



Impuesto selectivo al consumo y su impacto en
decisiones empresariales en fabricantes de bebidas
alcohólicas, Perú

*Selective consumption tax and its impact on business decisions of
alcoholic beverage manufacturers, Peru*

Carlos Alonso Huancachoque Martínez

U201821230@upc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0008-0094-7882>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Marcelo Sebastian Martínez Gonzalez

U20181e525@upc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0002-3339-0095>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Jeremy Rafael Rafael Aparco

U20191A968@upc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0007-6481-1354>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Anthony Ronaldo Rosas Ramírez

U201911473@upc.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0004-0712-8979>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Carmen del Rosario Villavicencio Laca

pccacavi@upc.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-8666-8316>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú

Recibido: 01-05-2024

Aceptado: 10-05-2024

Publicado: 17-05-2024

Cita en APA: Huancachoque Martínez , C. A., Martínez Gonzalez , M. S., Rafael Aparco , J. R., Rosas Ramírez , A. R., & Villavicencio Laca, C. del R. (2024). Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú. Revista Científica Empresarial Debe-Haber, 2, 21. <https://doi.org/10.62939/debehaber202421>

Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú

Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú

Selective consumption tax and its impact on business decisions of alcoholic beverage manufacturers, Peru

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito determinar la incidencia tributaria generada por la comercialización de bebidas alcohólicas en el ámbito nacional. Este tema adquiere relevancia por sus implicaciones económicas y contables debido a que es un producto de alto consumo en el país. La elección se fundamenta en la creciente popularidad del consumo de estos productos en la sociedad contemporánea. La investigación se focalizará en el marco del impuesto selectivo al consumo, explorando su aplicación y su impacto financiero, así como su influencia en la recaudación fiscal y la demanda del mercado.

En este contexto, se examinarán las posibles implicaciones contables que podrían surgir como consecuencia de la tributación de las bebidas alcohólicas, destacando los efectos que podría tener en las decisiones empresariales. La metodología adoptada para este estudio será cuantitativa, utilizando como herramienta principal las entrevistas. Esta aproximación permitirá obtener una comprensión integral de cómo la tributación de estos productos puede modelar diversos aspectos de una empresa y su implicancia en la toma de decisiones.

En las entrevistas, se pretende interpretar la relación entre la tributación de las bebidas alcohólicas y su impacto en la recaudación fiscal y la demanda del mercado, proporcionando una perspectiva para las empresas del sector y académicos interesados en esta área. Este enfoque permitirá explorar las complejidades de la tributación del Impuesto Selectivo al Consumo en este sector específico y contribuirá a la comprensión de cómo las decisiones pueden influir en la estructura económica.

Palabras clave: Tributario, bebidas alcohólicas, nacimiento de obligaciones, financiera, implicaciones.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to determine the tax incidence generated by the marketing of alcoholic beverages at the national level. This issue becomes relevant due to its economic and accounting implications because it is a highly consumed product in the country. The choice is based on the growing popularity of the consumption of these products in contemporary society. The research will focus on the framework of the selective consumption tax, exploring its application and its financial impact, as well as its influence on tax collection and market demand.

In this context, the possible accounting implications that could arise as a result of the taxation of alcoholic beverages will be examined, highlighting the effects they could have on business decisions. The methodology adopted for this study will be quantitative, using interviews as the main tool. This approach will allow a comprehensive understanding of how the taxation of these products can shape various aspects of a company and its implication in decision making.

In the interviews, the aim is to interpret the relationship between the taxation of alcoholic beverages and its impact on tax collection and market demand, providing a perspective for

companies in the sector and academics interested in this area. This approach will allow exploring the complexities of Selective Consumption Tax taxation in this specific sector and will contribute to the understanding of how decisions can influence the economic structure.

Keywords: Tax, alcoholic beverages, birth of obligations, financial, implications.

INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes

La investigación de Abouk et al. (2023), tiene como objetivo explicar la aplicación del impuesto a la comercialización de las empresas con respecto a las bebidas alcohólicas y a su vez esto como afecta en la demanda que tienen, asimismo, nos mencionan que esto ha aportado en gran parte a la regulación agresiva con respecto a los impuestos por parte de los gobiernos locales y estatales por lo que se creó la regulación de los impuestos END, lo que se busca con esto, es que el consumo masivo de este producto disminuya, ya que se demostró mediante estudios científicos que provoca severos daños a la salud.

Según Narro, J., & Gutiérrez, J. H. (1997), en los resultados vemos una reducción de la compra de bebidas alcohólicas en el estado. Pero su consumo no disminuyó tanto porque los consumidores compraban en estados cercanos con impuestos más bajos. De manera similar, esta medida fue reducida por los brotes de afecciones al hígado y riñones.

De acuerdo a los autores Chávez-Díaz et al. (2023), explican en su artículo sobre la recaudación tributaria y cómo ésta impacta en el crecimiento y desarrollo económico de un país, pues recaba factores sociales para el desarrollo sostenible de la ciudadanía, asimismo, explican sobre la importancia que tienen los contribuyentes y que estos cumplan sus funciones.

Por otro lado, Saturnino et al. (2023), explican sobre la implicancia tributaria que tienen algunos productos y cómo tratarlos, pero también explican sobre la evasión de impuestos a pagar por ciertos productos que se comercializan, asimismo uno de los objetivos que dan a conocer es sobre la cultura tributaria en pequeñas empresas del distrito de San Juan de Lurigancho. Por otro lado, se aborda temas importantes como las obligaciones que tienen las personas jurídicas, pues éstas están obligadas a cumplir con sus obligaciones fiscales cada mes, sin embargo, muchas de estas personas no saben cómo declarar sus impuestos según ley, es por eso que en varias ocasiones no lo hacen en los plazos establecidos, la cultura tributaria es tomada en cuenta en el sentido de importancia más en un entorno empresarial.

En adición a ello, Tellez Neira et al. (2020), explora las implicaciones económicas y contables de las políticas fiscales implementadas, incluyendo su influencia en la industria cervecera, los ingresos gubernamentales, la equidad tributaria y la percepción de los consumidores. A través de datos empíricos y análisis de tendencias, este resumen proporciona una visión integral de cómo Colombia ha utilizado la tributación como herramienta para cumplir con los compromisos del convenio. Estos hallazgos son de relevancia no solo para el país, sino también para otras naciones que buscan implementar estrategias fiscales efectivas en el contexto del control de bebidas alcohólicas y la salud pública, cambios en las tarifas impositivas, las estrategias para evitar la evasión fiscal y el contrabando.

Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú

Este impuesto, diseñado para desincentivar el consumo de productos perjudiciales para la salud y el bienestar de la población, ha generado un impacto significativo en las empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas en el país. A medida que el gobierno peruano busca equilibrar sus finanzas y promover un estilo de vida más saludable, es esencial comprender cómo esta medida fiscal ha afectado a las empresas en términos de costos, precios, y la dinámica de mercado en el sector de bebidas alcohólicas.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2015), ha reportado que en nuestro país los adultos (de 15 años a más) consumen alrededor de 9,9 litros de alcohol puro per cápita al año, ubicando al Perú entre los países latinoamericanos con mayor consumo, específicamente en el tercer lugar. Entre las bebidas registradas, la cerveza es la que se consume con mayor frecuencia (88%), seguida de otras bebidas espirituosas y, en menor medida, el vino. Se estima que actualmente en nuestro país existen alrededor de 1,5 millones de alcohólicos. Sin embargo, el problema es más grave en la población general porque muchas personas lo consumen ocasionalmente hasta el punto de intoxicarse, exponiéndose a todo tipo de accidentes, incluidos accidentes automovilísticos, infecciones de transmisión sexual y lesiones de conducta. de violencia. violencia. Una de las características más preocupantes del consumo excesivo de alcohol es que sus efectos no sólo afectan al bebedor sino que muchas veces también afectan a otras personas, como es el caso de los accidentes automovilísticos, accidentes, asesinatos, etc. de personas, violencia doméstica y otros acontecimientos adversos.

Asimismo, Sierra, J. (2022), en su artículo “Las tendencias tributarias del sector gastronómico en Colombia durante la COVID-19” menciona que hay nuevas formas de tributar debido a la pandemia en Colombia en los sectores de consumo incluso en el consumo selectivo, donde se busca reducir el daño con tributos. Se hizo con el apoyo de la Aduana y los directores tributarios del país. A través de la tecnología y las plataformas de mercado se espera que el consumidor se adapte no solo al consumo balanceado sino también a un consumo selectivo que permita que asuman el proceso tributario.

Según la revista Estrategia y Negocios (2023), El presidente de la Cámara de Importación y Comercio de Vinos y Licores de Lima estima que el mercado de bebidas alcohólicas en Perú alcanzará un valor de 1.455 millones de soles (unos USD 440 millones) en 2023, un aumento del 11,9% respecto a 2022.. Sobre el desempeño del mercado en 2022, dijo que las transacciones registraron ganancias anuales positivas de más de 1.300 millones de dólares, un 11,3% más que en 2021, cuando todas las categorías de productos básicos, bebidas alcohólicas, registraron un crecimiento.

Según el Instituto Peruano de Economía (2020), la presión tributaria en Perú se ha mantenido prácticamente sin cambios durante los últimos 25 años y es aproximadamente el 14% del PIB, más baja que la de otros países de la región y menos de la mitad de la presión tributaria en los países de la OCDE. Los principales factores que explican las bajas tarifas incluyen la alta informalidad del trabajo y la baja productividad laboral, que se explica por la concentración de negocios en microempresas. Por lo tanto, los ingresos del impuesto sobre la renta de las empresas y de las personas físicas provienen de una porción muy pequeña de los contribuyentes: grandes empresas y trabajadores de altos ingresos.

Estos ingresos se sustentan en impuestos indirectos recaudados a través del consumo, principalmente el Impuesto General a las Ventas (IGV), que representa casi la mitad de los

ingresos tributarios. De manera similar, alrededor del 5,7% de los ingresos tributarios de los últimos cinco años provinieron del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC).

Crespo García & Romero Lalangui (2023), indican que la cultura tributaria impacta de manera directa en el desarrollo económico de un país, es por eso que instan a los contribuyentes a cumplir con dichas obligaciones, también hablan sobre la recaudación de impuestos, pues esto es muy importante para el crecimiento de un país. Por otro lado, hablan que los gobiernos en su mayoría lo que hacen es subir el impuesto a productos que son malos para la salud, esto para reducir su compra y también para recaudar más impuestos, sin embargo muchas veces esto es declarado incorrectamente, tal es el caso de las bebidas alcohólicas.

Como nos relata Paulo, J. (2016), en su artículo “SUBSÍDIOS DE ANÁLISE DA TRIBUTAÇÃO DO JOGO EM PORTUGAL” nos indica que se aplica una tributación especial que busca un impuesto más definido, se usan fórmulas complejas para evitar las consecuencias indeseables personales y sociales.

Se busca limitar el consumo de bebidas alcohólicas para mejorar las relaciones sociales, de la mano con el ISC para limitar al consumidor, y buscar mejor sociabilidad y costumbres que puedan ser transmitidas a nuestros descendientes.

MARCO TEÓRICO

2.1. Variable Independiente: Impuesto selectivo al consumo

Para el desarrollo de este trabajo de investigación escogimos una variable independiente el cual será nuestro objetivo de estudio, la variable de la que hablamos es el impuesto selectivo al consumo o comúnmente conocido por sus siglas (ISC).

Según Víctor Hugo et al. (2017), explica que el ISC ayuda en la incrementación de la recaudación, asimismo, indica que el aumento de los impuestos tiene que ser un proceso constante para que así se siga sosteniendo con la efectividad en la que se les aplica a diferentes productos, por otro lado, también nos hablan sobre cuánto tienen que ver los contribuyentes y sus obligaciones tributarias.

2.1.1. Nacimiento de la obligación tributaria. Esta dimensión de la variable independiente es muy importante, ya que a partir de este tema se definen ciertas condiciones para el cálculo de las obligaciones tributarias a las que estamos sujetos todas las personas naturales. Asimismo, Molina Armenta (2017), nos menciona que las obligaciones tributarias se realizan a través de esquemas graduales y que esto depende en su mayoría de veces de convenios entre organizaciones del gobierno y entidades nacionales para que vayan de la mano entre sí y trabajen en conjunto para que desarrollen la descentralización tributaria.

Tasas aplicables: Son prestaciones de dinero que el gobierno en virtud exige de manera obligatoria mediante decretos y leyes.

Capacidad contributiva al estado: Son acciones de todas las personas que en temas contables se les llama contribuyentes, asimismo estas aptitudes están sujetas pasivamente a las obligaciones tributarias que se generan en un periodo determinado.

Generador de obligaciones tributarias: Este indicador explica los presupuestos que se establecen según la ley para sujetar los tributos, por otro lado, son estos quienes generan el nacimiento de la obligación tributaria.

Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú

2.1.2. Cálculo del Impuesto. Según (Monterrey Mayoral & Sánchez Segura, 2017), el cálculo del impuesto se basa en el precio de venta del producto; sin embargo, este se ve influenciado por el volumen que tiene y la concentración de este. Es por ello por lo que destaca la correcta información del etiquetado del producto por parte de los proveedores. Por otro lado, se pueden hallar variaciones dependiendo de los estados en donde se realice la venta.

Control tributario y declaraciones honestas: En la administración tributaria en específico del ISC, estos son procesos por los cuales se controlan las declaraciones contributivas para así ayudar en la mitigación de facturas ilegales, asimismo, también evitar fraudes, como lo es el ejemplo de compañías fantasmas

Porcentaje de ingresos recaudados por Ad Valorem: Estos son impuestos que gravan importaciones y son establecidos por el arancel de Aduana del país correspondiente, en el caso del Perú la tasa impositiva consta de 4 niveles que oscilan entre 0%, 4% 6% y 11%.

Porcentaje de ingresos recaudados por impuesto único/fijo: En este caso son impuestos ofrecidos por la SUNAT, asimismo, este impuesto es el que genera más recaudación en temas de importancia y desarrollo del país nos referimos a al impuesto general a las ventas (IGV), los cuales se aplican en bienes y servicios que ofrecen las empresas.

2.1.3. Sujetos del Impuesto. Según Culquicondor (2019), señala que los bienes gravados por este impuesto contienen diversas características, tales como: poseer una demanda inelástica, pocos proveedores, ausencia de sustitutos y que su consumo cause efectos nocivos para la salud y el medio ambiente. Entre ellos se puede encontrar los juegos de azar, combustibles, bebidas azucaradas y alcohólicas, entre otras.

Contribuciones: Son tributos que se pagan mensual y anualmente a cargo de personas físicas, estas aportaciones o pagos que se realizan son para el beneficio público cuya justificación se encuentra tipificada según ley.

Naturaleza de riesgo nocivo para la salud: Estos impuestos se les aplica a los productos que son más nocivos para la salud, por lo que se les establece tasas relativamente un poco más altas que el resto de los productos.

Regulación de las bebidas alcohólicas: Las bebidas alcohólicas en el país están reguladas por la Comisión Federal de Riesgos Sanitarios, a su vez ellos trabajan de la mano con la SUNAT en caso existan negligencias en cuanto a la elaboración para tipificar su respectiva multa, ya que este producto está sujeto al impuesto.

Objetivos de desarrollo sostenible: Salud y bienestar: Esta ODS explica sobre los productos que están sujetos al impuesto y que requerimientos deben cumplir para su comercialización.

2.2. Variable Dependiente: Decisiones empresariales

Para el desarrollo de este trabajo de investigación escogimos una variable dependiente el cual serán las decisiones empresariales de la comercialización de bebidas alcohólicas en el país. Esta variable se refiere al comportamiento tributario y contable de este producto. Según la revista Estrategias y Negocios (2023), respecto al desempeño del mercado en 2022, sostuvo que las transacciones registraron un desempeño anual positivo por más de S/ 1.300 millones, lo que representó un avance de 11,3 % respecto a 2021, donde todas las categorías reportaron crecimientos. La actualización anual en el ISC a las bebidas con más de 20 grados de alcohol aumenta algunos céntimos en sus respectivos precios, esto es un indicador para evaluar de cierta manera la rentabilidad. Por ejemplo, ha habido casos en anteriores incrementos que significaron

una pérdida del 5% de los ingresos de las bodegas que es donde generalmente se comercializan estos productos.

2.2.1. Decisiones financieras. Esta dimensión se refiere a las acciones que toma una empresa o un individuo para administrar sus recursos para generar rentabilidad. Estas decisiones pueden incluir, entre otras, asignación de capital, inversiones, financiación y gestión de riesgos. Las decisiones financieras tienen un impacto directo en la situación financiera y la estabilidad de una organización. El Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) afecta directamente el costo de producción y el precio de venta de las bebidas alcohólicas. Las empresas que venden estos productos sujetos al ISC pueden verse obligadas a aumentar los precios para poder compensar esa carga fiscal. Esto puede influir en las decisiones de fijación de precios y rentabilidad de la empresa.

Ratios de liquidez: Verifica si una empresa puede hacer frente a un compromiso o préstamo del banco en pocos días.

Ratios de Rentabilidad: Mide la capacidad de una compañía para brindar riqueza, y esta última en relación con el volumen invertido.

Índice de crecimiento de ingresos/costos: Se enfoca en medir los ingresos mensuales y su aumento. Es útil para empresas que recién comienzan.

2.2.2. Decisiones operativas. Por otro lado, tenemos las decisiones operativas que se refiere a las acciones que toman las empresas para cumplir sus objetivos estratégicos. Estas decisiones abarcan una amplia gama de actividades, desde la gestión de inventarios y procesos de producción hasta la gestión de canales de distribución y gestión de recursos humanos. Las decisiones operativas relacionadas con los procesos de producción pueden influir en la eficiencia y en los costos. El ISC puede afectar la cadena de suministro y procesos de producción para minimizar la carga fiscal y cuidar la eficiencia.

Eficiencia de producción: Se utilizan de manera las bebidas alcohólicas con el justo ISC, se reducen los costos y se maximiza la producción.

Rotación de inventarios: Se mide la velocidad con la que se consumen las bebidas alcohólicas en un periodo. Es decir, la venta que se obtuvo.

Costo de unidad: Es un valor medio de las bebidas alcohólicas, que a cierto volumen producido se incrementa una unidad de bebida.

Mermas y desmedros: Las mermas son las pérdidas físicas de existencias de bebidas alcohólicas y los desmedros son pérdidas en la parte cualitativa que hacen las bebidas inutilizables.

2.2.3. Decisiones de inversión. Las decisiones de inversión se refieren a las elecciones que las empresas hacen en cuanto a cómo asignar sus recursos financieros para proyectos, activos y adquisiciones para obtener rentabilidad. El ISC puede introducir incertidumbre en las decisiones de inversión, ya que las tasas de impuestos y las regulaciones pueden cambiar con el tiempo como en el caso de Perú que anualmente el Ministerio de Economía y Finanzas actualizan las tasas aplicables. Las empresas deben evaluar los riesgos asociados con la inversión, incluyendo el riesgo de cambios en las tasas de ISC y regulaciones fiscales.

Rendimiento del mercado: En un periodo específico el ISC va a determinar el grado de consumo de bebidas alcohólicas.

Relación costo/beneficio: Esta mide la relación que tienen en el mundo las bebidas alcohólicas y el ISC en un periodo de alrededor de 30 días en que se aplica.

Impuesto selectivo al consumo y su impacto en decisiones empresariales en fabricantes de bebidas alcohólicas, Perú

Valor actual neto/tasa de retorno: Sirve para evaluar aquellos proyectos como el de impuestos para retribuir la inversión en consumo de bebidas alcohólicas.

METODOLOGÍA

3. Metodología

3.1 Nivel e investigación

Se aplicará una metodología descriptiva, ya que permite recopilar datos y objetivos sobre diversos aspectos del entorno empresarial. Esto incluye datos sobre la competencia, el mercado, los clientes, los empleados y otros factores relevantes para la toma de decisiones. Además, ayuda a dar un seguimiento al entorno empresarial y plantear nuevas hipótesis al área de investigación.

Esto nos ayuda a tener un preámbulo del tema principal a tratar, la disminución del consumo de bebidas alcohólicas. Cuando en la sociedad se está incrementando el abuso de estas bebidas y los ciudadanos y autoridades no saben cómo detenerlo, se recurre a los impuestos y al gobierno para poder frenar el exceso.

3.2 Diseño

El diseño que tiene este trabajo de investigación es no experimental descriptivo, esto debido a que se quiere investigar sobre las decisiones empresariales de empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas y el impacto que existe con respecto a la aplicación del impuesto selectivo al consumo, por otro lado, este impuesto va a reducir el consumo de manera gradual en los primeros días, y va a restarle poder al consumidor.

Un diseño más acorde al tema vendría a ser a través de los modelos o fórmulas de impuestos como el ISC que dividen a los consumidores y los desunen en sus fiestas o reuniones sociales impidiendo así se aglomere la muchedumbre.

3.3 Entorno de la investigación

El entorno de la investigación son las empresas fabricantes comercializadoras de bebidas alcohólicas en el Perú, asimismo se usarán diferentes herramientas para la recolección de información las cuales son encuestas y entrevistas.

Estas empresas son unificadas y monopolizadoras del mercado, tienen muchos años de trayectoria y buscan seguir fortaleciéndose frente al público. Las grandes empresas buscan acaparar todo el mercado y hacer lo que deseen con el servicio al cliente y producto no a tan alta calidad como en el extranjero, se espera poder hacer una inversión local para los grandes cerveceros peruanos que puedan competir con un producto novedoso.

3.4 Población y participantes

La población que se utilizará para esta investigación son 12 personas pertenecientes de las 3 empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas en el país que cotizan en bolsa, entre ellas están:

Tabla 1

Representantes de empresas fabricantes de bebidas alcohólicas

Empresa	RUC	Dirección	Representantes
Cervecería Backus y Johnston S.A.	20101021034	Av. Nicolás Ayllón 3986 Ate - Lima	3
Cervecería San Juan S.A.	20128915711	Carretera Federico Basadre Km. 13 - Pucallpa	3
Corporación Cervesur S.A.A.	20100228352	Av. Alfonso Ugarte Nro. 521 Z.I. Cercado	3

Nota: Elaboración propia

$$n = \frac{(p \cdot q) \cdot z^2 \cdot N}{(e)^2 (N - 1) + (p \cdot q) z^2}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Total de población.

Z = 95% (Para un nivel de seguridad de 95% el coeficiente Z = 1.96)

p = Empresas donde el ISC si afecta en las decisiones empresariales. (p = 0.5)

q = Empresas donde el ISC no afecta en las decisiones empresariales. (q = 0.5)

e = Error en la muestra. (e = 0.05)

Fórmula: $n = ((0.5) \times (0.5)) / ((0.05 / 1.96 + ((0.5) \times (0.5)) / 3))$

$$n = 11.6659580929 = 12$$

Para fines de la investigación se considerará como muestra para las encuestas a 10 contadores que trabajan en empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas.

3.5 Materiales

Los materiales usados para el trabajo de investigación y para la recolección de información verídica fueron encuestas y entrevistas.

3.5.1 Encuestas

En la investigación cuantitativa, para el desarrollo de este trabajo de investigación se elaboró una encuesta a 10 contadores con preguntas estratégicas extraídas de las dos variables de estudio, asimismo usamos una escala Likert esto para determinar las afirmaciones con respecto al problema tratado donde:

Tabla 2

Escala de Lickert

1= En desacuerdo
2= Algo en desacuerdo
3= Ni desacuerdo ni en desacuerdo
4= Algo de acuerdo
5= Muy de acuerdo

Nota: Elaboración propia

La aplicación de la encuesta permite la recolección de datos estadísticos para así obtener información de manera fiable y relevante acerca del tema que se está investigando, de acuerdo a Orellana y Sánchez (2006), nos dicen que el utilizar cuestionarios nos permite recopilar información de carácter investigativo, pues nos proporciona respuestas objetivas y cuantificables, es decir, que se pueden medir, por otro lado, para la presente investigación se usará este instrumento de recolección de datos cuya función principal es, obtener información acerca de nuestra población.

3.5.2 Entrevistas

En la investigación cualitativa aplicamos la entrevista a 3 expertos que tengan contacto directo con las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas, asimismo planteamos 3 preguntas con respecto a la variable independiente y 3 preguntas con respecto a la variable dependiente, esto para tener un enfoque de investigación más científico y cumplir con una serie de criterios a considerar para que los métodos de recolección de datos puedan cumplir con la investigación y tener resultados confiables.

Tabla 3

Expertos para la entrevista

Entrevistado	Ocupación	Empresa
Edith Delia Pari Vilca	Contadora Pública especializada en Tributación empresarial	Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria
Alfredo Gonzalez Diaz	Analista contable/Tributos	Cervecería Backus y Johnston S.A. - AB InBev
Fiorella Duarte	Finance Assistant	Cervecería Backus y Johnston S.A.

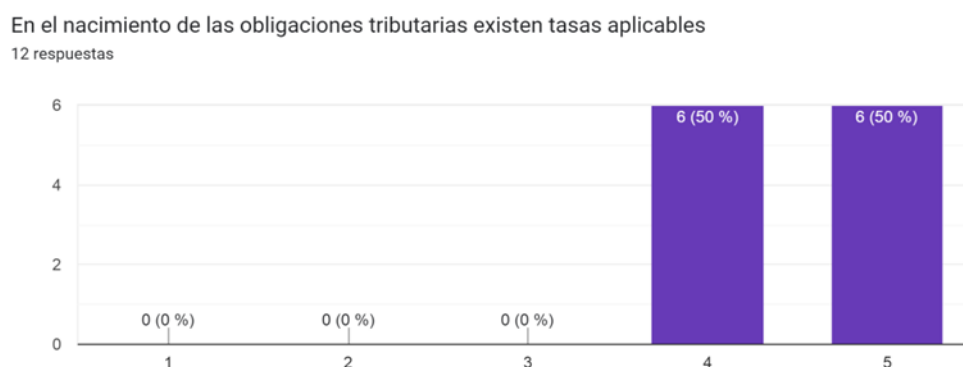
Nota: Elaboración propia.

3.5 Análisis cuantitativo

Se realizó un cuestionario donde el primer bloque era sobre la aplicación del ISC y el segundo bloque era sobre las decisiones empresariales. Los participantes eligieron en escala del 1 si estaban en desacuerdo al 5 si estaban muy de acuerdo y la mayoría de los resultados fueron de 4 y 5, Este cuestionario no hace otra cosa que describir el artículo trabajado y nos da la posibilidad de brindar un mejor estudio estadístico. Cada afirmación del cuestionario tiene un factor medible que es relevante en este artículo. Se tuvo que volver a enviar los cuestionarios debido a un alfa de Cronbach menor del mínimo requerido de 0.7

Asimismo, dentro de las encuestas realizadas se encontró que alrededor del 75% se encuentra muy de acuerdo con que el cálculo de los impuestos influye en el porcentaje de ingresos recaudados por Ad Valorem, así como, que en los costos incurridos por una unidad vendida afecta las decisiones operativas. En adición a ello, se obtuvo una media de respuesta de 4.5 en cuanto a la afirmación que el cálculo del impuesto influye en el porcentaje de ingresos recaudados por impuesto único/fijo, por lo que se deduce que los encuestados cuentan con un grado coincidencia alta frente a esta afirmación. Por último, se destacó que las empresas se encuentran planificando dentro de sus estrategias objetivos de desarrollo sostenible relacionados a productos afectados al impuesto selectivo al consumo.

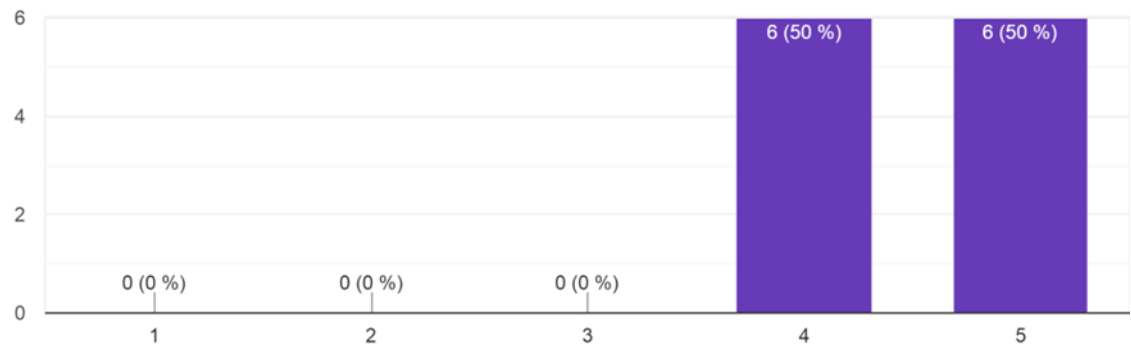
Figura 1



Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la existencia de tasas aplicables en el nacimiento de las obligaciones tributarias y el 50% algo de acuerdo

Figura 2

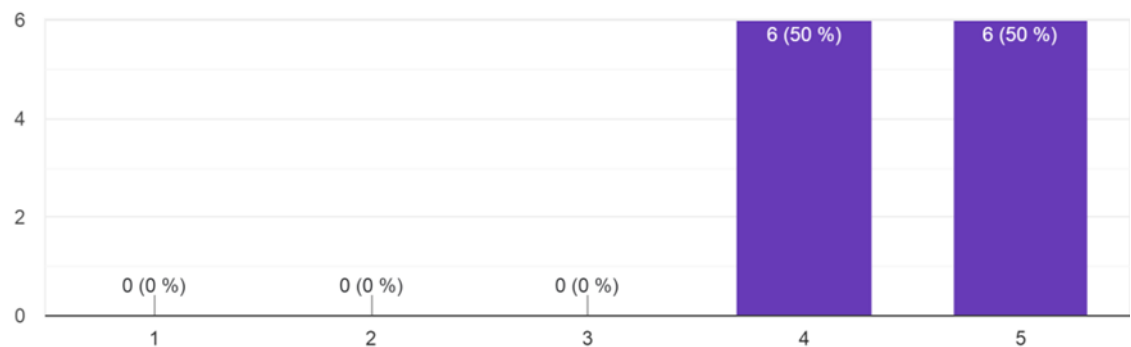
En el nacimiento de las obligaciones tributarias se conoce la capacidad contributiva del estado.
12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la capacidad contributiva del estado en el nacimiento de las obligaciones tributarias y el 50% algo de acuerdo

Figura 3

En el nacimiento del ISC se cumple el rol de generador de control tributario
12 respuestas

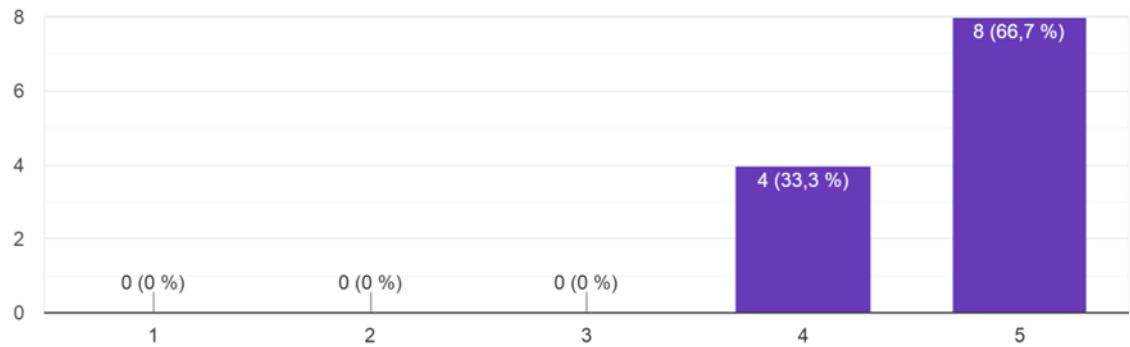


Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto al rol de generador de control tributario en el nacimiento de las obligaciones tributarias y el 50% algo de acuerdo

Figura 4

El cálculo del impuesto cuenta con un control tributario

12 respuestas

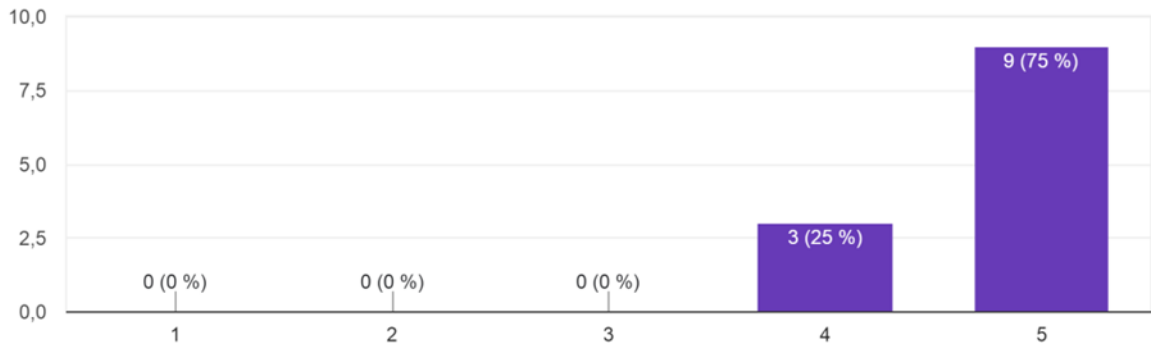


Nota. De los 12 encuestados, el 66.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto al control, tributario y el 33.3% algo de acuerdo

Figura 5

El cálculo del impuesto influye en el porcentaje de ingresos recaudados por Ad Valorem.

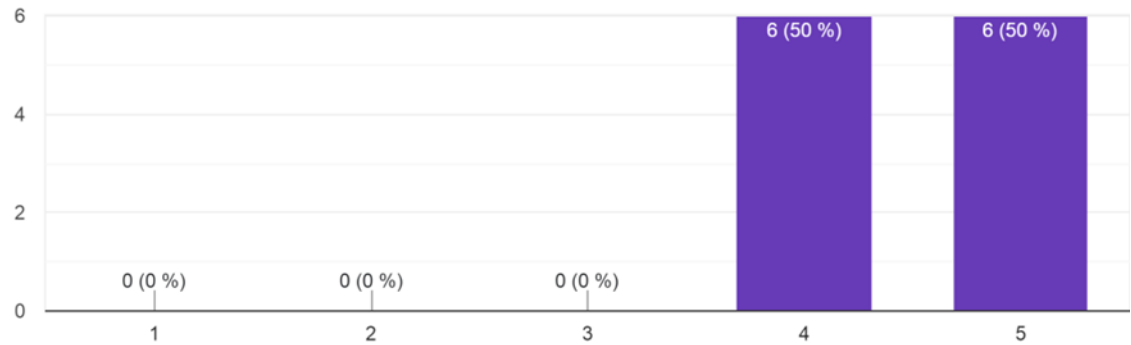
12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 75% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia del Ad Valorem en el cálculo del impuesto y el 25% algo de acuerdo

Figura 6

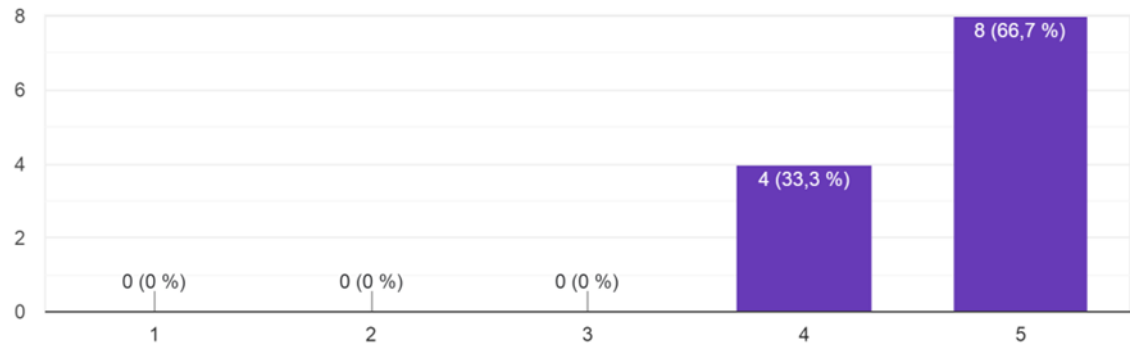
El cálculo del impuesto influye en el porcentaje de ingresos recaudados por impuesto único/fijo
12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia de ingresos recaudados en el cálculo del impuesto y el 50% algo de acuerdo

Figura 7

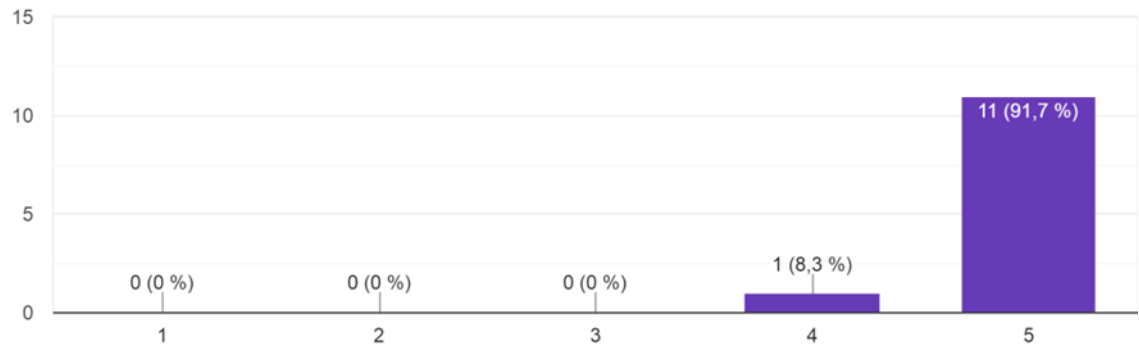
Existen contribuciones sujetas al impuesto selectivo
12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 66.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto a las contribuciones sujetas al impuesto selectivo y el 33.3% algo de acuerdo

Figura 8

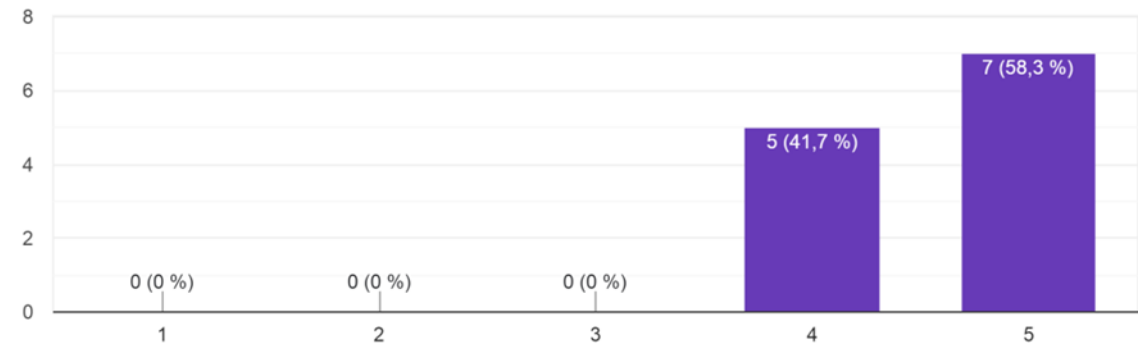
Existe riesgo nocivo de salud con respecto a productos sujetos del impuesto selectivo al consumo
12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 91.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto al riesgo nocivo hacia la salud y los productos sujetos a este impuesto y el 8.3% algo de acuerdo

Figura 9

Las regulaciones tributarias existen en la comercialización de bebidas alcohólicas.
12 respuestas

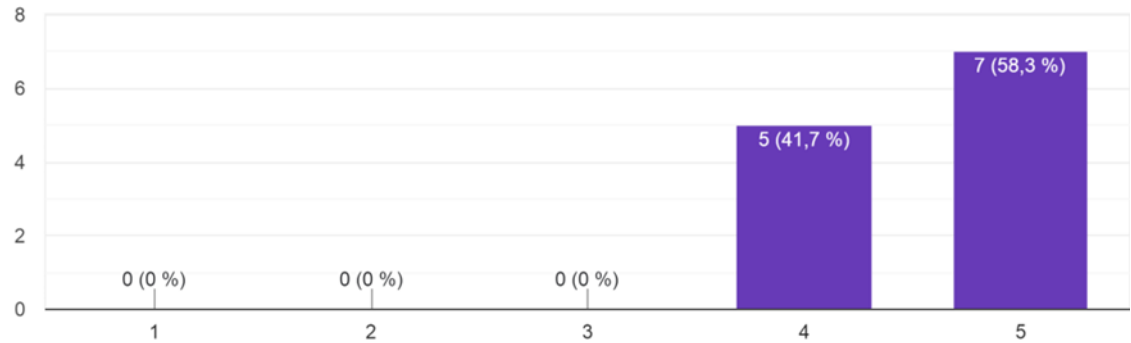


Nota. De los 12 encuestados, el 58.3% de ellos están muy de acuerdo con respecto a las regulaciones tributarias en la comercialización de bebidas alcohólicas y el 41.7% algo de acuerdo.

Figura 10

Tiene objetivos de desarrollo sostenible los productos sujetos de un impuesto selectivo al consumo

12 respuestas

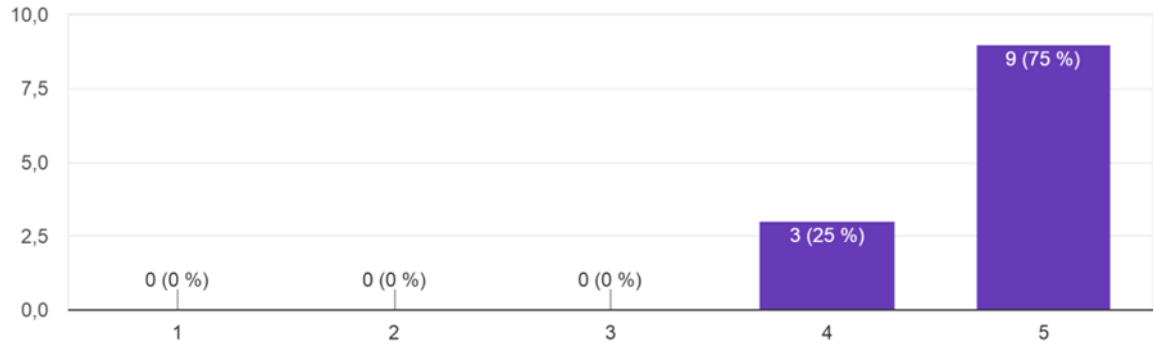


Nota. De los 12 encuestados, el 58.3% de ellos están muy de acuerdo con respecto a los objetivos de desarrollo sostenible y entre ellos los sujetos al impuesto y el 41.7% algo de acuerdo

Figura 11

Los ratios de liquidez afecta la toma de decisiones empresariales financieras

12 respuestas

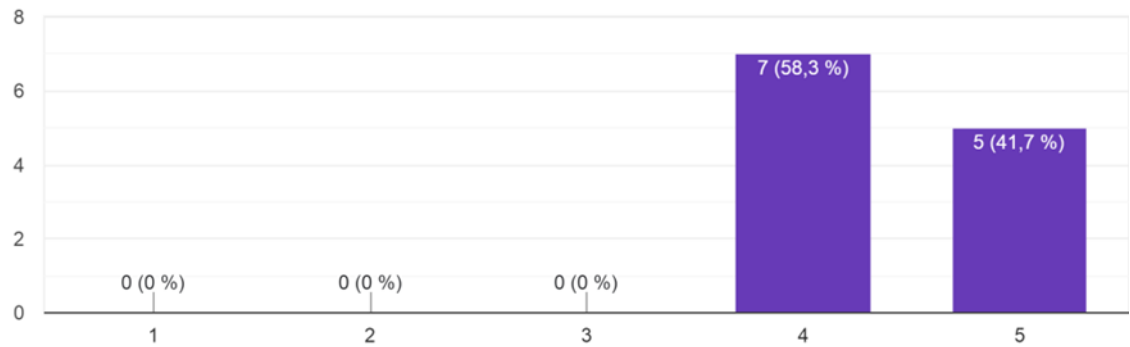


Nota. De los 12 encuestados, el 75% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la afectación de las ratios de liquidez en la toma de decisiones financieras y el 25% algo de acuerdo

Figura 12

Los ratios de rentabilidad afecta la toma de decisiones empresariales financieras

12 respuestas

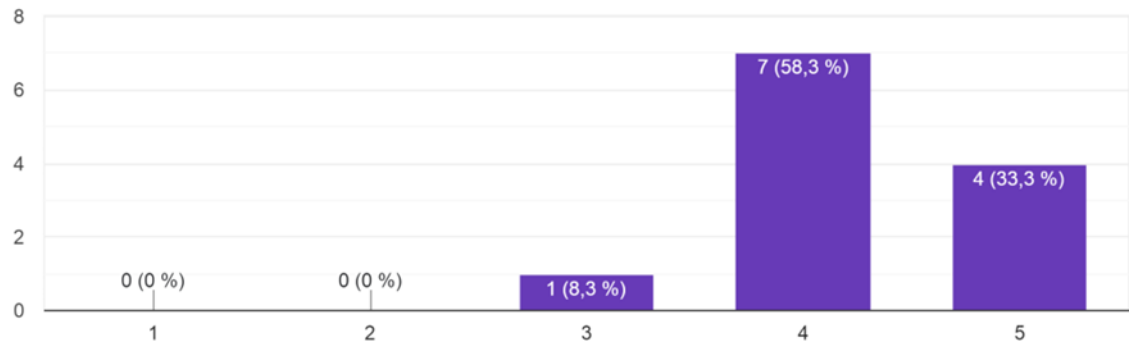


Nota. De los 12 encuestados, el 41.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la afectación de las ratios de rentabilidad en la toma de decisiones financieras y el 58.3% algo de acuerdo

Figura 13

Las decisiones financieras se ven influidas por los índices de crecimiento de los ingresos de las empresas

12 respuestas

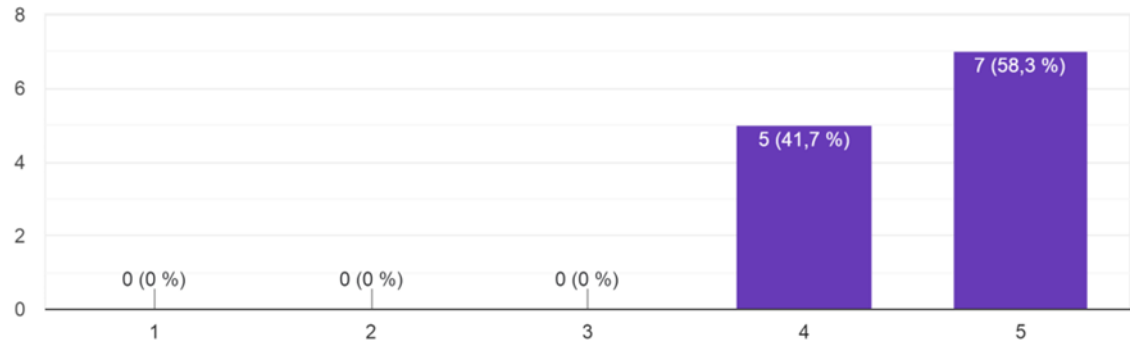


Nota. De los 12 encuestados, el 33.3% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia de índices de crecimiento en las decisiones financieras y el 58.3% algo de acuerdo y el 8.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 14

Las decisiones operativas intervienen en la eficiencia de producción de las empresas
comercializadoras de bebidas alcohólicas en el Perú

12 respuestas

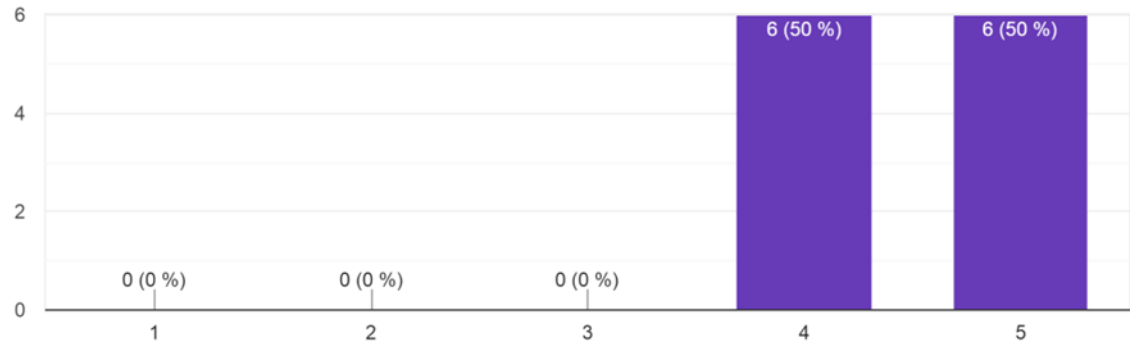


Nota. De los 12 encuestados, el 58.3% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la intervención de eficiencia de las empresas comercializadoras de bebidas alcohólicas en las decisiones operativas y el 41.7% algo de acuerdo

Figura 15

Las decisiones operativas intervienen en la rotación de inventarios

12 respuestas

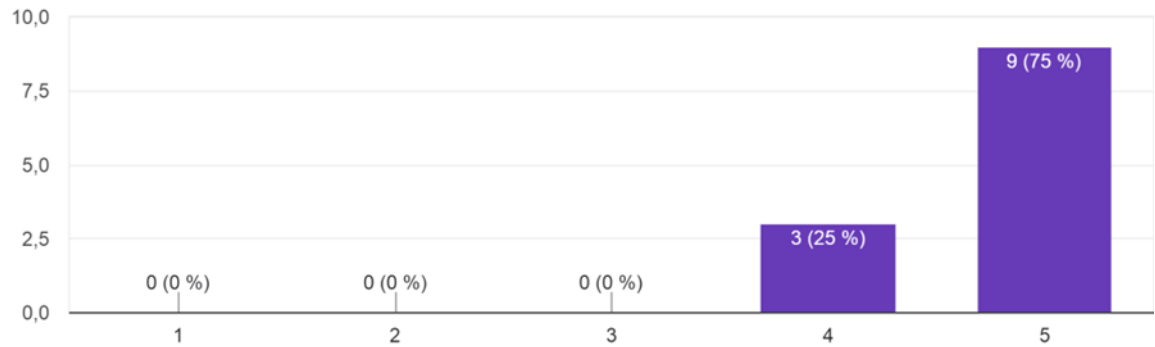


Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la intervención de rotación de inventarios en las decisiones operativas y el 50% algo de acuerdo

Figura 16

Los costos por unidad vendida afecta las decisiones operativas

12 respuestas

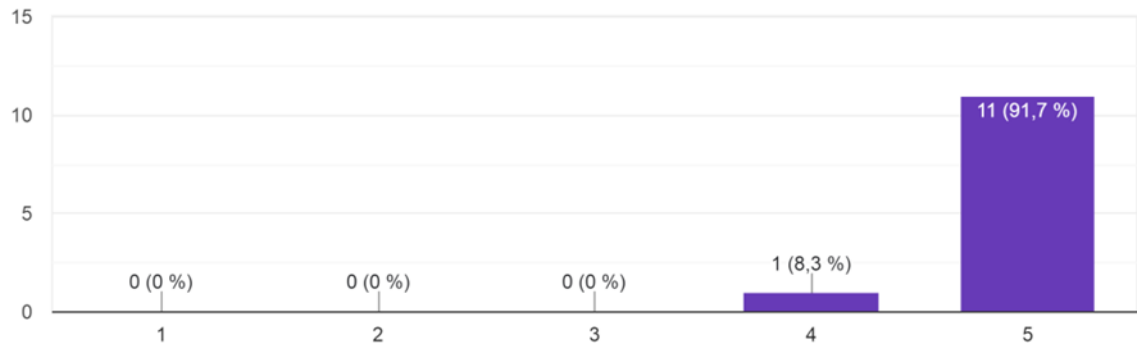


Nota. De los 12 encuestados, el 75% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la afectación de costo por unidad vendidas en las decisiones operativas y el 25% algo de acuerdo

Figura 17

Las decisiones operativas intervienen en los desmedros/Mermas

12 respuestas

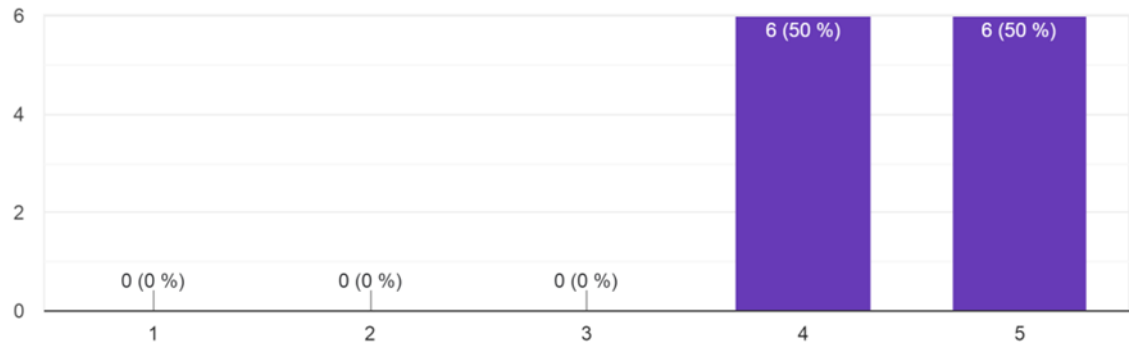


Nota. De los 12 encuestados, el 91.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la intervención de las mermas y desmedros en las decisiones operativas y el 8.3% algo de acuerdo

Figura 18

En las decisiones empresariales de inversión influye el rendimiento del mercado

12 respuestas

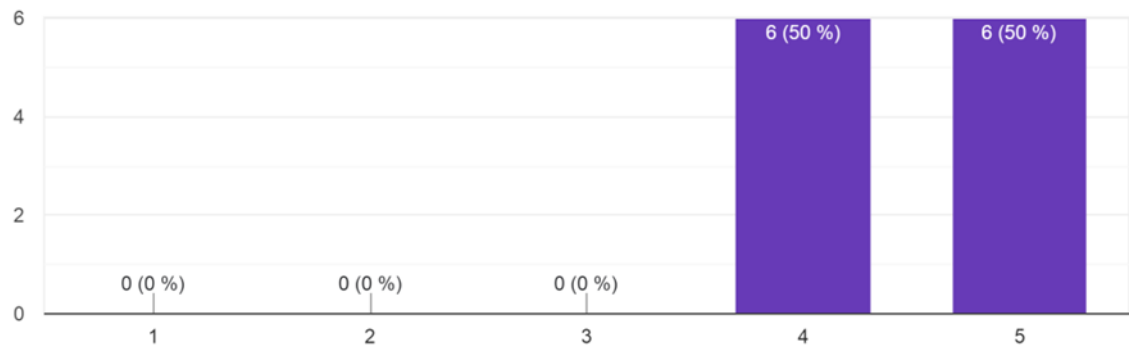


Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia de rendimiento de mercados en las decisiones de inversión y el 50% algo de acuerdo

Figura 19

En las decisiones empresariales de inversión influye la relación costo beneficio

12 respuestas

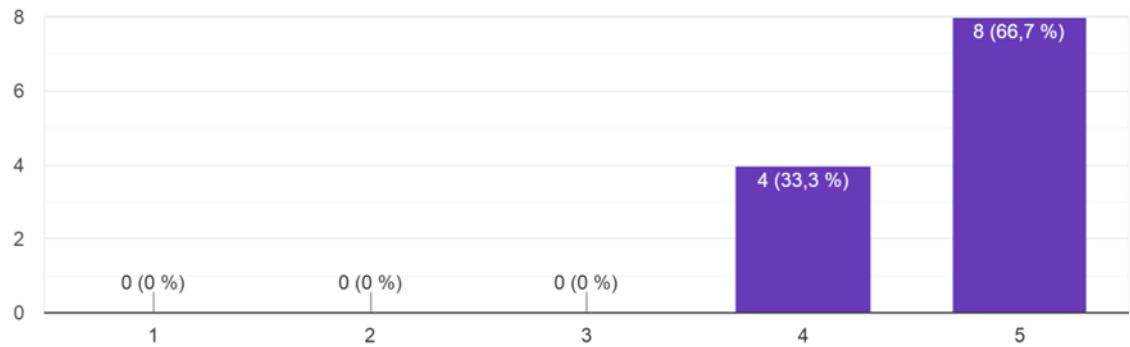


Nota. De los 12 encuestados, el 50% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia de costo beneficio en las decisiones de inversión y el 50% algo de acuerdo

Figura 20

En las decisiones empresariales de inversión influye el valor actual neto

12 respuestas



Nota. De los 12 encuestados, el 66.7% de ellos están muy de acuerdo con respecto a la influencia del valor actual neto en las decisiones de inversión y el 33.3% algo de acuerdo

3.8 Análisis estadísticos

Tabla 4

Alfa de Cronbach - Análisis de fiabilidad total de data recolectada

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,705	20

Tabla 5

Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos		N	%
Casos	Válido	12	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	12	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6

Media y desviación estándar

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. estándar	N
VAR00001	4,5000	,52223	12
VAR00002	4,5000	,52223	12
VAR00003	4,5000	,52223	12
VAR00004	4,6667	,49237	12
VAR00005	4,7500	,45227	12
VAR00006	4,5000	,52223	12
VAR00007	4,6667	,49237	12
VAR00008	4,9167	,28868	12
VAR00009	4,5833	,51493	12
VAR00010	4,5833	,51493	12
VAR00011	4,7500	,45227	12
VAR00012	4,4167	,51493	12
VAR00013	4,2500	,62158	12
VAR00014	4,5833	,51493	12
VAR00015	4,5000	,52223	12
VAR00016	4,7500	,45227	12
VAR00017	4,9167	,28868	12
VAR00018	4,5000	,52223	12
VAR00019	4,5000	,52223	12
VAR00020	4,6667	,49237	12

Tabla 7

Resumen varianza y desviación estándar

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. estándar	N de elementos
92,0000	14,727	3,83761	20

Tabla 8

Variación de la data si se suprime una afirmación

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	87,5000	12,818	,438	.	,678
VAR00002	87,5000	13,182	,336	.	,688
VAR00003	87,5000	14,818	-,090	.	,729
VAR00004	87,3333	14,606	-,032	.	,722
VAR00005	87,2500	13,841	,203	.	,700
VAR00006	87,5000	13,909	,140	.	,707
VAR00007	87,3333	13,515	,268	.	,695
VAR00008	87,0833	14,992	-,156	.	,719
VAR00009	87,4167	12,811	,448	.	,677
VAR00010	87,4167	13,174	,345	.	,687
VAR00011	87,2500	12,568	,610	.	,664
VAR00012	87,5833	13,538	,244	.	,697
VAR00013	87,7500	11,477	,680	.	,644
VAR00014	87,4167	12,447	,555	.	,666
VAR00015	87,5000	14,636	-,046	.	,724
VAR00016	87,2500	14,750	-,065	.	,722
VAR00017	87,0833	14,447	,090	.	,706
VAR00018	87,5000	12,818	,438	.	,678
VAR00019	87,5000	13,545	,236	.	,698
VAR00020	87,3333	12,061	,709	.	,651

Tabla 9
Resumen de elementos

Estadísticas de elemento de resumen							
	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	4,600	4,250	4,917	,667	1,157	,027	20
Varianzas de elemento	,243	,083	,386	,303	4,636	,004	20
Covarianzas entre elementos	,026	-,182	,205	,386	-1,125	,006	20

RESULTADOS Y DISCUSIONES

La obtención de un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.705 es un indicador alentador para la investigación realizada, sugiriendo un nivel aceptable de consistencia interna en el instrumento utilizado. Este resultado refuerza la confiabilidad de las mediciones y respalda la conexión entre la variable independiente y la dependiente en el contexto de estudio. La interpretación de este coeficiente como un indicador de consistencia interna implica que las preguntas planteadas en el instrumento están cohesionadas y miden de manera consistente el fenómeno de interés. La utilización del software SPSS para realizar

estas pruebas añade un respaldo adicional a la eficacia del diseño metodológico, reforzando la validez de los resultados obtenidos y proporcionando una base sólida para las conclusiones de la investigación. Este hallazgo respalda la calidad del enfoque metodológico y sugiere que los resultados pueden ser considerados con confianza en el análisis de la relación entre las variables estudiadas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- De las entrevistas obtuvimos como resultado que las empresas del sector cervecero frente a la presión fiscal derivada de ajustes en el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Los entrevistados coinciden en que las decisiones empresariales desempeñan un papel crucial para contrarrestar el impacto de la carga fiscal. Estrategias como la diversificación de canales de venta, la aplicación de modelos de costeo eficientes y la asunción de la carga fiscal sin trasladarla totalmente al consumidor final han sido identificadas como elementos clave para el éxito frente a la presión fiscal.
- Afirmamos que el impuesto selectivo al consumo impacta a las empresas fabricantes de bebidas alcohólicas en cuanto a la toma de decisiones empresariales de estas, esto debido a que directamente afecta al cambio de precios del producto y por lo tanto existen decisiones financieras, operativas y de inversión a evaluar para un mayor control interno y externo.
- Por otro lado, resalta la importancia del cumplimiento de metas y la efectiva toma de decisiones operativas en la gestión financiera de las empresas del sector cervecero. El logro de objetivos a corto y mediano plazo se presenta como un indicador de una gestión diaria efectiva, influyendo directamente en el desempeño general de las operaciones. Los entrevistados sugieren que el monitoreo constante de indicadores operacionales y la implementación de estrategias específicas contribuyen al éxito empresarial al identificar áreas de mejora y optimizar la cadena de valor.
- El entorno de investigación mundial de bebidas alcohólicas es tan grande que permite un mejor estudio de las variables en cada país. Puede que se hayan usado empresas en el Perú con su respectivo RUC pero estas compañías monopolizadores tienen larga trayectoria a nivel internacional y se seguirán expandiendo por la ingente cantidad de consumidores que también va en aumento.
- Se puede concluir que la regulación de la industria cervecera mediante el impuesto selectivo al consumo tiene un impacto en los estados financieros, debido a que afecta a diferentes elementos y sus cuentas, tales como el efectivo y equivalente de efectivo, impuestos por pagar, crédito fiscal, entre otras. Por lo que las variaciones en dichas cuentas tendrán influencia en la toma de decisiones de la empresa y la planificación estratégica. Es importante destacar el pago de dicho impuesto, para no contraer multas e infracciones al momento de su presentación ante el ente regulador, puesto que afectaría a los Flujos de Efectivo de la empresa y el Estado de Resultados.

- Se recomienda centralizar la investigación a una región específica para el mejoramiento de los datos estadísticos, esto permitirá solventar un estudio más económico y útil para los lectores. La hipótesis será más adecuada y se podrá resolver con mayor afinidad las preguntas y el objetivo de la investigación.
- Se recomienda que las empresas del sector cervecero continúen implementando estrategias de diversificación de canales de venta y modelos de costeo eficientes. Explorar nuevos mercados, canales de distribución o introducir productos innovadores puede ayudar a reducir la dependencia de un solo segmento del mercado y minimizar los impactos de ajustes fiscales un ejemplo puede ser la cerveza sin alcohol. Además, la optimización de procesos operativos, control de inventarios y eficiencia en la cadena de suministro contribuirán a mantener márgenes competitivos y enfrentar desafíos económicos.
- Se sugiere un mayor control sobre el público además del ISC y otros impuestos que ayuden a brindar mayor responsabilidad al usuario consumidor, ellos deben ser gestores de referencias adecuadas sobre el uso indebido y en exceso del consumo, se debe incrementar la visibilidad y difusión de los riesgos a los que conlleva a la salud pública tanto de los mayores como de los adolescentes que hoy en día ya están gravemente sumergidos.
- Se recomienda tener en consideración en la toma de decisiones estratégicas la declaración de los impuestos, ya que pueden aportar información relevante de las transacciones empresariales. Además, se puede obtener información más específica y detallada acerca del cálculo del impuesto y las cuentas a las cuales podría afectar.

REFERENCIAS

1. Chávez-Díaz, J. M., Bonilla Migo, A., Monterroso Unuysuncco, N. I., & Romero-Carazas, R. (2023). Gestión para la recaudación de impuestos municipales: diagnóstico y propuesta. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(103), 1052–1067. Recuperado de <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.9>
2. Crespo García, M. K., & Romero Lalangui, M. A. (2023). Promotion of Tax Culture through Tax Advisory Centers: Impact of the NAF over the Recaudation and the Knowledge of the Machala Canton. *TECHNO Review. International Technology, Science and Society Review / Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 14(3). Recuperado de <https://doi.org/10.37467/revtechno.v14.4834>
3. Deméré, P. (2023). Is tax return information useful to equity investors? *Review of Accounting Studies*. <https://doi.org/10.1007/s11142-023-09792-7>
4. Giulliana, R. & Mantilla, M. (2018). Factores influyentes en la decisión de compra de bebidas alcohólicas del NSE A y B en jóvenes de 26 a 35 en Lima Moderna. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/653242>
5. Guindon, G. E., Zhao, K., Fatima, T., Garasia, S., Quinn, N., Baskerville, N. B., & Paraje, G. (2022). Prices, taxes and alcohol use: a systematic umbrella review. In

- Addiction (Vol. 117, Issue 12, pp. 3004–3023). John Wiley and Sons Inc.
<https://doi.org/10.1111/add.15966>
6. Hernández, M. & Jalixto R, A. (2020). La modificación de las tasas del Impuesto Selectivo al Consumo y su impacto en la rentabilidad financiera en las empresas de cervecería artesanal del distrito de Miraflores en el año 2018. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/655201>
 7. Jantyk, L., Balogh, J. M., & Török, Á. (2021). What are the reasons behind the economic performance of the hungarian beer industry? The case of the Hungarian microbreweries. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–14.
<https://doi.org/10.3390/su13052829>
 8. Monterrey Mayoral, J., & Sánchez Segura, A. (2017). Taxes as determinants of corporate investment: Empirical evidence in Spanish private firms. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 20(2), 195–209.
<https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2017.04.001>
 9. Narro, J., & Gutiérrez, J. H. (1997). Correlación ecológica entre consumo de bebidas alcohólicas y mortalidad por cirrosis hepática en México. *Salud Pública de México*, 39(3), 217–220. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10639307>
 10. Molina, M. (2017). La coordinación tributaria del comercio y la industria en México: el atropellado camino para el establecimiento del Impuesto Sobre Ingresos Mercantiles (isim). *Economía Informa*, 406, 30–45. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/J.ECIN.2017.10.003>
 11. Pratama, A. (2022). Is Tax Accounting Information Relevant to Users? The Case of Indonesia. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 14(1). <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v14i1.658>
 12. Paulo, J. (2016). SUBSÍDIOS DE ANÁLISE DA TRIBUTAÇÃO DO JOGO EM PORTUGAL. *Revista da Faculdade de Direito da UERJ* (2016). ISSN: 0104-0367
 13. Romero, X. V. E. (2016). La construcción de una política tributaria progresiva en México. *Economía Informa*, 398, 75–88.
<https://doi.org/10.1016/J.ECIN.2016.04.006>
 14. Roche, M., Sandoval, R. C., & Monteiro, M. G. (2023). Comparing taxes on alcoholic beverages in the Region of the Americas. *Addiction*, 118(7).
<https://doi.org/10.1111/add.16146>
 15. Ríos Culquicondor, R. E. (2019). La imposición selectiva al consumo en el Perú: Entre el fin recaudatorio y la extrafiscalidad. *Quipukamayoc*. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/quipu.v27i54.16190>
 16. Saturnino, P. A. S., Antonio, V. T. M., Rodolfo, S. C. M., & Hernando, B. de B. L. (2023). Influence of the tax culture on tax evasion in micro and small commercial enterprises. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 518–530. Recuperado de <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.32>
 17. Sierra, J. (2022). Tendencias tributarias del sector gastronómico en Colombia durante la COVID-19. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/280/28070565015/>
 18. Torney, A., Room, R., Huckle, T., Casswell, S., & Callinan, S. (2023). Beverage-specific consumption trends: A cross-country, cross-sectional comparison.

International Journal of Drug Policy, 117.

<https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2023.104047>

19. Víctor Hugo, H. B., Moreno Velásquez, I., Beatriz, G., & Rodríguez, R. R. (2017). Impacto del incremento del impuesto a los productos sobre la recaudación y los precios en Panamá. *Value in Health Regional Issues*, 14, 57–63. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/J.VHRI.2017.05.007>