 35,00 +IVA
Internet móvil 4G de 5 Gigabytes (GB)	USD 50,00 + IVA

## **Descuentos**



Como incentivo para los clientes que tienen Internet Fijo se propone un descuento del 10% para los planes de internet Móvil siempre y cuando permanezcan con los dos sistemas de internet.

Con este descuento los precios que oferta Movistar, son mucho más competitivos que los que ofertan las operadoras competidoras. Sin embargo, la empresa ofrece una serie de promociones no en descuento en efectivo pero si en el servicio.

**Tabla 50**  
*Estrategias de precio*

<b>MATRIZ DE PLAN DE ACCIÓN</b>						
ESTRATEGIAS	QUE SE DEBE HACER	PARA QUÉ	CUANDO		QUIÉN	CUÁNTO COSTARÁ dólares
			FECHA	DURACIÓN		
<b>Estrategias de Precio</b>						
<b>1. Estrategia de investigación de precios</b>	Determinar el costo de producción por Kb y definir el plan financiero	Poder introducir al mercado un producto con un precio más cómodo	15/02/2018	tres meses	Gerente	\$5.000,00
<b>2. Estrategia de distribución de productos</b>	Promocionar el Servicio y productos en las diferentes agencias de Movistar de todo el país	Para evitar intermediarios en el canal de distribución	01/03/2018	un mes	Gerente de Ventas	\$40.000,00
<b>3. Estrategia de revestimiento de precios</b>	Diagnosticar el punto de equilibrio	Lograr mayores utilidades	15/03/2018	dos meses	Gerente de Ventas	\$500,00
<b>4. Estrategia de consolidación del negocio</b>	Auspiciar equipos de futbol de la serie A	Consolidar el negocio	01/04/2018	un mes	Gerente	\$120.000,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$165.500,00</b>

## **Sorteos**

Se propone realizar de manera semestral un sorteo de 10 teléfonos inteligentes (Smartphone), debido a que la empresa realiza adquisidores de equipos en grandes cantidades su costo no sería oneroso.

### **4.4.4. Publicidades**

La publicidad ayuda a comunicar los objetivos de marketing de los anunciantes a audiencias deseadas, cumple una función informativa, predispone a una persona a comprar un producto.

#### **Audiencia meta**

Para el presente plan de marketing la publicidad en medios masivos estará enfocada a potenciales clientes insatisfechos, personas comprendidas entre las edades de 15 a 44 años. La respuesta esperada de la audiencia meta es la de tomar una actitud de adquisición del servicio.

#### **Mensaje**

El contenido del mensaje se manejará mediante los siguientes niveles de atractivos:

### 1) **Atractivos racionales**

- Internet de alta velocidad 10 veces mayor a la competencia.
- Internet que se lo puede utilizar en todo el Ecuador, ciudades principales, capitales provinciales, cantones. (excelente cobertura)
- Precio más bajo que la competencia.
- Promociones.
- Beneficios en descuentos

### 2) **Atractivos emocionales**

- Estar conectado todo el tiempo con los amigos
- Disponer de tecnología de punta.
- Status al tener acceso a una red de alta velocidad única en el país.

De acuerdo a los atractivos mencionados anteriormente se puede manifestar o estructurar un mensaje.

Otro factor a tomar en cuenta en el uso de Internet móvil en las tabletas son la descargas de video juegos el consumo de dichos juegos por parte de los jóvenes es alto y una hipotética situación se puede dar cuando un joven viaja el fin de semana a una ciudad turística de nuestro país el padre se encuentra conduciendo y el hijo no tiene que hacer, para él lo más lógico es sacar su IPod o Tablet y poder jugar.

## Medios de comunicación a utilizarse

### **Audiovisuales**

- Televisión nacional.
- Televisión por cable.
- Estaciones de metro, Ecovía, Trolebús
- Anuncios en cines
- Internet (Facebook)

### **Visuales**

- Prensa nacional
- Revistas

### **Auditivos**

- Radio

**Tabla 51**  
Estrategias de Promoción

<b>MATRIZ DE PLAN DE ACCIÓN</b>						
ESTRATEGIAS	QUE SE DEBE HACER	PARA QUÉ	CUANDO		QUIÉN	CUÁNTO COSTARÁ dólares
			FECHA	DURACIÓN		
<b>Estrategias de Promoción</b>						
<b>Estrategia para impulsar</b>	Crear un sistema de cuotas e incentivos en ventas	Para que los vendedores hagan su mejor esfuerzo en ventas	15/02/2018	cuatro meses	Gerente	\$50.000,00
<b>Estrategia para atraer clientes</b>	Iniciar una campaña publicitaria para lanzar el nuevo producto	Para dar a conocer el nuevo producto de CNT-EP	01/03/2018	cuatro meses	Gerente	\$541.896,00
<b>Estrategia de reforzamiento de marca</b>	Ofrecer descuentos en los productos y servicios	Para crear lealtad en el consumidor	15/03/2018	seis meses	Gerente	\$80.000,00
<b>Estrategia del 2x1</b>	Por ejemplo recibir el doble de Megas por 6 meses	Lograr el incremento de las ventas	01/04/2018	seis meses	Vendedores	\$3.000,00
<b>TOTAL</b>						<b>\$674.896,00</b>

Se plantea las siguientes estrategias para mejorar los ingresos de las empresas de telecomunicaciones, al mejorar los servicios de atención al cliente:

- Customer-Centric Routing. Consiste en que el sistema de recepción de llamadas de clientes rutea al recurso o asistente de recepción de llamadas mas calificado, esto hace que se elimine la frustración del cliente debido a la espera en la línea de teléfono cuando requiere de información rápida, este sistema satisface los volúmenes de llamadas variables con recursos limitados.
- Mejorar la productividad integrando personal de atención al cliente al proceso de negocio atendiendo de manera efectiva, reclamos, órdenes de trabajo, cartas de los clientes, etc. es decir se modernizan procesos de centro de atención al cliente, y se aprovecha al máximo los recurso que tiene n las empresas.
- Optimizar la fuerza de trabajo es fundamental para controlar la asignación de horarios del personal de atención al cliente, horarios en función del tráfico de llamadas y la disponibilidad de recursos tecnológicos multisitio y multicanal.
- Gestión proactiva de contactos con el cliente enviando mensajes automáticos de manera personalizada, este sistema permite ofrecer información acerca de la creación, modificación y ejecución de campañas salientes de voz y multimedia.
- Utilizar el internet que permita interactuar en el momento de la manera que prefiera a través de voz, correo electrónico, Web, chat, mensajería instantánea o video.

### **Medidas para reducir los costos**

- Cerrar agencias unidades y centrarse en las que mayor aportan o son más rentables a la empresa reduciendo personal y maximizando los beneficios, mientras se eliminan aquellas que perjudican los resultados o requieran excesivos esfuerzos.
- Eliminar productos o servicios que no son rentables, los que tiene ratios de venta bajos y tienen alto costo de mantenimiento, focalizándose en los productos o servicios que son más rentables, incrementando su venta y nivel de servicio.



## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

De la aplicación de encuestas realizadas a las empresas de telecomunicaciones que han tenido aplicar la nueva normativa a los consumos especiales se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones

- Las empresas de telecomunicaciones efectivamente han sufrido impactos negativos en diferentes ámbitos tanto en el área comercial, financiera y de ingresos.
- Las afectaciones encontradas están relacionadas con disminución de clientes, disminución en la liquidez de las empresas, así como afectación a los precios de venta, desaceleración de la demanda de los servicios.
- Las empresas tengan que invertir de software y capacitación para su personal, disminución en la demanda de los servicios telefónicos, baja en los indicadores como el ROE y ROA, afectación en el margen bruto de ganancia.
- Indicadores financieros como el de Liquidez, apalancamiento, ROE y ROA para el año 2015 son menores en comparación con el año 2016, lo que indica que ese año las empresas tuvieron menos liquidez, mas endeudamiento y bajos niveles de rentabilidad.

## 5.2. Recomendaciones

- Para contrarrestar la baja en los diferentes rubros se recomienda aplicar un plan de marketing ya que el nicho de mercado más importante está compuesto por gente joven que gusta de las nuevas tecnologías, pues este es el segmento que apuntan las ventas de teléfonos inteligentes, tabletas y laptops. Y lo mismo se convierten en productos complementarios importantes.
- La infraestructura que tiene Movistar se la debe maximizar su uso para reducir costos y que pueden traducirse en una rebaja de precios de los servicios.
- La tecnología y las aplicaciones para teléfonos inteligentes aparecen constantemente por lo que se sugiere que las empresas de telecomunicaciones, hagan uso de estas aplicaciones para mejorar sus ventas.

## 6. Bibliografía

- ARCOTEL. (Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.arcotel.gob.ec/mision-vision-principios-y-valores/>
- Asamblea Constituyente. (Noviembre de 2007). *Ley Reformatoria Para La Equidad Tributaria En El Ecuador*. Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional . (Diciembre de 2007). *Ley Reformatoria Para La Equidad Tributaria Del Ecuador*. Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (Octubre de 2008). *Constitucion de la Republica*. Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (Diciembre de 2008). *Ley Reformatoria a la Ley de Régimen Tributario Interno y a la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador*. Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (2015). *Ley Orgánica de Telecomunicaciones* . Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (Junio de 2015). *Ley Organica para la Redistribucion de la Riqueza* . Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (Marzo de 2016). *Ley Orgánica De Tierras Rurales Y Territorios Ancestrales*. Quito, Pichincha.
- Asamblea Nacional. (Junio de 2016). *Ley Organica para la Redistribucion de la Riqueza*. Quito, Pichincha.
- Centro de Estudios Fiscales . (2017). *Presión fiscal*. Obtenido de <https://cef.sri.gob.ec/mod/page/view.php?id=11066>
- CEPAL . (2016). *Tributación para un crecimiento inclusivo* . Obtenido de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39949/S1600238\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39949/S1600238_es.pdf)

- Cepeda, J. P. (2015). *Historia de los impuestos en el Ecuador*. Quito: SRI PUCE THE.
- CNT EP. (2012). *El Comercio*. Obtenido de CNT EP.:  
[http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Corporacion\\_Nacional\\_de\\_Telecomunicaciones-CNT-Cesar\\_Regalado-HSPA-telefonía\\_celular\\_0\\_524347621.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Corporacion_Nacional_de_Telecomunicaciones-CNT-Cesar_Regalado-HSPA-telefonía_celular_0_524347621.html)
- CNT EP. (2017). *El Comercio*. Obtenido de CNT EP.:  
[http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Corporacion\\_Nacional\\_de\\_Telecomunicaciones-CNT-Cesar\\_Regalado-HSPA-telefonía\\_celular\\_0\\_524347621.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Corporacion_Nacional_de_Telecomunicaciones-CNT-Cesar_Regalado-HSPA-telefonía_celular_0_524347621.html)
- Congreso Nacional. (Diciembre de 1997). *Ley de creación del servicio de rentas internas*. Quito, Pichincha.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley de Regimen Tributario Interno*. Quito, Pichincha.
- Congreso Nacional. (Octubre de 2005). *Código Tributario*. Quito, Pichincha.
- EUMED. (19 de Julio de 2017). *EUMED*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/912/Historia%20de%20los%20impuestos.htm>
- Instituto Peruano de Economía. (2017). *Presión Tributaria*. Obtenido de <http://www.ipe.org.pe/content/presion-tributaria>
- Ministerio de Telecomunicaciones. (Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/valores-mision-vision/>
- PANAMPOST. (18 de Diciembre de 2014). *PANAMPOST*. Obtenido de <http://es.panampost.com/panam-staff/2014/12/18/ecuador-castiga-con-impuesto-a-empresas-de-telecomunicaciones/>
- Presidencia. (Enero de 2013). *Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Redistribución de los ingresos para el Gasto Social*. Quito, Pichincha.

Servicio de Rentas Internas. (Septiembre de 2016). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/tierras-rurales>

Servicio de Rentas Internas. (Septiembre de 2017). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/tierras-rurales>

SRI. (Septiembre de 2016). *Impuesto a los activos en el exterior*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/activos-en-el-exterior>

SRI. (Septiembre de 2016). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>

wikipedia. (2014). *wikipedia.com*. Obtenido de HSPA: <http://es.wikipedia.org/wiki/HSPA%2B>