



**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
“IMPUESTO AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLASTICAS,
SU IMPACTO FINANCIERO Y TRIBUTARIO EN
SUPERMERCADOS CUSCO AÑO 2021”

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

“BACHILLER: JENNY VILLAFUERTE PARI”

ASESOR

MTO. DAVID GUSTAVO MOROTE CHAMORRO

CUSCO, MARZO 2022

1 AGRADECIMIENTO:

Agradezco a Santa Rosita y Patrón Santiago, a mis padres, mi familia, mis amigos y a mi pareja, por ser los soportes que establecieron, el ánimo y la fortaleza necesaria en mi carrera profesional; a los directivos y docentes de la UAP, por darme la oportunidad de alcanzar mis conocimientos y ser la fuente de motivación en mi formación Profesional.

JENNY VILLAFUERTE PARI

DEDICATORIA:

El presente trabajo se lo dedico a Santa Rosita de Lima y Patrón Santiago por darme las fuerzas para vivir y estudiar, a mis padres, mi familia, mi pareja y amigos por la confianza depositada en mí y por brindarme su apoyo incondicional quienes me inculcaron por el camino de la superación y así poder alcanzar mis objetivos profesionales.

JENNY VILLAFUERTE PARI

2 INTRODUCCIÓN

A) Cada vez son más los países que se suman a iniciativas de la naturaleza impositivas que buscan disminuir la utilización de las bolsas plásticas a favor del cuidado y la conservación del medio ambiente. A finales de julio del 2020, la Unión Europea aprobó un impuesto a los estados que la conforman respecto al uso y producción de plásticos no reciclables, siendo así esta medida que afecta a las 27 naciones que conforman la Unión. La medida se da en el marco de la aprobación del paquete continental de reactivación económica en el contexto de la pandemia del COVID19, buscando así generar ingresos para financiar dicha recuperación, a la par que busca dar incentivos para que las naciones miembros incrementen sus avances en reciclado.

El presente trabajo tiene como objetivo el indagar sobre la “Ley N°30884, que regula el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, en razón al impacto financiero y tributario en los supermercados de Cusco”. La ley objeto del análisis regula el empleo del plástico de un solo uso y de los recipientes o envases descartables.

El Impuesto al Consumo de las Bolsas Plásticas tiene como objetivo disuadir el uso de bolsas plásticas y colaborar con la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible. La ley tiene por fin lograr “ su objetivo medioambiental gravando la adquisición, bajo cualquier título, de bolsas plásticas cuyo fin sea cargar o llevar bienes que se venden en locales

comerciales o de servicios que la distribuyan y sean sujetos al pago del impuesto general a las ventas” (Ley N°30884).

La ley fue aprobada el 07 de diciembre de 2018 por el Congreso de la República del Perú a través del El Peruano el 19 de diciembre de ese mismo año. La ley entró en vigor a partir del 01 de agosto de 2019, y su reglamento fue aprobado veintidós días después, el 23 de agosto de 2019.

Este nuevo impuesto constituye una fuente de flujo para los supermercados que gravan directamente el impuesto al consumidor final, ya que, ellos actúan como agentes de percepción. Además, que, a partir de la puesta en vigencia de esta norma, las bolsas ya no serán obsequiadas, sino vendidas, generándose así también una fuente de ingreso.

Esta investigación se centrará en las empresas comerciales del Perú. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), durante el tercer trimestre del año 2019, fecha en la que entró en vigencia este nuevo impuesto, este sector representaba el 3.3% del Producto Bruto Interno (PBI) peruano; esto significa que es un sector representativo del PBI, además que es el sector específico donde impacta directamente reconocer y pagar el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, además de reconocer un ingreso adicional pues si bien es cierto antes costeaban el valor de las bolsas que la entregaban a título gratuito, hoy en día cobran por estas.

Con referencia a la información financiera, es importante aclarar que las empresas tienen diversas interpretaciones respecto al cómo esta nueva regulación debe ser interpretada a la luz de las Normas Internacionales de

Información Financiera (NIIFs). De esta manera, la forma en la que las diversas áreas de finanzas de cada una de las empresas del sector, podría variar considerablemente de los juicios técnicos de los especialistas del sector.

Es a razón de lo anteriormente mencionado, que se elabora este trabajo de suficiencia, con el objetivo de investigar una correcta y clara interpretación del Impuesto al Consumo atribuido directamente a las bolsas de plásticos, así como la forma en que debe evaluarse su impacto financiero en los supermercados según las NIIFs, con la entrada en vigor de la señalada ley.

B) DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA

B1) PROBLEMA GENERAL

- ¿De qué manera el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta financiera y tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021?

B2) PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es el Impacto financiero del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas en los supermercados de Cusco, año 2021?

- ¿De qué manera el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021?

C) JUSTIFICACIÓN

C1) JUSTIFICACIÓN TEÓRICA PARA EL MUNDO ACADÉMICO.

La implementación del Impuesto busca reducir la tasa de contaminación ambiental en el país, puesto que indirectamente fomenta el cambio de los comportamientos de los consumidores hacia el uso de bolsas de papel o bolsas hechas a base de materiales eco amigables. Efectivamente, el Estado recauda el impuesto gravado al uso de estos accesorios, estos fondos deberían ser destinados a proyectos de inversión pública que aseguren un nivel óptimo de protección al medio ambiente de manera sostenible; de igual forma se busca concientizar a la población acerca del uso racional de recursos no renovables. El presente trabajo servirá para las futuras investigaciones respecto a este tema.

C2) JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA PARA LAS EMPRESAS.

A modo de finalización, este trabajo se lleva a cabo buscando un claro entendimiento para las empresas y público en general, sobre la situación actual que tienen los impuestos aplicados para el cuidado del medio ambiente en países de la región. Así como el impacto que genera para las empresas de nuestro país involucradas directa e indirectamente en el consumo de bolsas plásticas.

D) OBJETIVOS:

D1) OBJETIVO GENERAL

El objetivo primordial del presente trabajo es determinar si el Impuesto al Consumo de bolsas plásticas impacta financiera y tributariamente en los supermercados de Cusco en el año 2021.

- Determinar como el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta financiera y tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021.

D2) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos devienen del objetivo general y se espera obtener la incidencia de cada variable que interviene en el trabajo de suficiencia.

- Identificar como el Impuesto al Consumo de las Bolsas Plásticas impacta financieramente en los supermercados de Cusco, año 2021.
- Precisar como el Impuesto al Consumo de las Bolsas Plásticas impacta tributariamente en los supermercados de Cusco, año 2021.

3 RESUMEN

El presente trabajo busca analizar el impacto financiero y tributario que tiene el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas en los agentes de percepción, tomando como estudio los supermercados de cusco, año 2021.

Se busca conocer el proceso de sensibilización que el gobierno ha venido llevando a cabo para la concientización de los consumidores sobre los beneficios que conlleva principalmente al medio ambiente de gravar con un impuesto a las bolsas plásticas y el grado de afectación que este tiene en todos los agentes involucrados.

La aplicación del presente impuesto busca aparte de generar una fuente de ingreso al fisco, la reducción, y posterior desaparición del consumo de plástico.

Para el trabajo se ha planteado la situación problemática, los objetivos específicos, objetivo general.

De la misma forma se determinará el impacto financiero y tributario del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas en los supermercados de Orión 2021, se ha desarrollado un caso práctico de aplicación que incluye los aspectos más importantes del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas; objetivo y aplicación, el cobro y pago, sanciones e infracciones, el impacto financiero y el impacto tributario.

Que a su vez da cumplimiento con el planteado fue muy importante la dedicación, el compromiso y la disciplina objetivo que tuve para realizar el

presente trabajo, igualmente el apoyo de mi asesor que me guio en éste proceso; como se mencionó anteriormente se espera que éste trabajo sirva como antecedente de investigación para futuras generaciones que estén interesadas en conocer la historia de la implementación del impuesto al consumo de las bolsas plásticas, su impacto financiero y tributario en supermercados de Cusco año 2021.

Finalmente se realiza el caso práctico, analizado se llegó a la conclusión que el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta ligeramente financiera y tributariamente en las empresas, ya que es el primer año de aplicación del cobro y pago del Impuesto.

4 INDICE

1	AGRADECIMIENTO:	ii
2	INTRODUCCIÓN.....	iv
3	RESUMEN.....	1
4	INDICE.....	3
5	CAPITULO I RESEÑA HISTÓRICA.	6
1.	ANTECEDENTES DE LA EMPRESA:.....	6
6	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	12
2.1	ANTECEDENTES:.....	12
2.1.1	ANTECEDENTE INTERNACIONAL.....	13
2.1.2	ANTECEDENTE NACIONAL:.....	14
2.2	MARCO CONCEPTUAL:.....	14
2.2.1	VARIABLE “X”: Impuestos al Consumo de las bolsas plásticas.....	18
2.2.2	VARIABLE “Y” : Impacto Financiero y Tributario.	18
7	CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LA VARIABLE.....	19
3.1	VARIABLE “X”:.....	19
3.2	VARIABLE “Y”:.....	21
8	CAPÍTULO IV. CASO PRÁCTICO	26
9	CONCLUSIÓN DEL CASO PRÁCTICO.....	61
10	RECOMENDACIONES.....	62
11	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	64
12	ANEXOS.....	65
12.1	ÁRBOL DEL PROBLEMA.	65

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	Impuestos al Consumo De las Bolsas Plásticas.....	21
TABLA 2	Impacto Financiero y Tributario.....	25
TABLA 3	Asiento Contable y Cobranzas	28
TABLA 4	Declaración y pago del ICBP.....	29
TABLA 5	Formulario virtual n° 1670.....	30
TABLA 6	Estado de situación financiera	32
TABLA 7	Estado de Ganancias y Pérdidas	34
TABLA 8	Cálculo del Impuesto a la renta	36
TABLA 9	Ventas periodo diciembre 2021.....	38
TABLA 10	Asiento Contable compras	39
TABLA 11	Calculo de impuesto general a las ventas.	40
TABLA 12	ROA.....	41
TABLA 13	Margen Neto de utilidad.....	43
TABLA 14	ROE.....	43
TABLA 15	Rotación de Activos.....	44
TABLA 16	Ratio de liquidez corriente.....	46
TABLA 17	Liquidez Absoluta.....	47
TABLA 18	Prueba Acida.....	48
TABLA 19	Ratio de Capital de Trabajo.....	49
TABLA 20	Análisis vertical y horizontal del estado de situación financier...	51
TABLA 21	Análisis vertical y horizontal del estado de resultados.....	53

TABLA 22	Análisis de ratios Financieros y Rentabilidad.....	54
TABLA 23	Ratios de liquidez de la empresa.....	56
TABLA 24	Análisis del cálculo general a las ventas.....	58
TABLA 25	Calculo de impuesto a la renta año 2021.....	59

5 CAPITULO I RESEÑA HISTÓRICA.

1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA:

Alejandro Juvenal Farfán Díaz, Gerente General del Consorcio Orión, nació en el distrito de Poroy, provincia del Cusco.

Tuvo la oportunidad de poseer hasta 17 comercios, 8 pollerías, el restaurante turístico Inca's Peña, el Hostal del Inca, 3 churrasquerías: Tauros I, II. Juvenal fue también uno de los pioneros en la distribución de la cerveza Cristal y fundó JF Distribuciones y La Vaca Lechera. Luego se aventuró, con mucho éxito, a la comercialización de pollos San Fernando, empresa a la que representa hace 26 años desde 1989 como distribuidor y socio; también es suyo el famoso restaurante Quinta Sol y Luna.

Posteriormente, en una de las recurrentes crisis económicas, fue obligado a cambiar de rubro. Los restaurantes ya no eran rentables por el problema del terrorismo y el descenso del turismo, corrían los años de fines de los ochenta, esa dura experiencia lo llevó al rubro de los supermercados, inaugurando La

Canasta I en Santa Mónica, en sociedad con su hermano menor, posteriormente se hizo realidad La Canasta II y III en el distrito de Wanchaq y San Jerónimo respectivamente.

En el año 2007 Juvenal Farfán apertura el segundo supermercado de propiedad persona; llamándolo “Orión Supermercado” ubicado en la Calle Unión frente al mercado San Pedro; creando, además, en el año 2009 una empresa de transportes de carga “Oritrans” que asegura la carga de productos de mercadería para distribuidoras y el supermercado. Desarrollándose de esta manera y aprendiendo el know-how; ya en el año 2011 desarrolla una idea emprendedora para crear con toda su experiencia pasada una marca audaz e innovadora “Orión Supermercados” con el lema “La estrella de los precios bajos”

MISIÓN:

Ser una empresa líder en la comercialización minorista de productos a nivel local y nacional, ofreciendo la más amplia gama de productos a precios accesibles con un excelente servicio. creando oportunidades y mejorando las condiciones de vida de nuestros trabajadores.

VISIÓN:

Somos una organización dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo de calidad, lo que nos permite satisfacer las expectativas de nuestros clientes, y generando fuentes de trabajo. Aplicando procedimientos y

tecnología de calidad en el abastecimiento y venta de productos; a precios asequibles, desarrollando y capacitando constantemente al personal.

VALORES:

Puntualidad: Es el valor que se le reconoce a la persona que siempre hace en el momento preciso lo que se debe hacer. Es la disciplina de llegar a tiempo y de organizar los propios horarios y actividades para poder lograrlo.

Responsabilidad: Es el cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo en esta empresa.

Honestidad: Consiste en comportarse y expresarse con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad.

Amabilidad: Cooperar con los demás, ser amigable y servicial.

OBJETIVOS:

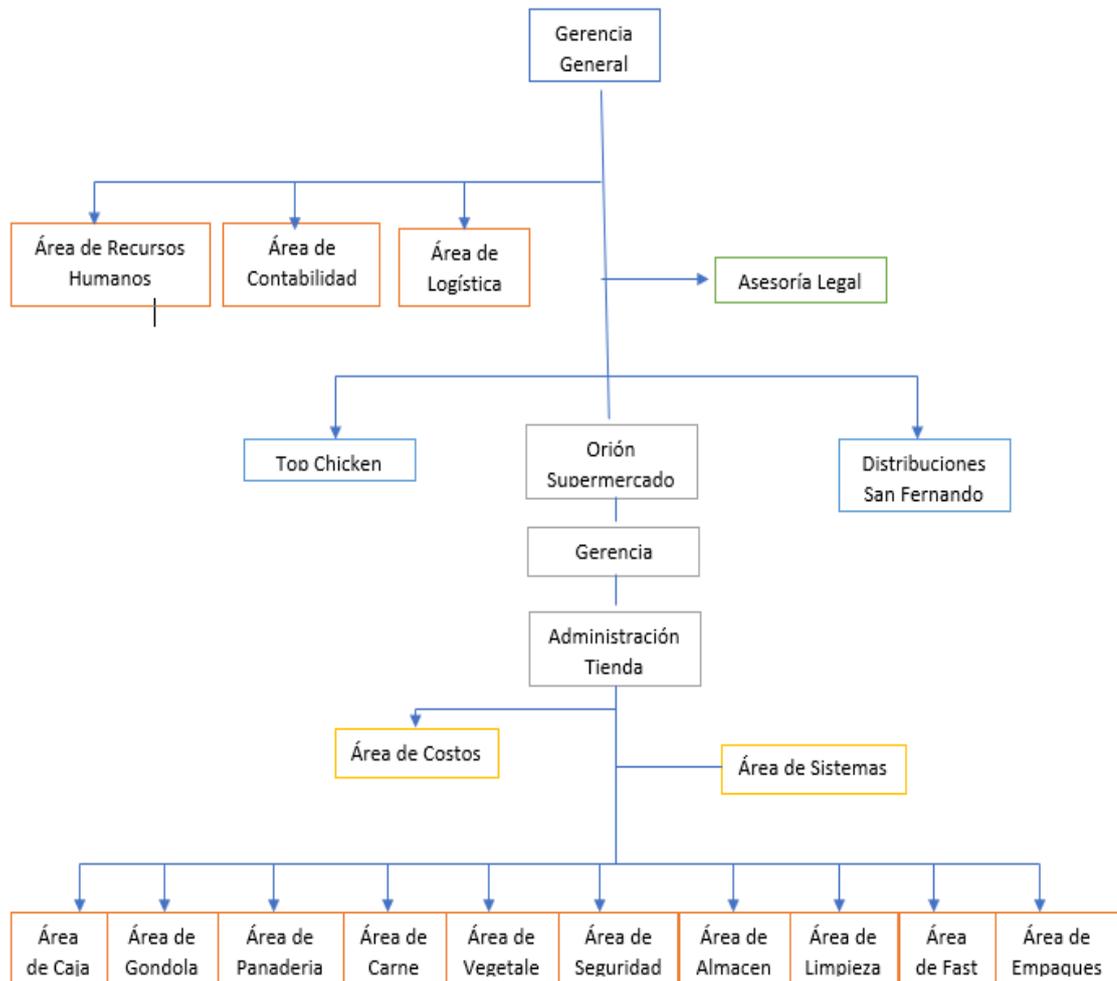
- Ser la solución diaria y semanal preferida por los consumidores.
- Proporcionar al cliente buenos servicios de calidad en productos.
- Precio justo y ambiente grato.
- Buena Infraestructura, comodidad, seguridad.

- Estar siempre a la vanguardia; siempre estar en campañas promocionales.
- Brindarle al cliente la mejor variedad de productos, haciendo que se encuentre todo lo que necesite.

ORGANIZACIÓN

La empresa promueve el trabajo bien remunerado con escala de sueldos de acuerdo con la consecución de metas comerciales, proponiendo así un ambiente de sana competitividad. Siendo una organización trasnacional el personal cuenta con los beneficios sociales obligatorios y acceso a clubes, descuentos corporativos en las demás empresas parte del grupo.

A continuación, se presenta la estructura organizacional de la empresa.



Fuente: Consorcio orión

El modelo de organización del Consorcio Orión es de tipo funcional, que está reflejado en su estructura orgánica que cuenta con órganos de dirección, control, apoyo y de línea.

Órgano de dirección: Comprendida por los gerentes y administradores de tienda.

Órgano de apoyo: Comprendida por el área de costos.

Órgano de línea: Compreendida por los administradores de tienda y las áreas de caja, góndola, empaques, panadería, carnes y embutidos, granos y vegetales, seguridad, limpieza, almacén.

6 CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se recopilan los antecedentes y consideraciones del presente trabajo, así como los diferentes conceptos a emplear para el análisis del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas. Se mencionan las diversas opiniones respecto a las ventajas y desventajas de esta normativa, así como comentarios de especialistas respecto al impacto financiero y tributario que posee dicha norma en el sector comercio, específicamente en supermercados Orión durante el año 2021.

2.1 ANTECEDENTES:

La historia de los supermercados en el Perú se inicia en el año de 1953, a partir de la fundación de las cadenas de tiendas Super Market S.A

2.1.1 ANTECEDENTE INTERNACIONAL.

TITULO:

Análisis del impuesto nacional al consumo de bolsas plásticas Colombia 2017 – 2018.

AUTOR:

- Hurtado Orozco, Olga Julieth.
- Montalvo Domínguez, Jhon Edwar.

Los procesos de la globalización han provocado fuertes transformaciones de orden social, político y económico. Este último ha sido un detonante de los constantes daños ambientales que surgen alrededor del mundo como de los cambios climáticos y la desbordante contaminación en los océanos. Todo lo anterior es producto de una intensa competencia industrial y de los constantes avances tecnológicos que han dado paso a la fabricación del plástico, un material lo suficientemente resistente cuya degradación es aproximadamente en 500 años. En respuesta a este tipo de acontecimientos que amenazan el ciclo de vida del medio ambiente y por ende a los seres humanos, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha sido uno de los organismos internacionales más interesados en plantear y promover políticas ambientales, así como, fortalecer el crecimiento económico de varios países a través de la inversión recíproca. Con el afán de pertenecer a la OCDE, Colombia crea el Impuesto Nacional al Consumo de Bolsas Plásticas y logra su ingreso en el año 2018.

2.1.2 ANTECEDENTE NACIONAL:

TITULO:

- Regulación de bolsas plásticas de un solo uso en el Perú.

AUTOR:

- Asalde Alvarez, Cinzia Jessica (2018)

en su investigación titulada “Regulación de bolsas plásticas de un solo uso en el Perú”, tuvo como principal objetivo determinar la necesidad de regular el uso de las bolsas plásticas de un solo uso en el país, existe una ley que permita la regulación del empleo de bolsas plásticas y control de objetos plásticos de un solo empleo, además se debe de tener medidas que prohíban el empleo de dichos objetos. Se recomienda que las normas aprobadas por el legislativo deben incluir incentivos económicos direccionados no solamente con los consumidores finales, sino que también incentivos económicos para los productores y comercializadores de plástico que les sea de utilidad como incentivo para el consumo y desarrollo de productos que no dañen el medio ambiente.

2.2 MARCO CONCEPTUAL:

EL IMPUESTO AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS:

A través del tiempo este concepto se ha ido desarrollando; según (Ley 30884, 2018) “El Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas grava la

adquisición, bajo cualquier título, de bolsa plásticas cuyo fin sea cargar o llevar bienes enajenados por los establecimientos comerciales o de servicios de contribuyentes del IGV que las distribuyan”.

DEFINICIONES

La Real Academia Española (RAE,2020), puntualiza el término impuesto como “el tributo que se exige en función de la capacidad económica”.

- **Directo:** Que grava las fuentes de capacidad económica, como la renta y el patrimonio.
- **Indirecto:** Que grava el consumo o gasto.
- **Ecológico:** Exacción pública que, sin perder su finalidad recaudatoria, persigue objetivos de protección ambiental (RAE,2020).

ESTADOS FINANCIEROS

El objetivo de la información financiera con propósito general es proporcionar información financiera sobre la entidad que informa que sea útil a los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes y potenciales para tomar decisiones sobre el suministro de recursos a la entidad. Esas decisiones conllevan comprar, vender o mantener patrimonio e instrumentos de deuda, y proporcionar o liquidar préstamos y otras formas de crédito.

Sin embargo, los informes financieros con propósito general no proporcionan ni pueden proporcionar toda la información que necesitan los inversores, prestamistas y otros acreedores existentes o potenciales. Esos

usuarios necesitan considerar la información pertinente de otras fuentes, por ejemplo, las condiciones económicas generales y las expectativas, los sucesos y la situación política, y las perspectivas del sector industrial y de la empresa.

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Impuesto a pagar: El Impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del Impuesto Bruto de cada período el crédito fiscal correspondiente; salvo los casos de la utilización de servicios en el país prestados por sujetos no domiciliados y de la importación de bienes, en los cuales el impuesto a pagar es el Impuesto Bruto.

Así, las personas naturales y/o jurídicas sujetas del IGV que transfieran bolsas plásticas bajo cualquier título, son agentes de percepción del impuesto. En tal sentido, estos deberán declarar y pagar el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas con periodicidad mensual mediante el “Formulario Virtual N° 1670” – Impuesto al Consumo de bolsas plásticas – agente de percepción” aprobado mediante Resolución de Superintendencia N° 171- 2019/SUNAT. Adicionalmente a ello, los establecimientos comerciales y de servicios deberán consignar en el comprobante de pago correspondiente la cantidad de bolsas entregadas y la cuantía total del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas percibido, el cual no forma parte de la base imponible del IGV.

IMPUESTO A LA RENTA

La Superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria SUNAT (2020), define al Impuesto a la Renta (IR) como un tributo que se recauda una vez al año y grava todas las ganancias obtenidas de un trabajo o de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble.

“Este impuesto debe ser pagado de forma obligatoria por el beneficiario de la renta; es decir, la persona que trabaja o el propietario de un negocio. El impuesto a la renta se determina anualmente y su ejercicio se inicia el 01 de enero y finaliza el 31 de diciembre. Para la persona natural el impuesto se aplica a los ingresos que provienen del arrendamiento u otro tipo de cesión de bienes muebles o inmuebles, acciones u otros valores mobiliarios. También del trabajo realizado de forma dependiente o independiente, siempre que no se realice actividad empresarial”.

IMPUESTO A LA RENTA EN EMPRESAS

El impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales o jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo.

De acuerdo con el artículo 28 de la Ley de Impuesto a la Renta (2004) son consideradas Rentas de Tercera Categoría.

LAS VARIABLES SON:

2.2.1 VARIABLE “X”: Impuestos al Consumo de las bolsas plásticas.

2.2.2 VARIABLE “Y” : Impacto Financiero y Tributario.

7 CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LA VARIABLE

3.1 VARIABLE “X”:

- Impuestos al Consumo de las bolsas plásticas.

EL IMPUESTO AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS:

A través del tiempo este concepto se ha ido desarrollando; según (Ley 30884, 2018) “El Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas grava la adquisición, bajo cualquier título, de bolsa plásticas cuyo fin sea cargar o llevar bienes enajenados por los establecimientos comerciales o de servicios de contribuyentes del IGV que las distribuyan”.

DEFINICIONES

La Real Academia Española (RAE,2020), puntualiza el término impuesto como “el tributo que se exige en función de la capacidad económica”.

Directo: Que grava las fuentes de capacidad económica, como la renta y el patrimonio.

Indirecto: Que grava el consumo o gasto.

Ecológico: Exacción pública que, sin perder su finalidad recaudatoria, persigue objetivos de protección ambiental (RAE,2020).

En Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), ente responsable de la recaudación de tributos, denomina el impuesto como el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Un ejemplo de ello es el Impuesto a la Renta (IR).

Otra cuestión que se recarga de forma directa, a diferencia del Impuesto General a las Ventas (IGV), es el Impuesto Selectivo al Consumo, “el cual solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); teniendo como una de sus finalidades el desincentivo del consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental.

El Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas grava la adquisición bajo cualquier título de bolsas plásticas cuya finalidad sea cargar o llevar bienes enajenados por los establecimientos comerciales o de servicios de contribuyentes del IGV que las distribuyan.

Es de esta manera que podemos considerar al Impuesto al Consumo de Bolsas Plásticas un tipo de Impuesto Selectivo al Consumo, ya que, busca desincentivar el empleo de dicho bien.

TABLA N° 1

IMPUESTOS AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS.

Variables	Dimensión	Items
Impuesto a las bolsas plásticas	Ámbito de Aplicación	1. El objeto del impuesto es desincentivar el uso de las bolsas de plásticos y contribuir a la conservación del medio ambiente.
		2. Los Supermercados son los que presentan los más altos índices de contaminación por bolsas de plásticos.
		3. El referido impuesto se ha circunscrito únicamente a la adquisición de bolsas de plástico, dejando de lado otros recipientes o envases descartables.
	El cobro y pago del impuesto	4. La necesidad de cuidar el planeta justifica generar un ingreso adicional para los supermercados.
		5. Las personas naturales y/o jurídicas sujetas del IGV que transfieran las bolsas plásticas bajo cualquier título son agentes del impuesto.
		6. La cuantía del impuesto es gradual y se aplica por la adquisición unitaria de acuerdo con el cronograma establecido por la SUNAT.
		7. El impuesto será ingreso del Tesoro Público, su recaudación no será utilizado en algún tema específico como sería la educación en materia ambiental y/o la recuperación de espacios contaminados.

Fuente: elaboración propia

3.2 VARIABLE “Y”:

- Impacto Financiero y Tributario

IMPACTO FINANCIERO

Un impacto financiero en este contexto se define por lo que las empresas pueden conocer cuando un acontecimiento específico provoca una situación financiera en particular. Para aplicar este concepto en términos empresariales,

según The Law Dictionary (2017): “El impacto financiero es un costo o pérdida que sucede debido a un desastre que está bajo control. Este tipo de desastre puede ser debido a las condiciones de mercado o falla de producto” Según IASB (2010), los Estados Financieros son reportes que contienen información acerca de las organizaciones a nivel económico y financiero, a un periodo determinado y que es de vital utilidad para la continuidad del negocio de las empresas.

IMPACTO TRIBUTARIO

Para el abogado argentino Villegas (1990) se entiende por “impuesto a una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de sus atribuciones sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines”.

Según el Texto Único Ordenado del Código Tributario aprobado por el Decreto Supremo N° 135-99-EF. El Código Tributario establece que el término tributo comprende impuestos, contribuciones y tasas.

- **IMPUESTOS:** Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.
- **CONTRIBUCIÓN:** Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO.

- **TASA:** Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos.

La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los dirige para fines específicos.

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, administra los tributos internos y aduaneros tales como: el Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, Impuesto Selectivo al Consumo, Impuesto Especial a la Minería, Régimen Único Simplificado y los derechos arancelarios derivados de la importación de bienes.

En el Perú, la estructura del cobro de impuestos está compuesta por el monto de los impuestos pagados por los contribuyentes al gobierno central, y se miden a través de los ingresos tributarios.

El sistema de recaudación peruano está conformado por los siguientes impuestos: el impuesto a los ingresos (IR), el impuesto general a las ventas (IGV), El Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), El Impuesto a las importaciones y otros ingresos tributarios.

Los Impuestos son de rápida recaudación colocado a bienes o servicios que tienen pocos sustitutos. Esto quiere decir que los impuestos recaen sobre los bienes dañinos para la salud y el medio ambiente como lo son las bolsas plásticas de un solo uso.

Elevar o crear un nuevo Impuesto al Consumo conllevará a una mayor recaudación tributaria en el corto plazo.

El surgimiento de la obligación tributaria es en el instante de compra de algún tipo de bolsa plásticas y ello producirá que los supermercados dispongan de un mayor nivel de ingresos, ya que se trata de un producto indispensable para el transporte de los productos adquiridos por el cliente y, finalmente, de un hábito de comportamiento enraizado en diversas generaciones, con la diferencia de que ahora, la bolsa plástica en sí misma, generará una renta como si fuera un producto más. Por lo tanto, ello aumentará el impuesto a ser gravado por el fisco y con ello nace una nueva declaración y pago por este nuevo impuesto.

TABLA N° 2

IMPACTO FINANCIERO Y TRIBUTARIO

Variable s	Dimen sión	Items
Impacto s Financier o	*Estados Financieros	1. Los supermercados perciben mayores ingresos por la venta de las bolsas de plástico.
		2. Este nuevo impuesto tendrá un impacto en los estados financieros.
		3. La finalidad de los estados financieros es de conseguir información general y proveer de información del rendimiento financiero para la toma de decisiones.
		4. Los estados financieros ayudan a los usuarios a predecir los flujos de efectivos futuros y su grado de incertidumbre.
	*Ratios Financieros	5. Los indicadores financieros son útiles y necesarios para medir la liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa en una empresa de manera eficiente y objetiva.
Impacto s Tributari o	*IGV	6. Los impuestos son de rápida recaudación colocado a bienes o servicios que tienen pocos sustitutos
		7. Elevar o crear un nuevo impuesto conlleva a una mayor recaudación tributaria en el corto plazo.
		8. Los impuestos recaen sobre los bienes nocivos para la salud y el medio ambiente como las bolsas plásticas.
	9. El Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava todas las fases de ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que se adquiere.	
*Impuesto a la Renta	10. Los supermercados pagarán mayor impuesto a la renta por la venta de las bolsas plásticas.	

Fuente: Elaboración propia.

8 CAPÍTULO IV. CASO PRÁCTICO

Se considerará como ejemplo una compañía del rubro supermercados y se mantendrá en discreción la identidad de la empresa, debido a que la información es confidencial, por lo que, se llamará empresa “CATALINA S.A.C”. En algunas circunstancias se referirá a esta como “La empresa”.

4.1 OBJETIVO:

-Adquirir información relevante de fuentes de datos primarias y secundarias mediante herramientas de investigación.

-Adquirir información del impacto financiero y tributario por el impuesto a las bolsas plásticas.

-Procesar y desarrollar un análisis sobre los resultados obtenidos y conclusiones sobre las mismas.

4.2 DISEÑO DE TRABAJO

El diseño del presente trabajo nos permitirá recolectar los datos e información a lo largo de un periodo de tiempo para posteriormente realizar un análisis de los datos obtenidos y así determinar sus causas y consecuencias.

4.3 CASO PRÁCTICO APLICADO A LA EMPRESA

Con la finalidad de determinar el impacto financiero y tributario del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas en los supermercados de Orión 2021, se ha desarrollado un caso práctico de aplicación que incluye los aspectos más importantes del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas; objetivo y aplicación, el cobro y pago, sanciones e infracciones, el impacto financiero y el impacto tributario.

4.3.1 VENTAS CON EL IMPUESTO AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS

El 01 de agosto de 2019 entró en vigor el nuevo Impuesto que grava la adquisición de bolsas de plástico bajo la modalidad onerosa o gratuita, bajo este contexto la empresa procedió a aplicar el cobro del Impuesto al consumidor (persona natural o jurídica).

Se realizó un asiento contable en el cual se refleja las cuentas que utiliza la empresa para contabilizar las ventas que están afectas al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

Un aproximado de 300,000 personas que ingresaron a los supermercados en el mes de agosto de 2021, el 80% (240,000 personas) adquirió al menos una bolsa plástica de los distintos tamaños y precios.

TABLA: 3

Asiento contable de las ventas del mes de diciembre de 2021.

CUENTA		DESCRIPCIONES	DEBE S/	HABER S/
		1		
12		CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	6,009,632.20	
	121	Facturas, boletas y otros comprobantes Por cobrar		
40		TRIBUTOS CONTRAPREST Y APORTES AL SISTEMA DE PENS Y DE SALUD POR PAGAR		937,062.54
	401	Gobierno Central		
	4011	IGV Cuenta propia		
	4018	Otros impuestos y contraprestaciones		
		913,062.54		
	40189	otros impuestos (ICBP)		
		24,000.00		
70		VENTAS		5,072,569.66
	701	Mercaderías		
	7012	Mercadería - Venta local		
	70121	Productos		
		4,975,001.66		
	70122	Bolsas plásticas		
		97,568.00		
		Por la venta de productos y bolsas plásticas		
		3		
10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	6,009,632.20	
	101	Caja		
12		CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES		6,009,632.20
	121	Facturas, boletas y otros comprobantes Por cobrar		
		Por el cobro de la factura		

Nota: Asiento contable de ventas y cobranzas.

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 3 se puede observar los asientos de ventas con el respectivo Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y la cobranza de la venta de los

productos, para ello se han utilizado las cuentas del Plan Contable General Empresarial.

4.3.2 LA APLICACIÓN DEL IMPUESTO AL CONSUMO DE LAS BOLSAS PLÁSTICAS

Con la finalidad de demostrar que el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas genera un impacto financiero y tributario, se procede a realizar los registros contables de las operaciones que se originan de las actividades de la empresa.

La empresa Supermercados de Cusco, al comercializar productos, es agente de percepción del Impuesto; por lo tanto, debe declarar y pagar el Impuesto percibido mediante el formulario virtual 1670.

TABLA: 4

Declaración y pago del ICBP con PDT 1670.

CUENTA	DESCRIPCIONES	DEBE S/	HABER S/
40	TRIBUTOS CONTRAPREST Y APORTES AL SISTEMA DE PENS Y DE SALUD POR PAGAR	24,000.00	
	401 Gobierno Central		
	4011 IGV Cuenta propia		
	40189 otros impuestos (ICBP) 24,000.00		
10	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		24,000.00
	104 Cuentas corrientes en instituciones financieras		
	1041 Cuentas corrientes operativas		
	Por el pago del ICBP mediante formulario virtual 1670		

Nota: Asiento contable del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se muestra el asiento del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y el pago realizado con cargo en cuenta del banco.

TABLA: 5

FORMULARIO VIRTUAL N° 1670.

Formulario Virtual N° 1670 - Impuesto al Consumo de Bolsas de Plástico - Ayuda	
Periodo tributario (MM/AAAA)	08/2019
¿Es una declaración rectificatoria?	<input type="radio"/> Si <input checked="" type="radio"/> No
Base Imponible	5
Aporte Unitario	0.1
Impuesto Resultante	S/. 1
Pagos Previos	S/. 0
Interés Moratorio	S/. 0
Total Deuda Tributaria	S/. 1
Importe a Pagar	S/. 1

TOTAL: numero de bolsas de plástico vendidas o entregadas en forma gratuita.

Agregar a BANDEJA

Formulario virtual N° 1670 Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.
Adaptado de SUNAT.

Fuente: Sunat.

Estados Financieros con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

A continuación, se presenta los estados financieros de la empresa elaborados al 31 de diciembre de 2021, expresado en soles. Los rubros de los estados financieros que se verán afectados con la aplicación del Impuesto son:

Estado de Situación financiera

- (a) Efectivo y equivalente de efectivo
- (b) Cuentas por cobrar
- (c) Tributos por pagar
- (d) Resultados acumulados
- (e) Resultados del ejercicio

Estado de Resultados

(f) Ventas

(g) Impuesto a la renta.

TABLA: 6
Estado de Situación Financiera, expresado en soles.

AÑO 2021 S/(000)	CON ICBP	SIN ICBP
Activo		
Activo corriente		
Efectivo y equivalentes al efectivo (a)	8,561	8,785
Otras cuentas por cobrar (b)	350	192
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	24,763	24,763
Gastos pagados por anticipado	12	12
Activo por impuesto a las ganancias	5,115	5,115
Total activo corriente	38,801	38,867
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	253,500	253,500
Inversiones en subsidiarias	1,777,901	1,777,901
Activos intangibles	1	1
Activo diferido por impuesto a las ganancias, Neto	135	135
Total activo no corriente	2,031,537	2,031,537
Total activo	2,070,338	2,070,404
Pasivo y patrimonio neto		
Pasivo corriente		
Cuentas por pagar comerciales	458	458
Tributos por pagar (c)	377	357
Otras cuentas por pagar	200	200
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	139	139
Otros pasivos financieros	9,440	9,440
Total pasivo corriente	10,614	10,594
Pasivo no corriente		
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	10	10
Otros pasivos financieros	202,875	202,875
Total pasivo no corriente	202,885	202,885
Total pasivo	213,499	213,479
Patrimonio neto		
Capital emitido	515,606	515,606
Primas de emisión	-121,676	-121,676
Acciones propias en cartera	-203	-203
Otras reservas de capital	26,576	26,576
Resultados no realizados	244	244
Resultados acumulados (d)	1,034,721	1,053,356
Resultados del ejercicio (e)	401,571	383,022
Total patrimonio neto	1,856,839	1,856,925
Total pasivo y patrimonio neto	2,070,338	2,070,404

Fuente: Elaboración propio.

En el estado de situación financiera se presentan las partidas con aplicación del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y sin aplicación del Impuesto al Consumo de estas. A continuación, se describen los contenidos de las partidas:

(a) Efectivo y equivalente de efectivo está formado por los saldos mantenidos en las cuentas de los bancos, esta partida se ve afectada por el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, ya que para el presente caso esta cuenta asume el pago del Impuesto en la fecha del vencimiento, de aquellos clientes que han comprado las bolsas con tarjetas de crédito y aún no se hace efectivo el desembolso por parte del banco a cargo.

(b) Otras cuentas por cobrar, está formada por los saldos de todas las cuentas pendientes de cobros más lo correspondiente al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas que fueron adquiridas con alguna tarjeta de crédito y hasta el momento del pago del Impuesto no han sido cobradas por los bancos a cargo.

(c) La partida tributos por pagar está comprendida por la provisión del Impuesto a la renta anual, el Impuesto al patrimonio vehicular, Impuesto predial, arbitrios, renta de cuarta y quinta categoría, Essalud, ONP, AFP y a partir de agosto del 2019 también con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

(d) Los resultados acumulados de esta cuenta, la cual está compuesta por las utilidades que obtuvo la empresa producto de sus operaciones.

(e) Los resultados del ejercicio muestran el resultado total que corresponde al año 2021.

TABLA: 7

Estado de Ganancias y Pérdidas, expresado en soles

AÑO 2021 S/(000)	CON ICBP	SIN ICBP
(+) Ventas netas (f)	979,800	953,500
(-) Costos de ventas	-424,561	-424,575
UTILIDAD BRUTA	555,239	528,925
GASTOS OPERATIVOS		
(-) Gastos de administración	-1,893	-1,893
(-) Gastos de ventas	-23,965	-23,965
UTILIDAD OPERATIVA	529,381	503,067
(+) Ingresos financieros	115,970	115,970
(-) Gastos financieros	-75,747	-75,744
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	569,604	543,293
(-) Impuesto a la renta (g)	-168,033	-160,271
UTILIDAD NETA OPERATIVA	401,571	383,022
Reserva Legal		
RESULTADOS DEL EJERCICIO	401,571	383,022

Fuente: Elaboración propia.

En el Estado de Ganancias y Pérdidas se resaltan las partidas con afectación al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

(f) La partida de ventas netas es el principal rubro ya que a partir del mes de agosto todos los supermercados tenían que colocar un precio de venta a todas sus bolsas plásticas, lo que antes ofrecían gratuitamente a partir del mes indicado esto pasó a ser parte de un nuevo ingreso para todos los

supermercados, aumentando así mes a mes sus ingresos por la venta de las bolsas plásticas para el consumidor final.

(g) El Impuesto a la renta no es afectado directamente por el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, sin embargo, al aumentar las ventas estas a su vez forman parte de la base para el cálculo del Impuesto a la renta que se debe pagar mensual o anualmente; para nuestro caso la tasa del Impuesto para el año 2021 fue del 29.5 %.

Para el siguiente caso analizaremos el Impuesto a la Renta de tercera categoría, puesto que la empresa del estudio pertenece a esta categoría:

El Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta generada por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Por lo general estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión de capital y el trabajo (SUNAT).

A continuación, se muestra el cálculo del Impuesto a la Renta del año 2021 realizado por la empresa, si bien el Impuesto al Consumo no afecta directamente al Impuesto a la Renta, pero al verse afectado el rubro de las ventas el importe de la renta varía en función a estos rubros. Tabla: 8 Cálculo del Impuesto a la Renta, año 2021

TABLA: 8

Cálculo del Impuesto a la Renta, año 2021

AÑO 2019 S/(000)	CON ICBP	SIN ICBP
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	569,604	569,456
(-) Impuesto a la renta (g)	-168,033	-167,990
UTILIDAD NETA OPERATIVA	401,571	383,022
Reserva Legal		
RESULTADOS DEL EJERCICIO	401,571	383,022

Fuente: Elaboración propia.

Para la aplicación de la liquidación del Impuesto General a las Ventas, consideramos lo siguiente:

El IGV o Impuesto General a las Ventas es un Impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere y se aplica a una tasa del 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esta tasa se añade la tasa del 2% del Impuesto a la Promoción Municipal (IPM) de tal modo a cada operación gravada se le aplica un total de 18%: IGV + IPM (SUNAT).

En cuanto a las características del Impuesto General a las Ventas, es necesario conocer lo siguiente:

Las características del Impuesto General a las Ventas es que se le denomina no acumulativo, porque solo grava el valor agregado de cada etapa en el ciclo económico, deduciéndose el Impuesto que se gravó las fases

anteriores y se encuentra estructurado bajo el método de base financiera de Impuesto contra Impuesto (débito contra crédito), es decir, que el valor agregado se determina restando del Impuesto que se aplica al valor de las ventas, con el Impuesto que gravo las adquisiciones de productos relacionados con el giro del negocio (SUNAT).

Para determinar el crédito fiscal tendremos en cuenta lo siguiente:

El crédito fiscal está constituido por el IGV consignado separadamente en el comprobante de pago que respalda la adquisición de bienes, servicios y contratos de construcción o el pagado en la importación del bien. Deberá ser utilizado mes a mes, deduciéndose del Impuesto bruto para determinar el Impuesto a pagar. Para que estas adquisiciones otorguen el derecho a deducir como crédito fiscal el IGV pagado al efectuarlas, deben ser permitidas como gasto o costo de la empresa, de acuerdo con la legislación del Impuesto a la Renta y se deben destinar a operaciones gravadas con el IGV (SUNAT).

Para la liquidación y pago del Impuesto General a las Ventas se consideran las compras y ventas realizadas en el mes de diciembre.

La empresa Supermercados CATALINA S.A.C, realizó la venta de productos por el importe de S/ 6, 009,932.20 incluido el IGV y el ICBP en el mes de diciembre de 2021.

A continuación, se muestra el asiento contable de la venta y se detallan las cuentas contables según el Plan Contable General Empresarial.

TABLA: 9**Ventas periodo diciembre 2021**

CUENTA	DESCRIPCIONES	DEBE S/	HABER S/
	1		
12	CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	6,009,632.20	
121	Facturas, boletas y otros comprobantes Por cobrar		
40	TRIBUTOS CONTRAPREST Y APORTES AL SISTEMA DE PENS Y DE SALUD POR PAGAR		937,062.54
401	Gobierno Central		
4011	IGV Cuenta propia		
4018	Otros impuestos y contraprestaciones 913,062.54		
40189	otros impuestos (ICBP) 24,000.00		
70	VENTAS		5,072,569.66
701	Mercaderías		
7012	Mercadería - Venta local		
70121	Productos 4,975,001.66		
70122	Bolsas plásticas 97,568.00		
	Por la venta de productos y bolsas plásticas		
	3		
10	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	6,009,632.20	
101	Caja		
12	CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES		6,009,632.20
121	Facturas, boletas y otros comprobantes Por cobrar		
	Por el cobro de la factura		

Fuente: Elaboración propia con datos de la empresa.

La empresa Supermercados CATALINA S.A.C, realizó compras de mercaderías por el importe de S/ 3,725, 231.68 incluido el IGV en el mes de diciembre de 2021.

A continuación, se muestra el asiento contable de la compra, destino de la mercadería y pago de la factura y se detallan las cuentas contables utilizadas según el Plan Contable General Empresarial.

TABLA: 10

Asiento contable compras periodo diciembre 2021

CUENTA	DESCRIPCIONES	DEBE S/	HABER S/
	1		
60	COMPRAS	3,156,976.00	
601	Mercadería		
40	TRIBUTOS CONTRAPREST Y APORTES AL SISTEMA DE PENS Y DE SALUD POR PAGAR	568,255.68	
401	Gobierno Central		
4011	IGV Cuenta propia		
42	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES TERCEROS		3725231.68
421	Facturas, boletas y otros comprobantes por pagar.		
	Por la compra de mercadería mas el IGV		
	2		
20	MERCADERIA	3,156,976.00	
201	Mercadería manufacturada		
61	VARIACION DE EXISTENCIAS		3,156,976.00
611	Mercadería		
	Por el destino de la mercadería compradas		
	3		
42	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES TERCEROS	3725231.68	
421	Facturas, boletas y otros comprobantes por pagar.		
10	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		3725231.68
101	Caja		
	Por el pago de la factura de compra de mercadería		

Fuente: Elaboración propia.

Después de haber identificado las compras y ventas del periodo diciembre 2021, la empresa procedió a realizar la liquidación y pago del Impuesto General a las Ventas.

Para determinar el Impuesto a pagar, la empresa consideró el IGV de las ventas que asciende a S/ 913,063 y considera que el IGV de las compras asciende a S/ 568,256, el Impuesto resultante de la diferencia de ambos conceptos dio un importe de S/ 344,807, este importe es lo que la empresa deberá pagar por concepto de IGV al fisco ya que las ventas fueron mayores que las compras.

Mediante formulario virtual, guía de pagos varios, números de pago de SUNAT (NPS) o a través de SUNAT operaciones en línea si las cuentas corrientes de la empresa están afiliadas para el pago del Impuesto o también con cargo en cuenta de detracción si la empresa posee cuenta en el Banco de la Nación.

TABLA: 11

Cálculo del Impuesto General a las Ventas, diciembre 2021.

SUPERMERCADOS DE CUSCO DICIEMBRE 2021		
LIQUIDACION DE IMPUESTOS GENERAL A LAS VENTAS	BASE	IMPUESTO
(+) VENTAS	5,072,570	913,063
(-) COMPRAS	3,156,976	568,256
IMPUESTO RESULTANTE O SALDO A FAVOR		344,807
SALDO A FAVOR DEL PERIODO ANTERIOR		-
PERCEPCIONES DECLARADAS EN EL MES		-
PERCEPCIONES DECLARADAS EN PERIODOS ANTERIORES		-
RETENCIONES DECLARADAS EN EL MES		-
RETENCIONES DECLARADAS EN PERIODOS ANTERIORES		-
TRIBUTO A PAGAR		344,807

Fuente: Elaboración propia , Detalle de la liquidación del I.G.V. considerando las ventas y compras de diciembre 2021.

4.4 RATIOS FINANCIEROS DE RENTABILIDAD

En el libro “Análisis de Estados Financieros, fundamentos teóricos y prácticos”, Bonsón, E., Cortijo, V., & Flores, F. (2009) se sostiene que la rentabilidad es fundamental en el análisis financiero:

Trata de medir el modo en que la empresa, después de haber realizado su actividad fundamental de ventas o prestaciones de servicios, y haber remunerado a todos los factores productivos implicados, es capaz de generar un superávit para ser repartido a todos los accionistas, que puede compararse con los recursos totales invertidos en la actividad, como medida de la eficiencia lograda. Rendimiento sobre la inversión (ROA) Para saber más sobre la utilidad de este indicador, revisaremos el blog de facturado.

El rendimiento sobre la inversión o retorno de la inversión es un ratio o indicador financiero encargado de medir la rentabilidad de una inversión, es decir, las utilidades o ganancias que se esperan obtener en una inversión. Mientras mayor es el rendimiento, se suponen mayores beneficios económicos como inversionistas. Este índice señala el porcentaje de la inversión que se ha recuperado o ganado y se expresa como porcentaje de la inversión inicial. Por ejemplo, un ROA de 10% indica que vamos a recuperar el 10% de la inversión realizada.

TABLA: 12 - ROA

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
ROA	= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de activos}}$	= $\frac{401,571}{2,070,338}$	= 19%	= $\frac{383,022}{2,070,404}$	= 18%

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 12 se puede observar que los cálculos afectos al Impuesto arrojan un 19% y sin Impuestos un 18%, esto quiere decir que hay un rendimiento mayor de las inversiones si las operaciones son afectas al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y el ROA se ve incrementado en 1% si las operaciones son calculadas con Impuestos.

4.5 EL MARGEN NETO DE UTILIDAD

Para el cálculo y análisis de este indicador tomaremos como referencia el concepto de la enciclopedia de la economía, que nos define lo siguiente:

Es una ratio financiera que mide la rentabilidad de una empresa, para obtener el margen neto de utilidad se divide el beneficio neto entre las ventas sin considerar los Impuestos, es decir, el cálculo de este indicador requiere dos variables: Los ingresos de la compañía y el saldo final de la cuenta de resultados, para llegar al saldo final de la cuenta de resultados, se deben descontar todos los egresos que permitieron colocar el producto en el mercado, incluyendo Impuestos. La utilidad del margen neto está en que refleja la capacidad de la organización para convertir los ingresos que recibe en beneficios, es decir, le permite saber a los administradores de la compañía si se está realizando un eficiente control de costos.

TABLA: 13**Margen Neto de Utilidad.**

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
Margen Neta de Utilidad	Utilidad Neta	= 401,571	= 41%	= 383,022	= 40%
=	<u>Ventas Netas</u>	<u>979,800</u>		<u>953,500</u>	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13 se puede observar que las ventas afectas al Impuesto y sin Impuestos generaron el 41% y 40% de la utilidad respectivamente, asimismo se puede observar un incremento de 1% en la utilidad en las operaciones afectas al Impuesto, aunque el porcentaje no es material, pero cuando se trata de dinero afecta la liquidez de la empresa y se vuelve significativo.

4.6 EI ROE

Es el ratio que mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad. Es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa para remunerar a sus accionistas. Los accionistas pueden analizar el rendimiento del capital empleado en una inversión y, de esta manera, comprobar si les compensará mantener sus fondos en la sociedad.

TABLA: 14 ROE

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
ROE	Utilidad Neta	= 401,571	= 22%	= 383,022	= 21%
=	<u>Total Patrimonio</u>	<u>1,856,839</u>		<u>1,856,925</u>	

Nota: Elaboración propia

En la tabla 14 se puede observar que este indicador de rentabilidad financiero arroja 22% y 21% respectivamente. La primera cifra corresponde a las operaciones afectas al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y la segunda a las operaciones no afectas al Impuesto. Hay que resaltar que es indicador mide la rentabilidad lograda sobre sus fondos propios.

4.6.1 ROTACIÓN DE ACTIVOS

La rotación de activos es una ratio financiera que mide el grado de eficiencia de una empresa en el uso de sus activos para generar ingresos por ventas.

TABLA: 15

Rotación de activos.

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
Rotación de activos =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	=	$\frac{979,800}{2,070,338}$	=	47%
				=	$\frac{953,500}{2,070,404}$
				=	46%

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 15 se puede mostrar que la empresa tiene una rotación de activos del 47% con los cálculos afecto al Impuesto y 46% con los cálculos sin el Impuesto.

4.7 RATIO DE LIQUIDEZ

Esta ratio es conocido también ratio circulante o razón corriente:

Es un indicador financiero que muestra cuanto la empresa posee en recursos, de este modo, es posible entender la capacidad de endeudamiento del negocio, ya que, cada inversión posee una inversión diferente. Para saber cuál es el índice de liquidez, los empresarios necesitan consultar el balance patrimonial de la empresa, con esta información se podrá saber si la empresa posee activos suficientes para realizar sus obligaciones. Un emprendimiento puede percibir que no tiene la solvencia necesaria para expandir sus operaciones, es decir, cuanto mejor sea el índice de liquidez de una empresa, mayor será su salud financiera.

Por ejemplo: si después del cálculo el resultado es superior a 1, esto significa que el negocio tiene un buen margen de capital y es capaz de pagar sus deudas sin comprometer las inversiones, si el resultado del cálculo fue muy cercano a 1, eso quiere decir que la empresa posee la cantidad exacta para cumplir sus obligaciones, quedando sin recursos luego de cumplirlas.

4.7.1 RATIOS DE LIQUIDEZ GENERAL

Esta ratio recibe varias denominaciones como, entre otras, ratio de circulante, razón corriente o ratio de liquidez. Representa el cociente entre los activos que esperamos realizar y las obligaciones que debemos asumir en un mismo periodo; a diferencia del capital corriente este no se mide en unidades monetarias, sino que es una magnitud adimensional.

TABLA: 16

Ratio de liquidez corriente.

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
Ratio de Liquidez General	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} =$	$\frac{38,801}{10,614} =$	3.66 =	$\frac{38,867}{10,594} =$	3.67

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 16 se puede mostrar que este ratio de liquidez es mayor a 1. Esto quiere decir que la compañía tiene suficiente efectivo con el que puede afrontar sus obligaciones en el corto plazo. “La compañía tiene 3.66 de liquidez con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y 3.67 sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas”.

4.7.2 RATIO DE LIQUIDEZ ABSOLUTA.

Este ratio es una herramienta importante para comprender como se gestiona el dinero en la compañía. Determina la capacidad para cubrir sus pasivos con activos relativamente líquidos. Una empresa con un bajo grado de liquidez y con un aumento de pasivos, puede que en el largo plazo tenga que vender sus activos o solicitar financiamiento para afrontar sus obligaciones.

TABLA: 17

Liquidez absoluta

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
Ratio de Liquidez Absoluta	$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo corriente}}$	$\frac{8,561}{10,614}$	$= 0.81$	$\frac{8,785}{10,594}$	$= 0.83$

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 17 podemos observar que el indicador con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es de 0.81 y sin el Impuesto es de 0.83 en ambos casos es mayor a 0.5 lo cual indica que si puede cubrir su deuda a corto plazo.

4.8 PRUEBA ÁCIDA

A diferencia del ratio de liquidez general, “se restan las existencias del numerador. Su transformación en dinero es algo más compleja que la de otros elementos del activo corriente, ya que está condicionada a la realización de ventas”. Este ratio es más utilizado en situaciones en las que la empresa cuente con activos que tengan una liquidez dudosa, como los inventarios. Es un indicador que muestra la capacidad de la empresa para afrontar sus deudas financieras a corto plazo.

TABLA: 18

Prueba ácida.

	<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>		<i>SIN ICBP</i>	
Prueba Ácida	$\frac{(\text{Activo Corriente} - \text{Existencia})}{\text{Total Pasivo Corriente}}$	=	$\frac{38,801}{10,614}$	=	3.66	=
=					$\frac{38,867}{10,594}$	= 3.67

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 18 se puede observar que el indicador en ambos casos es mayor a 1, siendo un buen indicador lo que se obtiene de 3.66 y 3.67 para ambos casos lo cual que la compañía está en la capacidad de afrontar sus deudas financieras en el corto plazo.

4.9 CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo es la parte que le queda a la compañía después de pagar sus deudas a corto plazo, es la diferencia entre los activos corrientes menos pasivos corrientes. En otras palabras, es el efectivo y equivalente de efectivo del que puede utilizar la empresa para afrontar las obligaciones del corto plazo.

El capital de trabajo es la fuerza motriz con la que la empresa emprende su camino y realiza sus operaciones, por eso, este ratio es muy importante.

TABLA: 19

Ratio de capital de trabajo

<i>RATIOS FINANCIEROS</i>		<i>CON ICBP</i>	<i>SIN ICBP</i>
Capital de Trabajo =	Activo Corriente - Pasivo Corriente	= 28,187	28,273

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 19 se puede observar que el capital de trabajo de la compañía es de S/ 28,187 con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y de S/ 28,273 sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

4.10 EVALUACION DEL CASO PRACTICO

En el caso práctico se pudo comprobar que el sector comercial aplica el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, ya que, son los que más bolsas plásticas obsequiaban a sus clientes y hoy en día tienen un costo y un Impuesto por cada una de ellas.

En la actualidad – a pesar de la crisis del COVID 19

El Análisis financiero del caso práctico

En esta parte del trabajo se presenta la interpretación y comparación de los estados financieros y otros datos relevantes de la empresa. Con el objetivo de analizar la situación y desempeño de la empresa, comprobar el estado económico y financiero de la empresa, determinar la capacidad de

endeudamiento, rentabilidad de la empresa, evaluar el futuro de la empresa y colaborar con los inversionistas en la toma de decisiones.

A continuación, se presentan los Estados Financieros de la empresa Supermercados Catalina S.A.C con sus respectivos análisis vertical y horizontal, esta información permitirá analizar las partidas que fueron afectadas por la aplicación del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y las partidas más representativas, de esta manera se determinará si el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta financiera y tributariamente a la compañía.

TABLA 20.

Análisis Vertical y Horizontal del Estado de Situación Financiera.

AÑO 2021	CON ICBP	ANÁLISIS VERTICAL	SIN ICBP	ANÁLISIS VERTICAL	DIFERENCIAS	ANÁLISIS HORIZONTAL
Activo						
Activo corriente						
Efectivo y equivalentes al efectivo (a)	8,561	0.41%	8,785	0.42%	-224	-2.55%
Otras cuentas por cobrar (b)	350	0.02%	192	0.01%	158	82.29%
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	24,763	1.20%	24,763	1.20%	-	0.00%
Gastos pagados por anticipado	12	0.00%	12	0.00%	-	0.00%
Activo por impuesto a las ganancias	5,115	0.25%	5,115	0.25%	-	0.00%
Total activo corriente	38,801	1.87%	38,867	1.88%	-66	-0.17%
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	253,500	12.24%	253,500	12.24%	-	0.00%
Inversiones en subsidiarias	1,777,901	85.87%	1,777,901	85.87%	-	0.00%
Activos intangibles	1	0.00%	1	0.00%	-	0.00%
Activo diferido por impuesto a las ganancias, Neto	135	0.01%	135	0.01%	-	0.00%
Total activo no corriente	2,031,537	98.13%	2,031,537	98.12%	-	0.00%
Total activo	2,070,338	100.00%	2,070,404	100.00%	-66	0.00%
Pasivo y patrimonio neto						
Pasivo corriente						
Cuentas por pagar comerciales	458	0.02%	458	0.02%	-	0.00%
Tributos por pagar (c)	377	0.02%	357	0.02%	20	5.60%
Otras cuentas por pagar	200	0.01%	200	0.01%	-	0.00%
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	139	0.01%	139	0.01%	-	0.00%
Otros pasivos financieros	9,440	0.46%	9,440	0.46%	-	0.00%
Total pasivo corriente	10,614	0.51%	10,594	0.51%	20	0.19%
Pasivo no corriente						

Cuentas por pagar a entidades relacionadas	10	0.00%	10	0.00%	-	0.00%
Otros pasivos financieros	202,875	9.80%	202,875	9.80%	-	0.00%
Total pasivo no corriente	202,885	9.80%	202,885	9.80%	-	0.00%
Total pasivo	213,499	9.80%	213,479	10.31%	20	0.01%
Patrimonio neto						
Capital emitido	515,606	24.90%	515,606	24.90%	-	0.00%
Primas de emisión	-121,676	-5.88%	-121,676	5.88%	-	0.00%
Acciones propias en cartera	-203	-0.01%	-203	-0.01%	-	0.00%
Otras reservas de capital	26,576	1.28%	26,576	1.28%	-	0.00%
Resultados no realizados	244	0.01%	244	0.01%	-	0.00%
Resultados acumulados (d)	1,034,721	49.98%	1,053,356	50.88%	-18,635	-1.77%
Resultados del ejercicio (e)	401,571	19.40%	383,022	18.50%	18,549	4.84%
Total patrimonio neto	1,856,839	89.69%	1,856,925	89.69%	-86	0.00%
Total pasivo y patrimonio neto	2,070,338	100.00%	2,070,404	100.00%	-66	0.00%

Nota: Se presenta el análisis vertical y horizontal con el ICBP y sin el ICBP.

Fuente: Análisis propio.

La empresa Supermercado Catalina S.A.C, según el análisis vertical del estado de situación financiera con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, al cierre del ejercicio 2021, mantiene una inversión total S/ 2,070,338, la inversión está conformada por partidas corrientes que ascienden a S/ 38,801 y representa el 1.87% de la inversión y las partidas no corrientes S/ 202,885 representan el 9.80%. La empresa está financiada por recursos propios en S/

1,856,839 el cual representa el 89.69% y con recursos de terceros en S/ 213,499, el cual representa el 10.31%.

Si no existiera el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, la empresa Supermercado Catalina S.A.C podría incrementar su efectivo y equivalente de efectivo en 1% y del mismo modo disminuir sus cuentas por cobrar en 1%.

TABLA 21.

Análisis vertical y horizontal del estado de resultados.

AÑO 2019 S/(000)	CON ICBP	ANALISIS VERTICAL	SIN ICBP	ANALISIS VERTICAL	DIFERENCIAS	ANALISIS HORIZONTAL
(+) Ventas netas (f)	979,800	100%	953,500	100%	26,300	3%
(-) Costos de ventas	-424,561	-43%	-424,575	-45%	14	0%
UTILIDAD BRUTA	555,239	57%	528,925	55%	26,314	5%
GASTOS OPERATIVOS						
(-) Gastos de administración	-1,893	0%	-1,893	0%	-	0%
(-) Gastos de ventas	-23,965	-2%	-23,965	-3%	-	0%
UTILIDAD OPERATIVA	529,381	54%	503,067	53%	26,314	5%
(+) Ingresos financieros	115,970	12%	115,970	12%	-	
(-) Gastos financieros	-75,747	-8%	-75,744	-8%	-3	0%
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	569,604	58%	543,293	57%	26,311	5%
(-) Impuesto a la renta (g)	-168,033	-17%	-160,271	-17%	-7,762	5%
UTILIDAD NETA OPERATIVA	401,571	41%	383,022	40%	18,549	5%
Reserva Legal						
RESULTADOS DEL EJERCICIO	401,571	41%	383,022	40%		

Fuente : Elaboración propia.

Nota: Se presenta el análisis vertical y horizontal con el ICBP y sin el ICBP del estado de resultados. Elaboración propia con información de la empresa.

La empresa Supermercado de CATALINA S.A.C, según el análisis vertical del estado de resultados con Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, al cierre del ejercicio 2021, mantiene un margen bruto de 57% el cual es una proporción muy favorable para la compañía, sus gastos financieros representan el 12% respecto de los ingresos y el Impuesto a la renta representa el 17% respecto de los ingresos. Si la empresa no tendría que aplicar el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas su utilidad operativa se reduciría en 1% del mismo modo sucedería con la utilidad neta operativa del 41% al 40%.

4.11 RATIOS FINANCIEROS:

Con la finalidad de realizar el análisis financiero, se han calculado las ratios más representativas para conocer la situación financiera de la compañía.

TABLA 22.

Análisis de ratios financieros de rentabilidad

RATIOS FINANCIEROS		CON ICBP	SIN ICBP
ROA	= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de activos}}$	= $\frac{401,571}{2,070,338}$ = 19%	= $\frac{383,022}{2,070,404}$ = 18%
Margen Neto de Utilidad	= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	= $\frac{401,571}{979,800}$ = 41%	= $\frac{383,022}{953,500}$ = 40%
ROE	= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Utilidad Neta}}$	= $\frac{401,571}{401,571}$ = 22%	= $\frac{383,022}{383,022}$ = 21%

	Total Patrimonio	1,856,839		1,856,925
Rotación de activos	= $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	= $\frac{979,800}{2,070,338}$	= 47%	= $\frac{953,500}{2,070,404}$ = 46%

Nota: Se presenta los cálculos de las ratios de rentabilidad de la empresa.

Fuente: Elaboración propia con información de la compañía.

❖ Se tiene una ROA del 19% considerando que las operaciones están afectas al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, esto quiere decir que por cada sol invertido la empresa, es capaz de obtener un rendimiento del 19%. En el caso del ROA sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es el 18%, esto quiere decir que por cada sol invertido la empresa obtendrá un retorno del 18%

❖ En el margen neto de utilidad con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es del 47% y sin el Impuesto es del 46%, la variación sin Impuesto se debe a que la utilidad neta es menor sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

❖ El ROE que obtuvo la compañía con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas fue del 22%, esto implica que las utilidades netas correspondieron al 22% del patrimonio, es decir que los socios obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 22%. El ROE que obtuvo la compañía sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas fue del 21%, esto implica que las utilidades netas correspondieron al 21% del patrimonio, es decir que los socios obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 21%.

❖ En el ratio de rotación de activos por cada sol invertido hay un retorno del 47% en el cálculo de las ventas con el Impuesto y las ventas

sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas hay un retorno menor de 1%.

TABLA 23.

Ratios de Liquidez de la Empresa.

RATIOS FINANCIEROS		CON ICBP	SIN ICBP
Ratio de liquidez genera	= $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	= $\frac{38,801}{10,614} = 3.66$	= $\frac{38,867}{10,594} = 3.67$
Ratio de liquidez absoluta	= $\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo corriente}}$	= $\frac{8,561}{10,614} = 0.81$	= $\frac{8,785}{10,594} = 0.83$
Prueba ácida	= $\frac{\text{(Activo Corriente - Existencia)}}{\text{Total Pasivo corriente}}$	= $\frac{38,801}{10,614} = 3.66$	= $\frac{38,867}{10,594} = 3.67$
Capital de trabajo	= $\frac{\text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}}$	= 28,187	= 28,273

Nota: Se plasma el cálculo de las ratios de liquidez de la empresa.

Fuente: Elaboración propia con información de la compañía.

A continuación, se realizará el análisis del ratio de liquidez de la empresa Supermercados CATALINA S.A.C.

❖ El ratio de liquidez general con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es del 3.66, esto quiere decir que por cada sol de deuda la empresa tiene S/ 3.66 para hacer frente a sus obligaciones, quedándole un excedente de S/ 2.66. El ratio de liquidez general sin Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es del 3.67, esto quiere decir que por cada sol de deuda la empresa tiene S/ 3.67 para hacer frente a sus obligaciones, quedándole un excedente de S/ 2.67.

❖ El ratio de la prueba ácida de las operaciones afectas con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas asciende a 3.66 y el indicador de las operaciones no afectas al Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas es de 3.67. Como se puede observar si la empresa quiere responder con el pago de sus obligaciones de corto plazo tendrá que vender el 3.66 en las operaciones con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

❖ La empresa después que pague el total de sus obligaciones corrientes dispone de S/ 28,187 para afrontar las obligaciones en el desarrollo normal de sus operaciones en los cálculos con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas y dispone de S/ 28,273 en las ventas sin el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas para afrontar sus obligaciones propia del giro del negocio.

4.12 ANÁLISIS TRIBUTARIO DEL CASO PRÁCTICO

A continuación, veremos el análisis tributario de la empresa Supermercados CATALINA S.A.C. Con la finalidad de establecer que los datos sean conformes a la normativa vigente del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

Impuesto General a las Ventas

Con respecto al Impuesto General a las Ventas, todos los productos que comercializa la compañía están sujetos al IGV. Cuando la empresa vende agrega

el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto a las Bolsas Plásticas si el cliente desea adquirir una o más bolsas plásticas.

En el caso práctico se puede observar que la empresa en el mes de diciembre recibió S/ 24,000.00 soles en su caja, el mismo que corresponde a las ventas de las bolsas plásticas de las 18 tiendas en Cusco, por lo que hubo un buen manejo y control del Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, sin embargo, también se deduce que el dinero está limitado únicamente para el pago del Impuesto.

4.12.1 LA EMPRESA

Pagó por concepto de IGV el importe de S/ 344,807 soles en el mes de diciembre, el 80% de sus ventas fue con al menos una bolsa plástica sujeta al Impuesto al Consumo de las

bolsas plásticas y el 20% sin bolsas plástica o con bolsa biodegradable u otro material que no es plástico lo cual no aplica para el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas.

TABLA 24.

Análisis del cálculo del Impuesto General a las Ventas.

VENTAS TOTALES		CON EL ICBP	SIN EL ICBP	% CON EL ICBP	% SIN EL ICBP
VENTAS	5,072,570	3,266,000	3,178,333	64%	62%
COMPRAS	3,156,976	2,020,465	1,952,698	64%	61%
DEBITO FISCAL	913,063	587,880	572,100	64%	63%
CREDITO FISCAL	568,256	363,684	351,486	64%	61%
IGV POR PAGAR	344,807	224,196	220,614	65%	63%

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Detalle de la liquidación del I.G.V. considerando las ventas y compras de diciembre 2021.

Impuesto a la Renta para saber si el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas afecta a este tributo, es importante saber que:

El Impuesto a la renta de tercera categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión de capital y el trabajo. A continuación, se presenta el cálculo del Impuesto a la Renta del año 2021 realizado por la compañía (SUNAT).

TABLA 25.

Cálculo del Impuesto a la Renta Año 2021.

AÑO 2021	CON ICBP	SIN ICBP
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	569,604	569,456
(-) Impuesto a la renta (g)	-168,033	-167,990
UTILIDAD NETA OPERATIVA	401,571	383,022
Reserva Legal		
RESULTADOS DEL EJERCICIO	401,571	383,022

Nota: Elaboración propia. En la tabla 25 se muestra el cálculo del Impuesto a la Renta de tercera categoría del año 2021.

Según el análisis se puede deducir que el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas genera un ligero impacto tributario que solo representa entre el 1% y 2% de diferencia, que en su conjunto con respecto a los estados financieros es inmaterial.

9 CONCLUSIÓN DEL CASO PRÁCTICO

1- Conforme con el caso práctico analizado llegamos a la conclusión que el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas impacta ligeramente financiera y tributariamente en las empresas, pero con un mínimo porcentaje de diferencia que es del 1% ya que es el primer año de aplicación del cobro y pago del Impuesto tal vez para los años siguientes el impacto será más notable debido al incremento del cobro del Impuesto y la demanda en la adquisición de las bolsas plásticas.

2- El objetivo del Impuesto es desestimular el uso de la bolsa plástica en los puntos de pago, con lo cual se espera reducir los impactos ambientales asociados con los residuos generados por las bolsas después de que dejan de usarse. Es alcanzar el derecho que tiene toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida, reduciendo para ello el impacto adverso del plástico de un solo uso.

10 RECOMENDACIONES

1. Desde el ámbito de aplicación se debe procurar la educación de la población, puesto que son quienes van a pagar el Impuesto de las bolsas plásticas. Referente a la política de cuidado ambiental, se debería crear en base a la generación de incentivos a las empresas que se acojan y desarrollen planes innovadores en pro del medio ambiente. Así como también ampliar el enfoque de los otros recipientes o envases descartables que se suman a la contaminación.

2. La implementación del Impuesto a la bolsa plástica conlleva en realidad un buen fin en la sociedad, que poco a poco ha sido bien aceptado. Lo cual resalta en su recaudación, ésta hasta finales del año 2023 será de 0.50 de esta manera en unos años podríamos estar extinguiendo este tributo, no solo a las bolsas plásticas, sino también a cualquier forma de plástico.

3. Es recomendable establecer políticas contables acordes con el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas en cuyos casos se definan todos los aspectos relevantes, los cuales sean fácil de entender y aplicar en la medida de lo posible. Ya que la presente ley en estudio tiene un impacto limitado que se espera que con el tiempo desaparezca. Una fiscalización constante a los supermercados y una revisión de la ley dentro de un tiempo estimado para ver la evolución y respuesta ante las multas establecidas.

4. Se sugiere a todos los supermercados acatar la Ley N° 30884 para evitar sanciones innecesarias que pueden generar un impacto desfavorable en la liquidez de la empresa y sus estados financieros.

5. A los usuarios finales le recomendaría, evitar el uso de bolsas o envases de plástico desechables. Llevar sus propias bolsas reutilizables y hacer sus compras a granel en el caso de las frutas y verduras, de esta manera evitaremos la contaminación de nuestro ecosistema.

6. Se recomienda al Ministerio del Ambiente (MINAM) realizar campañas dirigidas a los usuarios ya que este es un tema de conciencia de a los peruanos. Por ejemplo, realizar spots publicitarios en señal abierta. Ya que muchos ciudadanos creen que es un tema de los supermercados.

7. Se recomienda a la Administración Tributaria (SUNAT) aplicar un incremento más significativo en el Impuesto al Consumo de las bolsas plásticas, para que de esta manera los supermercados puedan sustituir por otros productos y dar baja la comercialización de las bolsas plásticas.

11 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Presidencia de la República. (2019). Decreto supremo N.º 244-2019-EF. Por la cual se aprueba el Reglamento del Impuesto al Consumo de las bolsas de plástico. Diario El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-del-impuestoal-consumo-de-las-bolsas-decreto-supremo-n-244-2019-ef-1794122-3/>
2. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6555/re%C3%A1tegui_gj.PDF?sequence=1&isAllowed=y
3. <https://www.america-retail.com/peru/cuanto-recauda-la-sunat-por-el-impuesto-al-consumo-de-bolsas-plasticas/>
4. http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/2265/253T20160269_TC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
5. <https://www.america-retail.com/peru/cuanto-recauda-la-sunat-por-el-impuesto-al-consumo-de-bolsas-plasticas/>
6. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/84753

12 ANEXOS

12.1 ÁRBOL DEL PROBLEMA.

