



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS TESIS**

**IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS Y SU APLICACIÓN EN EL
COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA: BACH. AGÜERO GARAMENDI, ELSA

Ayacucho – Perú

2018

DEDICATORIA

Dedico este trabajo A DIOS, a mis padres, a mi amado esposo y a mis hermanos quienes me apoyaron incondicionalmente y creyeron en mí, me dieron sus palabras de aliento, también a mis amigas que aportaron con sus conocimientos en la elaboración de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Alas Peruanas Filial Ayacucho, a los Docentes que aportaron con sus conocimientos en el trayecto de nuestra formación profesional y a nuestro asesor por brindarnos la orientación para la elaboración de nuestra tesis.

RESUMEN

El desarrollo de Internet ha permitido el surgimiento de un nuevo tipo de comercio, el electrónico, este nuevo sistema de comercio de bienes y servicios no solo constituye una modalidad para llevar a cabo tales transacciones a distancia, sino que, a su vez, permite la transferencia, en tiempo real, los bienes y servicios objeto de la misma. Cabe señalar que mediante el Internet no solo se realiza transacciones de compraventa para un activo específico, sino que incluso si está en forma digital, también permite la transmisión electrónica al adquirente. Por otro lado, en el campo de los servicios, también es el caso, ya que el proveedor puede, a través de Internet, proporcionar sus servicios, sin tener que viajar al lugar donde se encuentra. Por lo tanto, el comercio electrónico consiste en realizar transacciones comerciales electrónicamente, se basa en el procesamiento y transmisión electrónica de datos, incluidos libros, imágenes, videos, etc. Por lo tanto, las ciencias contables y financieras, como la legislación fiscal, no pueden aislarse de eventos reales que ocurren a nivel global, nacional, regional y local, como la provincia de Huamanga en la región de Ayacucho; entonces esperamos que este trabajo de investigación sirva como base para investigaciones futuras, tales como conocer la naturaleza de los eventos imponibles que tienen lugar en la contratación electrónica, el lugar donde se encuentra la fuente de los ingresos, la determinación de la jurisdicción aplicable en el análisis de aplicación del Impuesto General sobre ventas en la actividad de comercio electrónico. Se ha demostrado el impacto del impuesto general sobre las ventas en la actividad de comercio electrónico en la provincia de Huamanga, así como las reglamentaciones del impuesto general sobre las ventas afectan las transacciones de la actividad de comercio electrónico y los mecanismos de inspección para la conciencia tributaria.

ABSTRAC

The development of the Internet has allowed the emergence of a new type of commerce, the electronic, this new system of trade in goods and services not only constitutes a way to carry out such transactions remotely, but, in turn, allows the transfer, in real time, the goods and services object of the same. It should be noted that the Internet not only carries out purchase transactions for a specific asset, but even if it is in digital form, it also allows electronic transmission to the purchaser. On the other hand, in the field of services, this is also the case, since the provider can, through the Internet, provide their services, without having to travel to the place where it is located. Therefore, electronic commerce consists of conducting business transactions electronically, it is based on the electronic processing and transmission of data, including books, images, videos, etc. Therefore, the accounting and financial sciences, such as tax legislation, can not be isolated from real events that occur globally, nationally, regionally and locally, such as the province of Huamanga in the Ayacucho region; then we hope that this research work will serve as a basis for future research, such as knowing the nature of the taxable events that take place in electronic contracting, the place where the source of the income is located, the determination of the jurisdiction applicable in the analysis of the application of the General Sales Tax in the electronic commerce activity. The impact of the general tax on sales in the activity of electronic commerce in the province of Huamanga has been demonstrated, as well as the regulations of the general tax on sales affect the transactions of the electronic commerce activity and the inspection mechanisms for the conscience Tributary.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	8
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	8
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.1. Explicación del porqué de la elección del problema de investigación.....	8
1.2. Descripción de la Realidad Problemática.....	9
1.3 Antecedentes teóricos relacionados con la investigación.....	11
1.4 Formulación del problema de investigación.....	16
1.4.1 Problema principal.....	16
1.4.2 Problemas secundarios.....	16
1.4.2.1 ¿De qué manera la normatividad vigente del Impuesto general a las Ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?.....	16
1.4.2.2 ¿De qué manera la presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del Comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?.....	16
1.4.2.3 ¿De qué manera los mecanismos de fiscalización tributaria inciden en los delitos informáticos en la actividad del comercio electrónico en la provincia de Huamanga?.....	16
1.5 Importancia de la investigación.....	16
1.6 Justificación de la investigación.....	17
1.7 Alcances de la investigación.....	17
1.8 Limitaciones de la investigación.....	17
1.9 Delimitación de la investigación.....	17
1.9.1 Delimitación espacial.....	17
1.9.2 Delimitación temporal.....	17
1.9.3 Delimitación cuantitativa.....	17
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1 Objetivo general.....	17
2.2 Objetivos específicos.....	18
2.2.1 Determinar la normatividad vigente del impuesto general a las ventas y su incidencia en las transacciones de la actividad comercial del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.....	18

2.2.2 Determinar la presión tributaria y su incidencia en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.	18
2.2.3 Determinar cómo los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.	18
3. FORMULACION DE HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
3.1 Hipótesis general	18
3.2 Hipótesis específica	18
3.2.1 La normatividad del impuesto general a las ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.	18
3.2.2 La presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.	18
3.2.3 Los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.	18
4. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES	18
4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	18
X Impuesto general a las ventas	18
4.2 VARIABLE DEPENDIENTE	18
Y Comercio electrónico en la provincia de Huamanga	18
CAPÍTULO II.....	20
2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1 FUNDAMENTOS O PLANTEAMIENTOS O BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.2 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.3 MARCO LEGAL DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.4 MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
CAPÍTULO III.....	31
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	31
3.1.1 Descripción del tipo de investigación	31
3.1.2 Descripción del nivel de investigación	31
3.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.2.1 Descripción del método de investigación	31
3.2.2 Descripción del diseño de investigación.....	31

3.3 UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.3.1 Descripción del universo:	31
3.3.2 Descripción de la población	31
3.3.3 Descripción de las muestras	31
3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
3.4.1 Descripción de las técnicas de investigación.....	32
3.4.2 Descripción de los instrumentos de investigación	32
3.4.3 Descripción de las fuentes de investigación	32
3.4.3.1 Información primaria	32
3.4.3.2 Información secundaria.....	32
3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS	32
3.5.1 Confiabilidad del instrumento	32
CAPÍTULO IV	34
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	34
4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	34
4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	46
4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS	49
CAPÍTULO V	51
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
5.1 CONCLUSIONES	51
5.2 RECOMENDACIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	52
ANEXO.....	55
MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA	56
ENCUESTA.....	57

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Explicación del porqué de la elección del problema de investigación

El proyecto de investigación con el Título de: Impuesto general a las ventas y su aplicación en el comercio electrónico en la provincia de Huamanga; es formulado y elaborado, teniendo la necesidad de plasmar los conocimientos teóricos sobre Sistema de Tributación específicamente, en el impuesto general a las ventas aplicado en una acción práctica como es el comercio electrónico en la Provincia de Huamanga; donde surge la necesidad de saber que el comercio electrónico constituye la forma más evolucionada de contratación a distancia, no se desliga del objeto primordial que persigue el comercio tradicional, cual es el tráfico de bienes y servicios. Por otro lado, es necesario señalar que no existe diferencia entre el comercio que se llevaba a cabo en la edad media y la contratación electrónica, toda vez que en ambos casos lo que se busca es realizar la venta de bienes o la prestación de servicios, como observamos la diferencia entre ambas está dada por el medio empleado para adquirir productos o prestar servicios. La contratación a distancia ha ido evolucionando paulatinamente a medida que se ha ido desarrollando la tecnología. Desde la invención de los primeros teléfonos hasta el desarrollo del facsímil, los contratos entre ausentes se han simplificado y acelerado de una manera sorprendente, pudiendo hoy celebrar en tiempo real a través de Internet. Hoy no hay fronteras ni limitaciones espaciales, para poder realizar las transacciones a nivel mundial, desde el Perú un usuario puede tener acceso a los productos que ofrece un proveedor ubicado en cualquiera de los cinco continentes, de igual manera desde la Provincia de Huamanga Región de Ayacucho, cualquier ciudadano podría disponer del internet para poder realizar transacciones a nivel mundial, por tanto ya somos ciudadanos mundiales, de esta manera los bienes y servicios se encuentran flotando en el denominado “ciber espacio” o “súper carretera de la información”, basta que el consumidor acceda a ella desde su computadora

personal. Como observamos el Impuesto general a las ventas no se puede mantener al margen de este fenómeno, surgiendo problemas propios que interesa resolver, fundamentalmente el problema que más dificultades ofrece es el relacionado a la determinación del Estado al que corresponde el cobro del impuesto general a las ventas, especialmente tratándose del comercio que se realiza on-line, no siendo posible establecer con exactitud el lugar donde se producen los hechos imponible sujetos a tributación.

La Provincia de Huamanga de la región Ayacucho, también dentro de una de sus actividades económicas cuenta con la actividad de comercio electrónico, siendo muchas empresas asociativas como individuales vienen desarrollando sus actividad, de allí la necesidad de realizar la presente investigación, teniendo en cuenta los hechos que se vienen observando en la aplicación del Impuesto general a las ventas en éstas unidades económicas; en tal sentido, utilizando los métodos de investigación científica propendemos conocer como se viene aplicando el impuesto general a las ventas en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga Región de Ayacucho, porque se viene observando muchos dedicados a la actividad comercial electrónico parece que no vienen entregando las boletas de ventas respectivamente, por desconocimiento de las normas y/o desidia de los señores comerciantes dedicados a la actividad electrónica; u otras razones pertinentes.

1.2. Descripción de la Realidad Problemática

El comercio es la principal actividad económica de la ciudad de Ayacucho, destacando actividades como la venta de abarrotes, las industrias manufactureras, restaurantes y hoteles, actividades inmobiliarias y alquiler, los servicios comunitarios, sociales y de salud de enseñanza privada.

“La distribución de la población económicamente activa en la ciudad de Ayacucho según fuentes de promoción del empleo” (M.T.P.E, 2005)es como sigue:

05.3% se dedica a actividades extractivas

18.4% se dedica a la industria manufacturera y construcción,

26.7% es representado por el sector comercio y

49.7% está dedicado a servicios (servicios personales, no personales y hogares).

Este análisis nos indica que existe alta concentración de actividad económica en la ciudad, Constituyéndose en el eje comercial, con el 26.7%. La economía de la ciudad de

Ayacucho se sustenta básicamente en el sector servicios (comercio, servicios gubernamentales, transportes y comunicaciones, otros servicios), el cual aporta 55.3% al valor agregado bruto de la producción total de la provincia. El comercio es la principal actividad económica de la ciudad de Ayacucho, destacando actividades como las ventas de abarrotes, las industrias manufactureras, restaurantes y hoteles, actividades inmobiliarias y alquiler; los servicios comunitarios, sociales y de salud, de enseñanza privada.

De acuerdo, con el registro de empresas según tipo de contribuyente, en la Superintendencia de Administración Tributaria (año 2007), existen 6,883 empresas dedicadas a la actividad comercial en la ciudad de Ayacucho. 81.3% (5,597) son personas naturales sin negocio 6.6% son empresas de responsabilidad individual Ltda. 3.5% están en calidad de sociedad comercial de responsabilidad limitada otros en menor porcentaje. Este análisis nos indica que existe alta concentración de actividad económica en la ciudad, constituyéndose en el eje comercial, que abastece a las demás provincias y distritos. “En el distrito de Ayacucho, existen 5,401 empresas registradas bajo un tipo de contribuyente representando el 96.5% del total, de la Provincia de Huamanga” (SUNAT, 2008). En el distrito de Ayacucho 78.49% están bajo la modalidad de persona natural sin negocio. La fuerte presencia de la persona natural justifica que más del 81% de los comercios de la ciudad están en el RUS y es además un reflejo de sus niveles de ventas (hasta 2,000 nuevos soles). Dentro del régimen especial están el 13% de MYPES; mientras que en el régimen general están el 40%, dentro de esta se encuentran las empresas de mayores ventas, además de MYPES que venden al Estado. Los trámites engorrosos y los costos relativamente altos de formalización son dos factores que influyen negativamente en la decisión para formalizar una empresa, pero para el año 2015 se han incrementado el número de registros, pues, los empresarios van entendiendo gradualmente que la informalidad les resta oportunidades en su visión de crecimiento, sin ella es muy difícil acceder a fuentes de financiamiento y beneficios en las compras estatales; por otro lado, no les permite crear una imagen de garantía ante sus consumidores. Siendo el sector terciario la más representativa de los demás sectores en el distrito de Ayacucho, entonces es vital encausar el estudio de evasión tributaria, toda vez que la realidad de contar con mayor número de habitantes en esta área geográfica, ayuda a contar con mayores establecimiento de venta de abarrotes para satisfacer en alguna medida la demanda por alimentos en la

población ayacuchana y ende ver causalidad de evasión tributaria en éstas tiendas de abarrotes en el Distrito de Ayacucho.

1.3 Antecedentes teóricos relacionados con la investigación.

Es necesario mencionar el origen del impuesto general a las ventas, más conocido en el mundo como impuesto al valor agregado, en nuestro país en el impuesto a los timbres fiscales (Ley 9923- Impuesto a los timbres), que afectaba el total del precio de venta. En 1973, se estableció el Impuesto a los Bienes y Servicios (IBS) que gravaba la venta de bienes a nivel fabricante o importador” (Decreto Ley 19620). En el año 1982, se implementó un impuesto general al consumo con una tasa general del 16%.” (Decreto Legislativo 190)Seguidamente presentamos las tasas del Impuesto General a la Ventas a lo largo de su historia. Las mismas han venido aplicándose hasta nuestros días:

GOBIERNO	AÑO	TASA DE IGV %
Fernando Belaunde Terry	1982	16
	1983	16
	1984	13.8
Alan García Pérez	1985	11
	1986	6.3
	1986	6.3
	1987	6
	1988	10.7
	1989	15
Alberto Fujimori Fujimori	1990	16.2
	1991	14.7%
	1992	17.7%
	1993	18%
	1994	18%
	1995	18%
	1996	18%
	1997	18%
	1998	18%

	1999	18%
	2000	18%
	2001	18%
	2002	18%
	2003	19%
	2004	19%
	2005	19%
	2006	19%
	2007	19%
	2008	19%
	2009	19%
	2010	19%
Ollanta Humala Tasso	2011	18%
	2012	18%
	2013	18%
	2014	18%
	2015	18%
Pedro Pablo K	2016	18%
	2017	18%

Fuente: Elaboración propia 20-09-2017

El 2003, durante el periodo de gobierno de Alejandro Toledo Manrique “se incrementa el porcentaje del Impuesto general a las Ventas en un 1% de 16% al 17% resultando un total del 19%, considerado el 2% del Impuesto de Promoción Municipal” (Ley 28033). El 20 de febrero del año 2011, el “Congreso de la República vuelve la tasa del Impuesto General a las Ventas al 16%, agregándose el 2% por el Impuesto de Promoción Municipal, entrando en vigencia a partir del 01 de marzo del 2011” (Ley N^a 29666), hasta la fecha. (marzo del 2017). Cabe indicar que, el impuesto general a las ventas está compuesto por una tasa de impuesto general al consumo del 16% y la del Impuesto de Promoción social equivalente al 2%. El impuesto general a las ventas, se aplica sobre el valor agregado, el cual es obtenido por la diferencia entre las ventas y las compras realizadas durante el periodo, como en el

caso de los señores comerciantes de venta de abarrotes, en el Distrito de Ayacucho, adquieren los productos a empresas productoras y distribuidoras a nivel nacional luego ellos expenden éstos productos, por lo que se viene observando que existe un remante o margen de utilidades en éstas operaciones que realizan a lo largo de sus actividades económicas. “Mensualmente se realiza la liquidación de éste impuesto, la misma que ha de ser presentada ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), mediante declaración jurada y el pago respectivo en una entidad financiera autorizada.” (Funciones de la SUNAT) Para la determinación de la obligación tributaria, es decir, del impuesto a pagar al fisco, se obtiene del resultado obtenido por la deducción del débito fiscal (impuesto cobrado por las operaciones de venta) el crédito fiscal (impuesto pagado por las adquisiciones efectuadas). Cabe resaltar que las mencionadas operaciones de ventas y adquisiciones deben encontrarse sustentadas por comprobantes de pago, además de estar reconocidas como costo o gasto por la Ley del Impuesto a la Renta y demás formalidades contenidas en la Ley del Impuesto general a las ventas. Al revisar las diferentes investigaciones en las bibliotecas, como Universidades e Instituciones superiores que vienen tratando el tema encontramos las siguientes:

1.-“Causas de la Evasión Fiscal en Venezuela” (Castillo, 2006), investigación que llegó a las siguientes conclusiones:

La defraudación atenta directamente contra la Hacienda Pública, este es el daño inmediato, directo y cuantificable que a su vez apareja un daño mediato, inmaterial y aún más perverso, consiste en el atentado contra la conciencia fiscal: la lesión al cuerpo social producida por atentar contra el principio de justicia fiscal, por sumarse a la generalización de una conducta que apareja desprecio o indiferencia por el deber ciudadano de colaborar, falta de solidaridad social, del hábito de la responsabilidad con el colectivo que alimenta la toma de beneficios sin la correspondiente contrapartida legal, en fin el plegarse a la cultura de la evasión.

En Venezuela la defraudación no se constituye por simple violación de deberes formales, ni siquiera por violación del deber de tributar, sino que se requiere de acciones y omisiones capaces de constituir engaño, inducir al error y producir un provecho y un daño.

El error con respecto a la cifra defraudada se considera como una condición objetiva de punibilidad, esta es una circunstancia extraña al hecho típico, no requiere ser abarcada por

la voluntad del agente y no se deriva causalmente de su conducta, en consecuencia, es independiente del dolo y el error sobre esta es irrelevante o queda excluido.

2.- “La Evasión Tributaria en la Región Huánuco 2010” (Peña, 2010)

Conclusión: establecer medidas preventivas que ayuden a reducir la evasión tributaria, fijando intervenciones continuas a las empresas de la Región Huánuco.

3.- “Evasión Tributaria en la industria de calzado en el Distrito De El Porvenir – Trujillo: 2010 – 2011” (Chávez S. , 2010 – 2011).

Conclusión: Existe una deficiente conciencia tributaria, lo que motiva a la evasión tributaria, obstaculizando el desarrollo de la ciudad y más aún del país, afectando al presupuesto destinado a la calidad de los servicios de salud, educación, seguridad, vivienda, administración y programas sociales

4.- “Factores Que Determinan La Creación de un Proyecto de Cultura Tributaria para mejorar la Recaudación de Impuestos de La Micro y Pequeña Empresa del Sector Calzado del Distrito del Porvenir”. (Guadamos, 2012)

Conclusión: Se determinó que los programas de cultura tributaria y orientación ofrecidos por la Administración Tributaria (SUNAT) no llegan en su totalidad, porque un 65% de sector calzado no han recibido dichos programas. También se estableció que los programas de cultura tributaria y orientación no son los más adecuados para los micros y pequeños empresarios, ya que al asistir a estos programas su nivel de satisfacción es regular para la gran mayoría.

5.- “Evasión Tributaria” (Tarrillo, (2010))

Conclusión: La falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura de conciencia tributaria y origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria. En muchas ocasiones la alta presión tributaria reflejada ya sea en la cantidad de tributos o en el importe resultante de los mismos, originan la existencia de una economía informal significativa, lo cual genera una causal importante de la evasión tributaria.

6.- “Factores Asociados a la Evasión Tributaria en la Industria de Calzado del Distrito del Porvenir .” (Caldas, 2012)

Conclusión: Existe un alto grado de informalidad en la industria del calzado ya que el 70.09% de los contribuyentes del sector calzado del distrito del Porvenir no está inscrito en el Régimen Único de Contribuyentes y solo el 29.91% de los contribuyentes del sector calzado del distrito del Porvenir está inscrito en el Régimen Único de Contribuyentes.

7.-“Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo - año 2013” (Aguirre Á, 2013)

Conclusiones:

Los comerciantes de Abarrotes que se encuentran ubicados en los alrededores del mercado Mayorista por el giro de negocio que tienen, deben cumplir con todas las obligaciones formales que les corresponden (otorgar comprobante de pago por sus ventas, presentar sus declaraciones, llevar registros y libros contables de acuerdo a su régimen) a los contribuyentes, así como con la determinación y pago de los impuestos a los que están afectos (obligaciones sustanciales) , tales como el IGV, IR y ESSALUD.

Por la actividad que realizan los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista pueden acogerse a cualquier régimen tributario (Nuevo Régimen Único Simplificado, Régimen Especial de Renta y Régimen General).

En el presente trabajo realizado se ha procesado la información obtenida de las encuestas de la que se ha determinado que los ingresos que estos comerciantes obtienen mensualmente, superan en su mayoría el tope de la categoría mayor del Nuevo RUS (S/. 30,000.00), no correspondiéndoles dicho régimen. Esto genera que un 10% de los encuestados se encuentren en un régimen que no les corresponde. Considerando que se ha determinado un nivel de ventas promedio mensual de S/. 78000.00, les correspondería estar en el Régimen General.

Lo antes indicado se produce por un desconocimiento de las normas, esto se puede observar en el cuadro N° 12 en el que un 51% declara desconocer los requisitos y condiciones de su régimen y en el cuadro 13 en el que un 56% indica se acogió porque se lo sugirieron; asimismo por el deseo de pagar menos (19% lo señala como motivo de su acogimiento en el cuadro 13).

Del procesamiento y comparación de las preguntas 6, 9 y 14 de la encuesta se determina que un alto porcentaje de estos comerciantes no declara la totalidad de sus ventas, lo que

conlleva a una evasión parcial de impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto a la Renta.

De manera similar se ha determinado que por lo menos un 15% de estos empresarios no declaran a sus trabajadores lo que causa una omisión en la determinación de la contribución al Essalud.

Como resultado del estudio efectuado se concluye que las causas que generan evasión tributaria son:

Falta de información.

Deseos de generar mayores ingresos (Utilidades).

Complejidad de las normas tributarias y excesivas carga para tributar.

Acogerse a regímenes tributarios que no les corresponde.

Como una conclusión final mencionamos que coincidimos con el autor Tarrillo en que la falta de una adecuada difusión por parte del Estado respecto a los tributos y el objeto de los mismos, trae consigo la ausencia de una cultura y conciencia tributaria, lo que origina que los contribuyentes se encuentren más propensos a caer en la evasión y elusión tributaria. Lo antes indicado tiene relación directa con las dos primeras causas determinadas.

1.4 Formulación del problema de investigación

1.4.1 Problema principal

¿De qué manera el Impuesto general a las ventas incide en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?

1.4.2 Problemas secundarios

1.4.2.1 ¿De qué manera la normatividad vigente del Impuesto general a las Ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?

1.4.2.2 ¿De qué manera la presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del Comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?

1.4.2.3 ¿De qué manera los mecanismos de fiscalización tributaria inciden en los delitos informáticos en la actividad del comercio electrónico en la provincia de Huamanga?

1.5 Importancia de la investigación

En el periodo democrático que vivimos, permite incorporar diversos sistemas de comunicación a través de la tecnología de punta que nos brinda las ciencias de la

comunicación, como también llamar a reflexión sobre las obligaciones tributarias, sabiendo que el incremento del ingreso nacional ayudará a incrementar el presupuesto para atender tantas necesidades del departamento de Ayacucho, por lo que la presente investigación coadyuvará a esclarecer y conocer las incidencias del Impuesto General a las Ventas en la actividad de comercio electrónico, para luego servir como guía para la mejora en la recaudación tributaria de ésta parte del país.

1.6 Justificación de la investigación

El incumplimiento con las obligaciones tributarias en la actividad del comercio electrónico en la provincia de Huamanga, reflejan la falta de información o escaso conocimiento sobre el sistema tributario, acción que perjudica el ingreso fiscal del gobierno los mismos son utilizados para el bienestar de la sociedad, de allí que es menester investigar la incidencia del Impuesto General a las Ventas en la actividad del comercio electrónico, plasmando los conocimientos teóricos en la práctica como es en la actividad económica de la Provincia de Huamanga – Región de Ayacucho.

1.7 Alcances de la investigación

Provincia de Huamanga.

1.8 Limitaciones de la investigación

El acceso a la información es limitado.

1.9 Delimitación de la investigación

1.9.1 Delimitación espacial

Se realizará en la jurisdicción de la provincia de Huamanga - Región de Ayacucho.

1.9.2 Delimitación temporal

El periodo de investigación es: 2015 - 2016

1.9.3 Delimitación cuantitativa

Empresas electrónicas de la Provincia de Huamanga.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Objetivo general

Determinar el impuesto general a las ventas y su incidencia en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

2.2 Objetivos específicos

2.2.1 Determinar la normatividad vigente del impuesto general a las ventas y su incidencia en las transacciones de la actividad comercial del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

2.2.2 Determinar la presión tributaria y su incidencia en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

2.2.3 Determinar cómo los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

3. FORMULACION DE HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Hipótesis general

El impuesto general a las ventas incide significativamente en la actividad de comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

3.2 Hipótesis específica

3.2.1 La normatividad del impuesto general a las ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

3.2.2 La presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

3.2.3 Los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

4. IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

X Impuesto general a las ventas

Indicadores:

X1 Normatividad vigente

X2 Presión tributaria

X3 Mecanismo de fiscalización

4.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Y Comercio electrónico en la provincia de Huamanga

Indicadores:

Y1. Transacciones comerciales

Y2. Desarrollo

Y3. Delitos informáticos

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 FUNDAMENTOS O PLANTEAMIENTOS O BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

La Ley marco del sistema Tributario Peruano establece tributos para el gobierno central: impuesto a la Renta, impuesto General a las Ventas, impuesto selectivo al consumo, derechos arancelarios, tasas para la prestación de servicios públicos y régimen único simplificado. De igual manera la autora Calderón, Laura menciona lo siguiente: “Que la recaudación tributaria en el Perú era responsabilidad de una dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas y por Ley No.24829.

Se crea la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), otorgándoles la autonomía funcional, económica, técnica, financiera y administrativa, adicionando que sus ingresos corresponden al 2 % de los tributos que están destinados para el Tesoro público y el 0.2 % de los tributos que se le encargue recaudar y que no forman parte de los ingresos del tesoro público. También DOMINGUEZ VILA, Antonio presenta en el año 2010 los principios generales, institucionales, procedimentales y normas del ordenamiento jurídico-tributario. De allí que se rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos, para estos efectos en términos generales tenemos:

Impuesto. - Que es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado.

Contribución. - El tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.

Tasa. - Tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual.

También tenemos entre otras:

Los Arbitrios. - Que son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.

Derechos. - Son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.

Licencias. - Son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.

Impuestos directos. - son aquellos que gravan manifestaciones inmediatas de capacidad contributiva, como la ganancia neta o el patrimonio neto (ejemplo: impuesto a las ganancias, impuesto inmobiliario).

Impuestos indirectos. - son aquellos que gravan manifestaciones mediatas de capacidad contributiva, como el consumo (impuestos internos, IGV).

La constitución Política del Perú en el capítulo IV del régimen tributario y presupuestal, por Principio de Legalidad menciona en el "Artículo 74.- Los tributos se crean, modifican o derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y tasas, los cuales se regulan mediante decreto supremo.

Comercio Electrónico. - Los autores LAUDON, Kenneth C. y Jane P. LAUDON indican: El comercio electrónico se refiere al uso de internet y la Web para realizar transacciones de negocios. De manera más formal, el comercio tiene que ver con las transacciones por medio digitales entre organizaciones e individuos. En su mayor parte esto significa transacciones que ocurren entre internet y la web. Las transacciones comerciales implican el intercambio de valor entre organizaciones o individuos a cambio de productos y servicios"

2.2 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

SISTEMA TRIBUTARIO. - Entendemos por sistema tributario aquellas formas de imposición utilizados por el estado para obtener sus ingresos.

También se conoce al sistema tributario como al conjunto de tributos vigentes en un país determinado y en una determinada época o en un determinado periodo de tiempo. El estudio del conjunto de tributos debe hacerse como un todo, y no aisladamente, porque el sistema tributario debe ser visto en su conjunto, ya que los efectos que produzcan los tributos pueden equilibrarse y corregirse entre sí. El sistema tributario es un conjunto de principios, normas o reglas lógicamente enlazados entre sí, de un todo ordenado y armónico que constituye a una finalidad. "Cuando las reglas se imponen o si siguen en forma inorgánica,

sin orden o sin investigación de causas, con el solo fin de lograr mayores ingresos para el fisco, se está en presencia de un régimen y no de un sistema tributario

2.3 MARCO LEGAL DE LA INVESTIGACIÓN

- Decreto Legislativo No. 771 Norma Marco del Sistema Tributario Nacional, a partir de 1994, con los siguientes objetivos: Incrementar la recaudación, Brindar al sistema tributario una mayor eficiencia, permanencia y simplicidad y Distribuir equitativamente los ingresos que corresponden a las Municipalidades.

2.4 MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

CARACTERÍSTICAS DEL IMPUESTO A LA RENTA

a). Debe ser una riqueza nueva. Entre el enriquecimiento ya la energía o fuente productiva.

b) Debe haber una relación de causa efecto entre el enriquecimiento ya la energía o fuente productiva.

c) Debe haber una posibilidad de una sucesiva producción de riquezas similares de la misma fuente.

RENTAS DE CAPITAL

Rentas de Primera Categoría

Las rentas de Primera Categoría son:

El arrendamiento o subarrendamiento de predios.

El arrendamiento o cesión temporal de bienes muebles o inmuebles distintos de predios, así como los derechos sobre estos.

El valor de las mejoras introducidas en el bien por el arrendatario o subarrendatario, las cuales no son reembolsadas por el propietario constituyendo un beneficio para este la cesión gratuita o a precio no determinado de predios efectuada por el propietario a terceros. Los contribuyentes del Impuesto a la Renta por rentas de Primera Categoría. El contribuyente es el arrendador o subarrendador, cuando corresponda. Puede ser persona natural, una sucesión indivisa, o una sociedad conyugal.

Renta de Segunda Categoría

Son Rentas de Segunda Categoría:

Los intereses originados en la colocación de capitales, así como los incrementos o reajustes de capital, cualquiera sea su denominación o forma de pago tales como los

producidos por títulos, cédulas, debentures, bonos, ganancias, garantías y créditos privilegiados o quirografarios en dinero o en valores.

Los intereses, excedentes y cualesquiera otros ingresos que reciban los socios de las cooperativas como retribución por sus capitales aportados.

Las regalías

El producto de la sesión definitiva o temporal de derechos de llave, marcas, patentes, regalías o similares.

El producto de la sesión definitiva o temporal de derechos de llave, marcas, patentes, regalías o similares.

Las rentas vitalicias

Las sumas y derechos recibidos en pago de obligaciones consisten en no ejercer actividades comprendidas en la tercera, cuarta y quinta categoría, en cuyo caso las rentas respectivas se incluirán en las categorías correspondientes. Los dividendos y cualquier otra forma de distribución de utilidades, con excepción de las sumas a que se refiere el inciso g) del artículo 24-A de la ley. Las ganancias de capitales etc.

Rentas de tercera categoría

Es un régimen tributario que comprende las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (aquéllas provenientes del capital, trabajo o de la aplicación conjunta de ambos factores). Aquellos contribuyentes que provienen del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS) o del Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), que deseen incorporarse al Régimen General, pueden realizarlo en cualquier momento del año mediante la presentación de la declaración de pago correspondiente al mes en que se incorporen, utilizando el PDT N° 621 o el Formulario N°119 según corresponda. Son contribuyentes de este impuesto aquellas personas que desarrollan negocios o actividades empresariales, como:

Las personas naturales con negocio unipersonal.

Las personas jurídicas, por ejemplo, la Sociedad Anónima, Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L), Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L), entre otras.

Las sucesiones indivisas.

Las sociedades conyugales que opten por tributar como tales.

Las asociaciones de hecho de profesionales y similares. Son contribuyentes del impuesto a la renta de tercera categoría, las personas naturales y las personas jurídicas. También se considera contribuyentes a las sucesiones indivisas, las sociedades conyugales y las asociaciones de hecho de profesionales y similares. Para tener una clara noción sobre los mencionados contribuyentes, definiremos cada uno de ellos:

Personas naturales con negocio (empresa unipersonal):

Son personas físicas e individuales, con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones y que desarrollan actividades empresariales a título personal.

Persona Jurídica.

Es toda entidad distinta a la persona física o natural que está capacitada por el ordenamiento jurídico para adquirir derechos y contraer obligaciones como las de carácter tributario. Así tenemos: las Sociedades Anónimas, las Sociedades de Responsabilidad Limitada, las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada constituidas en el país, así como las sociedades irregulares (es decir aquéllas que no se han constituido e inscrito conforme a la Ley General de Sociedades); también las sucursales, agencias o cualquier otro establecimiento permanente en el país de empresas unipersonales, sociedades y entidades de cualquier naturaleza constituidas en el exterior.

Impuesto General a las Ventas (IGV)

Es el impuesto que grava varias actividades siempre y cuando se realicen en el Perú. Es decir, es el tributo que se paga por las ventas o servicios que se realiza en el país. Este impuesto grava también las importaciones, la prestación o utilización de servicios prestados en el país, o los contratos de construcción. La tasa actualmente de IGV es del 18%; aplicado al total de las ventas que incluye el 2% correspondiente al Impuesto de promoción municipal. Entonces, el IGV a pagar se determina cada mes aplicando 18% (incluye el 2% del impuesto de promoción municipal) sobre el total de las ventas; se resta a este importe el crédito fiscal que se origina por el IGV consignado en las facturas de todas las compras realizadas y anotadas en el mismo mes en el registro de compras, vinculadas a las actividades de la empresa. Solamente grava el valor agregado en cada periodo del proceso de producción y circulación de servicios y bienes, de esta forma se permite la deducción del impuesto que se ha pagado en el anterior periodo, cosa que se denomina crédito fiscal. En caso de reorganización de empresas, el IGV no gravará las transferencias que se realicen. Tampoco

gravará la importación de: Bienes donados a entidades religiosas bienes de uso personal y utillaje del hogar que se importen liberados de derechos aduaneros por dispositivos legales. El IGV tampoco grava la compraventa de metales preciosos monetarios (oro y plata) realizados con el Banco Central de Reserva de Perú, ni la adquisición o importación de monedas, billetes. Las transferencias o importaciones de bienes y las prestaciones de servicios que realicen las Instituciones Educativas Públicas o Particulares y que sean exclusivamente para fines propios tampoco estarán gravadas por el IGV. Otras actividades que tampoco están gravadas por el IGV son los servicios que prestan las Administradoras de Fondos de Pensiones Privadas, los intereses y ganancias de capital generados por el Banco Central de Reserva de Perú y por los Bonos que emite éste y los juegos de azar entre otros.

VENTA.- “Es Todo acto por el que se transfieren bienes a título oneroso, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen esa transferencia y de las condiciones pactadas por las partes” (Decreto Supremo , N° 055-99-EF Artículo No 3 del texto de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo., 2014).

NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

“La obligación tributaria se origina” (Decreto Supremo, N° 055-99-EF Artículo No 4 del texto de la ley del impuesto general a las ventas., 2015):

En la venta de bienes, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha en que se entregue el bien, lo que ocurra primero. Tratándose de naves y aeronaves, en la fecha en que se suscribe el correspondiente contrato. Tratándose de la venta de signos distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave y similares, en la fecha o fechas de pago señaladas en el contrato y por los montos establecidos; en la fecha en que se perciba el ingreso, por el monto que se perciba, sea total o parcial; o cuando se emite el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento, lo que ocurra primero.

En el retiro de bienes, en la fecha del retiro o en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento, lo que ocurra primero.

c) En la prestación de servicios, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha en que se percibe la retribución, lo

que ocurra primero. En los casos de suministro de energía eléctrica, agua potable, y servicios finales telefónicos, télex y telegráficos, en la fecha de percepción del ingreso o en la fecha de vencimiento del plazo para el pago del servicio, lo que ocurra primero. Inciso sustituido por el Artículo 4° del Decreto Legislativo N° 950, publicado el 3 de febrero de 2004.

d) En la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados, en la fecha en que se anote el comprobante de pago en el Registro de Compras o en la fecha en que se pague la retribución, lo que ocurra primero.

e) En los contratos de construcción, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha de percepción del ingreso, sea total o parcial o por valorizaciones periódicas, lo que ocurra primero. Inciso sustituido por el Artículo 4° del Decreto Legislativo N° 950, publicado el 3 de febrero de 2004.

f) En la primera venta de inmuebles, en la fecha de percepción del ingreso, por el monto que se perciba, sea parcial o total.

g) En la importación de bienes, en la fecha en que se solicita su despacho a consumo.

SUJETOS DEL IMPUESTO

Son sujetos del impuesto en calidad de contribuyentes, las personas naturales, las personas jurídicas, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, sociedades irregulares, patrimonios de sociedades titulizados, los fondos mutuos de inversión en valores y los fondos de inversión que desarrollen actividad empresarial que:

a) Efectúen ventas en el país de bienes afectos, en cualquiera de las etapas del ciclo de producción y distribución;

b) Presten en el país servicios afectos;

c) Utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados;

d) Ejecuten contratos de construcción afectos;

e) Efectúen ventas afectas de bienes inmuebles;

f) Importen bienes afectos.

Tratándose de las personas naturales, las personas jurídicas, entidades de derecho público o privado, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de

rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, que no realicen actividad empresarial, serán consideradas sujetos del impuesto cuando:

Importen bienes afectos;

Realicen de manera habitual las demás operaciones comprendidas dentro del ámbito de aplicación del Impuesto.

La habitualidad se calificará en base a la naturaleza, características, monto, frecuencia, volumen y/o periodicidad de las operaciones, conforme a lo que establezca el Reglamento. Se considera habitualidad la reventa. Sin perjuicio de lo antes señalado se considerará habitual la transferencia que efectúe el importador de vehículos usados antes de transcurrido un (1) año de numerada la Declaración Única de Aduanas respectiva o documento que haga sus veces.

También son contribuyentes del Impuesto la comunidad de bienes, los consorcios, joint ventures u otras formas de contratos de colaboración empresarial, que lleven contabilidad independiente, de acuerdo con las normas que señale el Reglamento.” (Artículo No. 6° , 2004)

“DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO” (Artículo No.11, 2004)

El Impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del Impuesto Bruto de cada período el crédito fiscal.

IMPUESTO BRUTO

“El Impuesto Bruto correspondiente a cada operación gravada es el monto resultante de aplicar la tasa del Impuesto sobre la base imponible. El Impuesto Bruto correspondiente al contribuyente por cada período tributario, es la suma de los Impuestos Brutos determinados conforme al párrafo precedente por las operaciones gravadas de ese período” (Artículo No.12, Decreto Legislativo No.950, 2003). 3°.- **BASE IMPONIBLE**

“La base imponible está constituida por:

- a) El valor de venta, en las ventas de bienes.
- b) El total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios.
- c) El valor de construcción, en los contratos de construcción.
- d) El ingreso percibido, en la venta de inmuebles, con exclusión del correspondiente al valor del terreno.

e) El Valor en Aduana determinado con arreglo a la legislación pertinente, más los derechos e impuestos que afecten la importación con excepción del Impuesto General a las Ventas, en las importaciones.” (Artículo 2, 2003)

DEL CRÉDITO FISCAL - REQUISITOS SUSTANCIALES

El crédito fiscal está constituido por el Impuesto General a las Ventas consignado separadamente en el comprobante de pago, que respalde la adquisición de bienes, servicios y contratos de construcción, o el pagado en la importación del bien o con motivo de la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados. Solo otorgan derecho a crédito fiscal las adquisiciones de bienes, las prestaciones o utilizaciones de servicios, contratos de construcción o importaciones que reúnan los requisitos siguientes:

“Que sean permitidos como gasto o costo de la empresa, de acuerdo a la legislación del Impuesto a la Renta, aun cuando el contribuyente no esté afecto a este último impuesto. Tratándose de gastos de representación, el crédito fiscal mensual se calculará de acuerdo al procedimiento que para tal efecto establezca el reglamento.

Que se destinen a operaciones por las que se debe pagar el impuesto o que se destinen a servicios prestados en el exterior no gravados con el impuesto. Estos servicios prestados en el exterior no gravados con el impuesto que otorgan 10 derecho a crédito fiscal son aquellos prestados por sujetos generadores de rentas de tercera categoría para efectos del Impuesto a la Renta.” (Artículo No. 5, 2011)

“Para ejercer el derecho al crédito fiscal, a que se refiere el artículo anterior, se cumplirán los siguientes requisitos formales” (Artículo No.18, Ley N°29646, 2004):

Que el impuesto general esté consignado por separado en el comprobante de pago que acredite la compra del bien, el servicio afecto, el contrato de construcción o, de ser el caso, en la nota de débito, o en la copia autenticada por el Agente de Aduanas o por el fedatario de la Aduana de los documentos emitidos por la SUNAT, que acrediten el pago del impuesto en la importación de bienes. Los comprobantes de pago y documentos, a que se hace referencia en el presente inciso, son aquellos que, de acuerdo con las normas pertinentes, sustentan el crédito fiscal.

Que los comprobantes de pago o documentos consignen el nombre y número del RUC del emisor, de forma que no permitan confusión al contrastarlos con la información obtenida a través de los medios de acceso público de la SUNAT y que, de acuerdo con la información

obtenida a través de dichos medios, el emisor de los comprobantes de pago o documentos haya estado habilitado para emitirlos en la fecha de su emisión.

Que los comprobantes de pago, notas de débito, los documentos emitidos por la SUNAT, a los que se refiere el inciso a), o el formulario donde conste el pago del impuesto en la utilización de servicios prestados por no domiciliados, hayan sido anotados en cualquier momento por el sujeto del impuesto en su Registro de Compras. El mencionado Registro deberá estar legalizado antes de su uso y reunir los requisitos previstos en el Reglamento. El incumplimiento o el cumplimiento parcial, tardío o defectuoso de los deberes formales relacionados con el Registro de Compras, no implicará la pérdida del derecho al crédito fiscal, el cual se ejercerá en el período al que corresponda la adquisición, sin perjuicio de la configuración de las infracciones tributarias tipificadas en el Código Tributario que resulten aplicables. Cuando en el comprobante de pago se hubiere omitido consignar separadamente el monto del impuesto, estando obligado a ello o, en su caso, se hubiere consignado por un monto equivocado, procederá la subsanación conforme a lo dispuesto por el Reglamento. El crédito fiscal sólo podrá aplicarse a partir del mes en que se efectúe tal subsanación. Tratándose de comprobantes de pago emitidos por sujetos no domiciliados, no será de aplicación lo dispuesto en los incisos a) y b) del presente artículo. Tratándose de comprobantes de pago, notas de débito o documentos que incumplan con los requisitos legales y reglamentarios no se perderá el derecho al crédito fiscal en la adquisición de bienes, prestación o utilización de servicios, contratos de construcción e importación, cuando el pago del total de la operación, incluyendo el pago del impuesto y de la percepción, de ser el caso, se hubiera efectuado:

Con los medios de pago que señale el Reglamento; y,

Siempre que se cumpla con los requisitos que señale el referido Reglamento. Lo antes mencionado no exime del cumplimiento de los demás requisitos exigidos por esta Ley para ejercer el derecho al crédito fiscal. La SUNAT, por resolución de superintendencia, podrá establecer otros mecanismos de verificación para la validación del crédito fiscal. En la utilización, en el país, de servicios prestados por no domiciliados, el crédito fiscal se sustenta en el documento que acredite el pago del impuesto. Para efecto de ejercer el derecho al crédito fiscal, en los casos de sociedades de hecho, consorcios, joint ventures u otras formas de contratos de colaboración empresarial, que no lleven contabilidad independiente, el

operador atribuirá a cada parte contratante, según la participación en los gastos establecida en el contrato, el impuesto que hubiese gravado la importación, la adquisición de bienes, servicios y contratos de construcción, de acuerdo a lo que establezca el Reglamento. Dicha atribución deberá ser realizada mediante documentos cuyas características y requisitos serán establecidos por la SUNAT.

APLICACIÓN DEL SALDO A FAVOR

“El saldo a favor establecido en el artículo anterior se deducirá del Impuesto Bruto, si los hubiere, de cargo del mismo sujeto. De no ser posible esa deducción en el período por no existir operaciones gravadas o ser éstas insuficientes para absorber dicho saldo, el exportador podrá compensarlo automáticamente con la deuda tributaria por pagos a cuenta y de regularización del Impuesto a la Renta.” (Artículo 35)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Descripción del tipo de investigación

El tipo fue explicativo

3.1.2 Descripción del nivel de investigación

El nivel fue aplicado, porque se utilizaron encuestas, para recoger datos e información para la comprobación de las hipótesis.

3.2 MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Descripción del método de investigación

El método utilizado fue Ex Post facto

3.2.2 Descripción del diseño de investigación

El diseño fue Ex Post facto.

$$M1 = O_x (f) O_y$$

M1: Muestra de población

Ox: Impuesto general a las ventas

f: En función de

Oy: Aplicación en el comercio electrónico en la provincia de huamanga

3.3 UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Descripción del universo: Empresas de abarrotes en la Provincia de Huamanga

3.3.2 Descripción de la población

La población estuvo constituida por 95 empresas formalmente constituidas en la Provincia de Huamanga, Región de Ayacucho.

3.3.3 Descripción de las muestras

Para determinar la muestra a investigar se utilizó la siguiente fórmula, la cual se aplica para el caso de poblaciones finitas menores a 100,000, representada por el siguiente estadístico:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

donde:

p : Probabilidad de éxito representada por el 50% (0.5) encuesta (Se asume p = 50%)

N: 85

e: 0.05

Z: 1.96

p: 0.50

q: 0.50 n = 35 Empresas

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Descripción de las técnicas de investigación

La principal técnica utilizada fue la encuesta

3.4.2 Descripción de los instrumentos de investigación

Como instrumentos tuvimos: Fichas, libreta de apuntes, fotocopias, las preguntas se formularon teniendo en cuenta los indicadores encontrados en el cuadro de la definición operacional de variables.

3.4.3 Descripción de las fuentes de investigación

3.4.3.1 Información primaria

Se realizó el Análisis documental y las encuestas pertinentes.

3.4.3.2 Información secundaria

Se ha acudido al Instituto Nacional de Estadística e informática, y algunas revistas especializadas.

3.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS RECOLECTADOS

Para el procesamiento de la información, se utilizó la creación de la base de datos, cuadros y gráficos estadísticos, se utilizó el programa Excel. En cuanto al procesamiento de información se realizó con el programa estadístico IBM SPSS PASW 24.

3.5.1 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento dirigido a la población de empresas de la Provincia de Huamanga – Región Ayacucho., es considerada como consistencia interna de la prueba,

alfa de Cronbach ($\alpha=0,845$) la cual es considerada como buena (según Hernández Sampieri, 2005).

Esta confiabilidad se ha determinado en relación a los 12 ítems centrales de la encuesta, lo cual quiere decir que la encuesta realizada ha sido confiable, válida y aplicable.

El cuadro N° 01 muestra los resultados del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach.

Cuadro N° 01

Estadístico de Fiabilidad

Resumen del proceso			
		N	%
Casos	Validados	63	100,0
	Excluidos	0	0
	Total	63	100,0

Resultado Estadístico

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,845	08

Para la contratación de la Hipótesis se utilizó la CORRELACIÓN DE SPEARMAN.

Selección y representación por variables e indicadores

TABLA N° 01

VARIABLES	INDICADORES
INDEPENDIENTE (X) Impuesto general a las ventas	X1: Normatividad vigente X2: Presión tributaria X3: Mecanismo de fiscalización
DEPENDIENTE (Y) Comercio electrónico en la Provincia de Huamanga	Y1. Transacciones comerciales Y2. Desarrollo Y3. Delitos informáticos

Fuente: Elaboración propia: 12-12-2016

CAPÍTULO IV

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas aplicadas a 35 empresas de abarros en la Provincia de Huamanga de la Región Ayacucho.

Tabla N° 01

El Impuesto general a las ventas es una norma tributaria donde todos los comerciantes dedicados a la actividad de venta de artículos electrónicos, están obligados a cumplir con esta norma.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	--	--
Desacuerdo	--	--
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	--	--
De Acuerdo	32	91.00
Totalmente de acuerdo	3	9.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 01



En la Tabla No.01, nos muestra que el 91.00% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el Impuesto General a las Ventas es una norma tributaria obligatoria para todos los comerciantes, el 9.00% están de acuerdo.

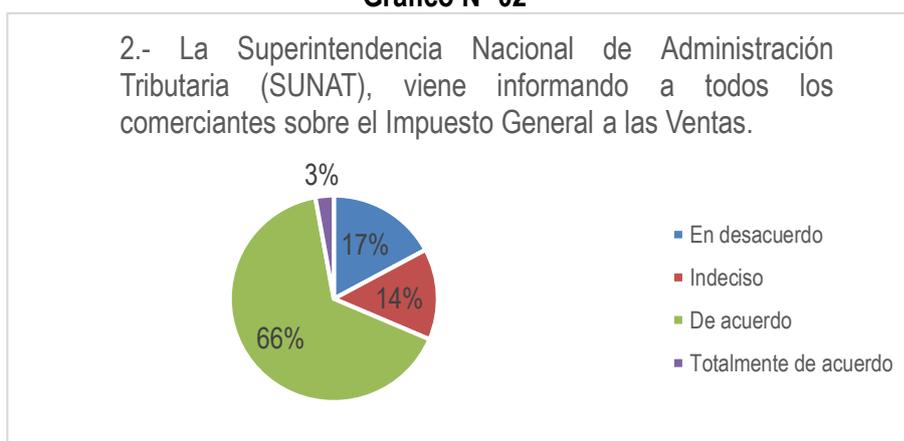
Por tanto, el 100% de los encuestados están de acuerdo que el Impuesto General a las ventas como norma tributaria obligatoria es para todos los comerciantes. Ver Tabla N°.01 y Gráfica N°.01.

Tabla N° 02

La superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT); orienta la aplicación del impuesto general de las ventas (IGV) a las transacciones comerciales de artículos electrónicos.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	6.00	17.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5.00	14.00
De Acuerdo	23.00	66.00
Totalmente de acuerdo	1.00	3.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 02



En la Tabla No.02, de 35 encuestados a las empresas de abarrotes tuvimos la siguiente respuesta 17.00% están en desacuerdo; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 14.00%, de acuerdo 66.00% y totalmente de acuerdo con 3.00% en que la superintendencia nacional

de administración tributaria (SUNAT); orienta la aplicación del impuesto general de las ventas (IGV) a las transacciones comerciales de artículos electrónicos.

Vale mencionar que el 69% están de acuerdo con que la superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT); orienta la aplicación del impuesto general de las ventas (IGV) a las transacciones comerciales de artículos electrónicos.

Tabla N° 03

El ingreso nacional está relacionado directamente con la recaudación tributaria		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	2.00	5.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2.00	6.00
De Acuerdo	29.00	83.00
Totalmente de acuerdo	2.00	6.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 03



La Tabla N° 03 nos muestra el siguiente resultado, el 5.00% en desacuerdo, el 6.00% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 83.00 de acuerdo y el 6.00% totalmente de acuerdo en cuanto el ingreso nacional está relacionado directamente con la recaudación tributaria.

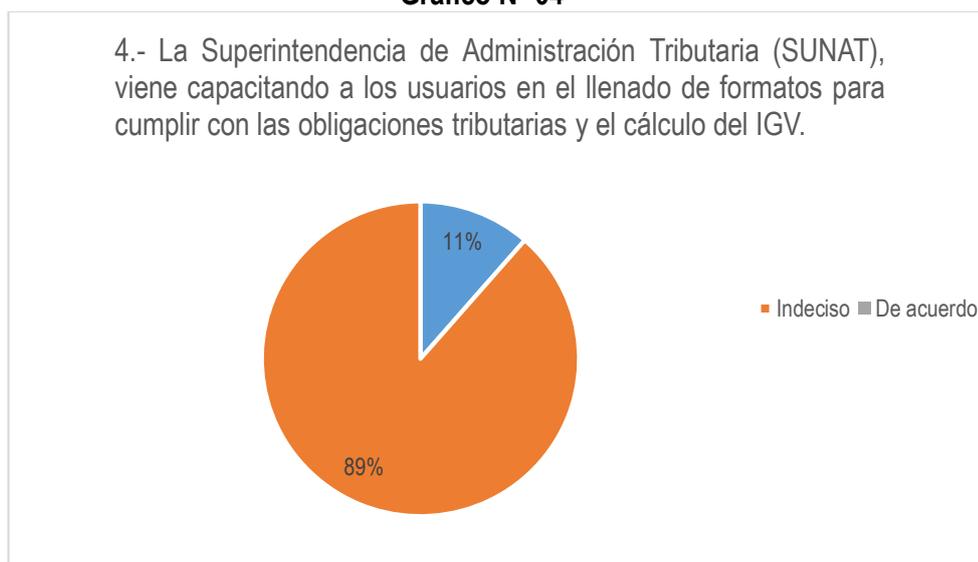
Cabe indicar que el 89.00% aprueban que el ingreso nacional está relacionado directamente con la recaudación tributaria.

Tabla N° 04

La Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), viene capacitando a los usuarios en el llenado de formatos para cumplir con las obligaciones tributarias y el cálculo del IGV.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	-.-	
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4.00	11.00
De Acuerdo	31.00	89.00
Totalmente de acuerdo	-.-	
N° de Respuestas	35.00	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 04



En la Tabla N°04, tenemos el siguiente resultado que Ni de acuerdo, ni en desacuerdo el 11.00% y de acuerdo el 89.00% de los encuestados en cuanto a que la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), viene capacitando a los usuarios en el llenado de formatos para cumplir con las obligaciones tributarias y el cálculo del IGV.

Por tanto, el 89.00% afirman que la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), viene capacitando a los usuarios en el llenado de formatos para cumplir con las obligaciones tributarias y el cálculo del IGV.

Tabla N° 05

Uno de los mecanismos de fiscalización de la SUNAT es la visita inopinada, para comprobar la emisión de boletas de venta y/o factura		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3.00	8.00
Desacuerdo	12.00	34.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3.00	9.00
De Acuerdo	15.00	43.00
Totalmente de acuerdo	2.00	6.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 05



La Tabla N°.05, nos muestra el siguiente resultado totalmente en desacuerdo el 8.00%, en desacuerdo 34.00% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo el 9.00%, de acuerdo el 43.00% y totalmente de acuerdo el 6.00%.

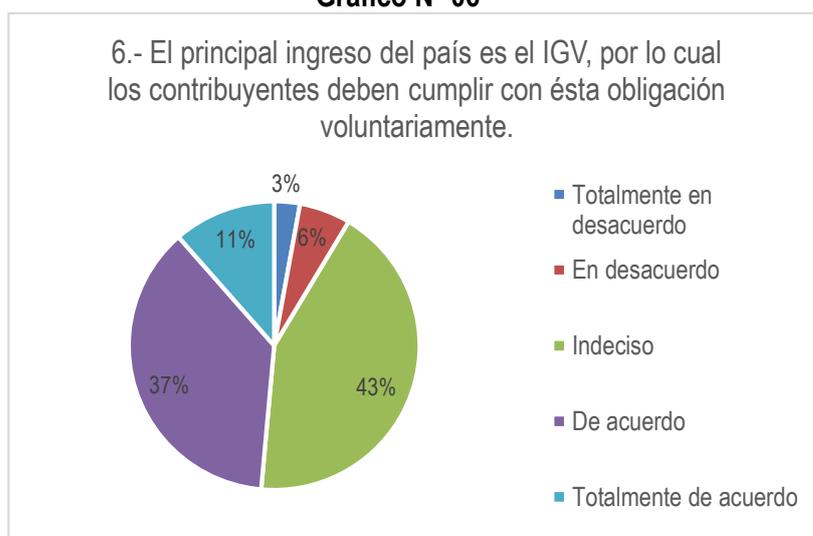
Cabe indicar que el 49.00% de los encuestados afirman que uno de los mecanismos de fiscalización de la SUNAT es la visita inopinada, para comprobar la emisión de boletas de venta y/o factura.

Tabla N° 06

El principal ingreso del país es el IGV, por lo cual los contribuyentes deben cumplir con ésta obligación voluntariamente		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1.00	3.00
Desacuerdo	2.00	6.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15.00	43.00
De Acuerdo	13.00	37.00
Totalmente de acuerdo	4.00	11.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 06



La Tabla N° 06 nos dieron el siguiente resultado sobre el principal ingreso del país es el IGV, por lo cual los contribuyentes deben cumplir con ésta obligación voluntariamente, totalmente en desacuerdo 3.00%; en desacuerdo 6.00%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 43.00%; de acuerdo 37.00% y totalmente en acuerdo 11.00%.

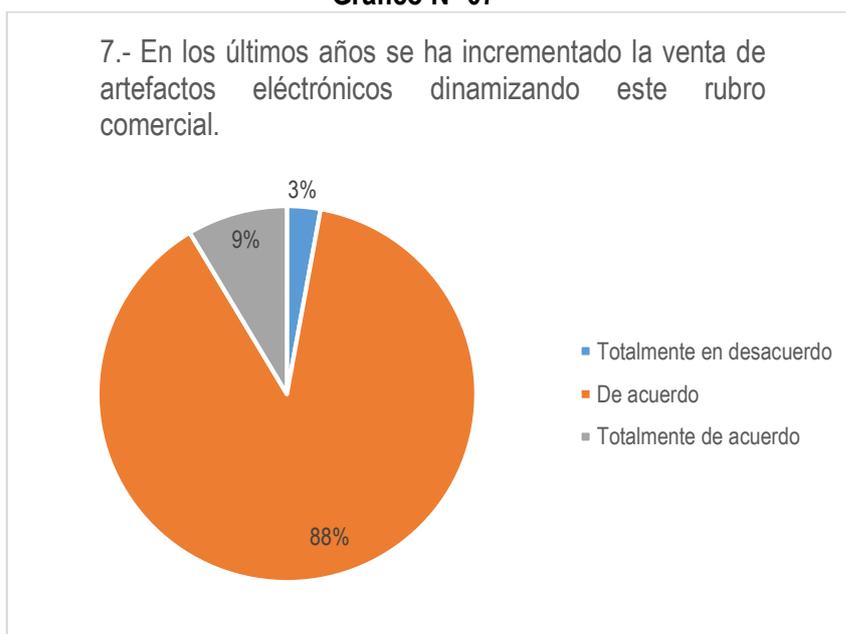
En conclusión, el 48.00% manifestaron sobre el principal ingreso del país es el IGV, por lo cual los contribuyentes deben cumplir con ésta obligación voluntariamente.

Tabla N° 07

En los últimos años se ha incrementado la venta de artículos electrónicos dinamizando este rubro comercial.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1.00	3.00
Desacuerdo	-.-	-.-
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	-.-	-.-
De Acuerdo	31.00	88.00
Totalmente de acuerdo	3.00	9.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 07



En la Tabla N° 07, se tiene el siguiente resultado que totalmente en desacuerdo el 3.00%; de acuerdo el 88.00% y el 9.00% totalmente en acuerdo sobre que en los últimos años se ha incrementado la venta de artículos electrónicos dinamizando este rubro comercial.

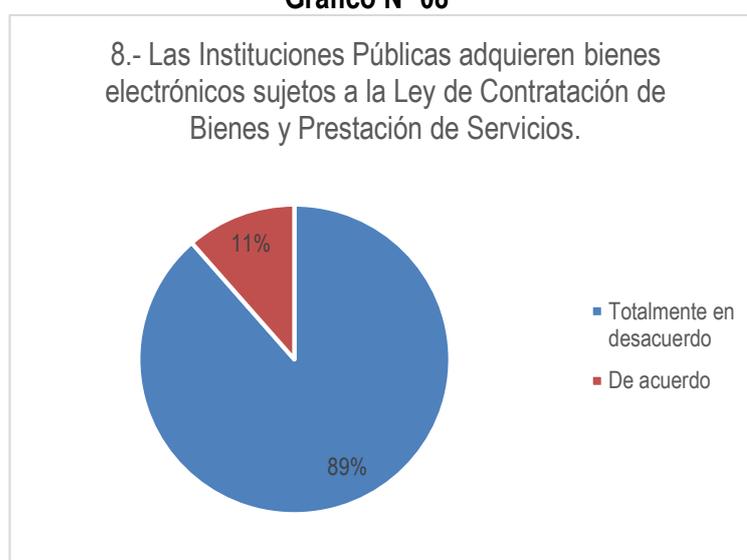
Por tanto, el 97.00% están de acuerdo con que en los últimos años se ha incrementado la venta de artículos electrónicos dinamizando este rubro comercial.

Tabla N° 08

Las Instituciones públicas adquieren bienes electrónicos sujetos a la Ley de contrataciones de bienes y prestación de servicios.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	-.-	-.-
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	-.-	-.-
De Acuerdo	31.00	89.00
Totalmente de acuerdo	4.00	11.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 08



En la Tabla N° 08, nos muestra que el 89.00% están de acuerdo y el 11.00% totalmente de acuerdo en que las Instituciones públicas adquieren bienes electrónicos sujetos a la Ley de contrataciones de bienes y prestación de servicios.

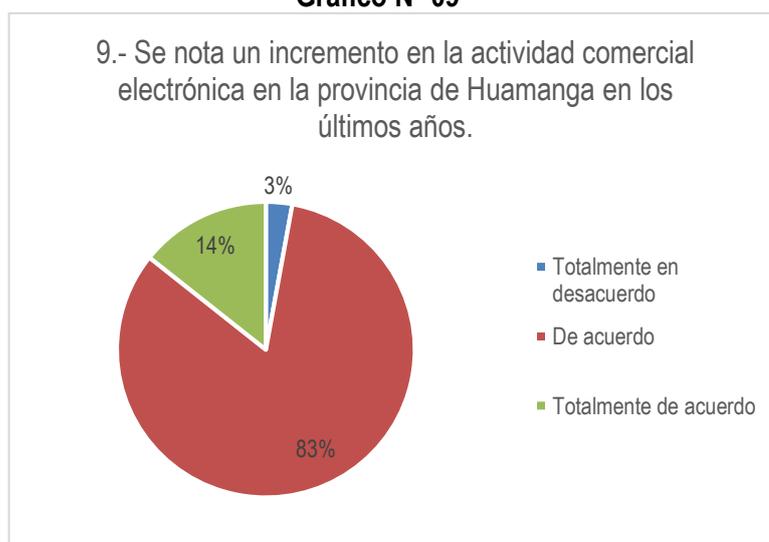
Lo que nos indica que el 100.00% confirman que las Instituciones públicas adquieren bienes electrónicos sujetos a la Ley de contrataciones de bienes y prestación de servicios. Ver. Tabla Nª.08; Gráfico No.08.

Tabla Nª 09

Se nota un incremento en la actividad comercial electrónica en la Provincia de Huamanga en los últimos años.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1.00	3.00
Desacuerdo	-.-	-.-
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	-.-	-.-
De Acuerdo	29.00	89.00
Totalmente de acuerdo	5.00	14.00
Nº de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 09



La Tabla N° 09 nos indica que el 3.00% están totalmente en desacuerdo, el 83.00% de acuerdo y el 14.00% totalmente de acuerdo.

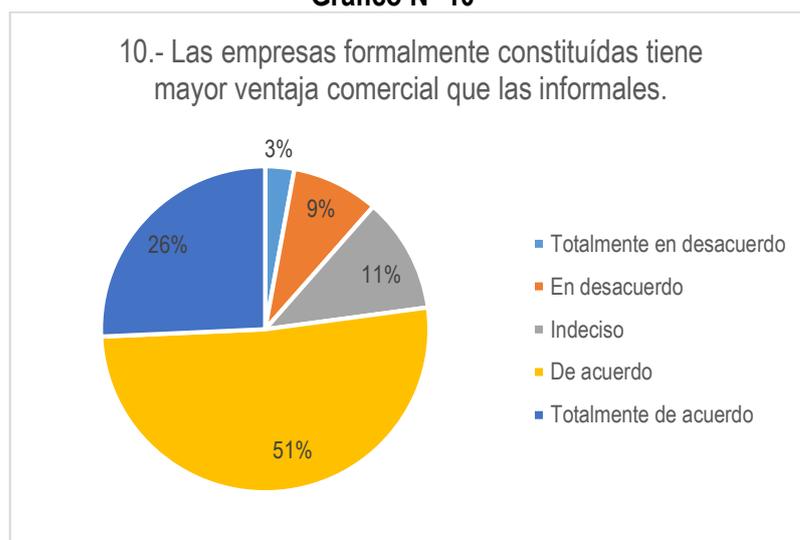
Lo que demuestra que el 97.00% de los encuestados nos manifestaron sobre si se nota un incremento en la actividad comercial electrónica en la Provincia de Huamanga en los últimos años.

Tabla N° 10

Las empresas formalmente constituidas tienen mayor ventaja comercial que las informales.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1.00	3.00
Desacuerdo	3.00	8.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4.00	11.00
De Acuerdo	18.00	51.00
Totalmente de acuerdo	09.00	26.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 10



La Tabla N°10 nos muestra el siguiente resultado totalmente en desacuerdo 3.00% en desacuerdo el 8.00% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo el 11.00%; de acuerdo el 51.00% y totalmente de acuerdo 26.00%.

Cabe manifestar que el 77.00% manifestaron que las empresas formalmente constituidas tienen mayor ventaja comercial que las informales. Ver. Tabla N°10 y Gráfica N° 10.

Tabla N° 11

En el País la piratería, es delito penal, que debe ser sancionada drásticamente.		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	-.-	-.-
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	-.-	-.-
De Acuerdo	32.00	91.00
Totalmente de acuerdo	3.00	9.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 11



La Tabla No. 11, nos muestra el siguiente resultado: de acuerdo 91.00% y totalmente de acuerdo con 9.00%.

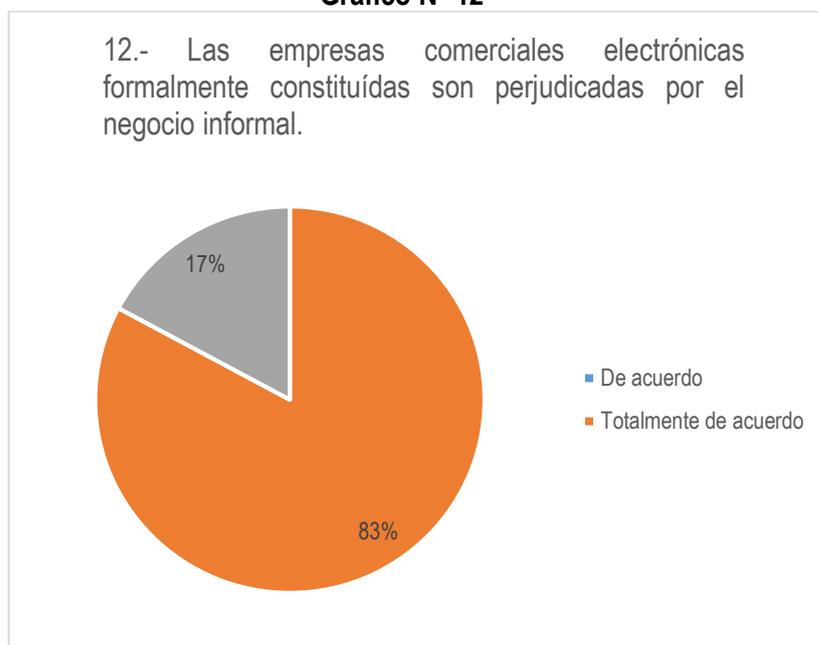
En conclusión, el 100.00% manifestaron sobre que en el País la piratería, es delito penal, que debe ser sancionada drásticamente. Ver Tabla N°.11 y Gráfico No.11.

Tabla N° 12

Las empresas comerciales electrónicas formalmente constituidas son perjudicadas por el negocio informal		
Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	-.-	-.-
Desacuerdo	-.-	-.-
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	-.-	-.-
De Acuerdo	29.00	83.00
Totalmente de acuerdo	6.00	17.00
N° de Respuestas	35	100.00%

Fuente: Elaboración propia (10-01-2016)

Gráfico N° 12



La Tabla N° 12 nos muestra el siguiente resultado sobre que las empresas comerciales electrónicas formalmente constituidas son perjudicadas por el negocio informal. Están de acuerdo un 83.00% y totalmente de acuerdo 17.00%.

En conclusión, el 100.00% están de acuerdo en que las empresas comerciales electrónicas formalmente constituidas son perjudicadas por el negocio informal. Ver Tabla N°.12 y Gráfico No.12

4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

En la contrastación de las Hipótesis, se utilizó el Coeficiente de correlación de Spearman, ρ (ro) que es una medida de correlación entre dos variables, como son las variables materia del presente estudio. Luego, el valor de ρ permitió tomar la decisión estadística correspondiente a cada una de las hipótesis formuladas. El coeficiente de correlación de Spearman da un rango que permite identificar fácilmente el grado de correlación (la asociación o interdependencia) que tienen dos variables mediante un conjunto de datos de las mismas, de igual forma permite determinar si la correlación es positiva o negativa (si la pendiente de la línea correspondiente es positiva o negativa).

El estadístico ρ viene dado por la expresión:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

donde D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de $x - y$. N es el número de parejas.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

1.-HIPÓTESIS 1:

H_1 : La normatividad vigente del Impuesto General a las ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga

H_0 : La normatividad vigente del Impuesto General a las ventas NO incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga

2.- NIVEL DE CONFIANZA: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3.- ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Coeficiente de correlación de Spearman Correlations.

			Normatividad del IGV	Transacciones del comercio Electrónico
Spearman's rho	Normatividad del IGV	Correlations Coefficient Sig.(2-tailed) N	1,000 63	,856 63
	Transacciones del comercio Electrónico	Correlations Coefficient Sig.(2-tailed) N	,856 35	1,000 35

4.- DECISIÓN: Dado que $p < 0.05$ se rechaza la H_0

5.- CONCLUSIÓN: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia significativa de la incidencia entre la normatividad vigente del Impuesto General a las ventas y en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga

1.-HIPÓTESIS 2:

H_2 : La presión tributaria incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga

H_0 : La presión tributaria NO incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

2.- NIVEL DE CONFIANZA: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3.- ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Coeficiente de correlación de Spearman Correlations

			Presión Tributaria	Desarrollo de actividades comerciales
Spearman's rho	Presión Tributaria	Correlations Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 63	,843 63
	Desarrollo de actividades comerciales	Correlations Coefficient Sig. (2-tailed) N	,843 1,000 35	1,000 35

4.- DECISIÓN: Dado que $p < 0.05$ se rechaza la H_0

5.- CONCLUSIÓN: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia significativa de incidencia entre la presión tributaria y las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

1.-HIPÓTESIS 3:

H_3 : Los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

H_0 : Los mecanismos de fiscalización NO inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

2.- NIVEL DE CONFIANZA: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3.- ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Coeficiente de correlación de Spearman Correlations.

			Mecanismos de fiscalización	Actividad del comercio electrónico
Spearman's rho	Mecanismos de fiscalización	Correlations Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 63	,865 63
	Actividad del comercio electrónico	Correlations Coefficient Sig. (2-tailed) N	,865 35	1,000 35

4.- DECISIÓN: Dado que $p < 0.05$ se rechaza la H_0

5.- CONCLUSIÓN: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia significativa entre los mecanismos de fiscalización y la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

Luego de haber comprobado las tres hipótesis específicas, se comprobó la hipótesis general:

Que, el impuesto general a las ventas incide significativamente en la actividad de comercio electrónico en la provincia de Huamanga.

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Después de haber realizado el análisis y discusión tenemos los siguientes resultados:

El 100% de los encuestados están de acuerdo que el Impuesto General a las ventas como norma tributaria obligatoria y que es para todos los comerciantes.

El 69% están de acuerdo con que la superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT); oriente la aplicación del impuesto general de las ventas (IGV) a las transacciones

El 89.00% aprueban que el ingreso nacional está relacionado directamente con la recaudación tributaria.

El 89.00% afirman que la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), viene capacitando a los usuarios en el llenado de formatos para cumplir con las obligaciones tributarias y el cálculo del IGV.

El 49.00% de los encuestados afirman que uno de los mecanismos de fiscalización de la SUNAT es la visita inopinada, para comprobar la emisión de boletas de venta y/o factura.

El 48.00% manifestaron sobre el principal ingreso del país es el IGV, por lo cual los contribuyentes deben cumplir con ésta obligación voluntariamente.

El 97.00% están de acuerdo con que en los últimos años se ha incrementado la venta de artículos electrónicos dinamizando este rubro comercial.

El 100.00% confirman que las Instituciones públicas adquieren bienes electrónicos sujetos a la Ley de contrataciones de bienes y prestación de servicios.

El 97.00% de los encuestados nos manifestaron sobre si se nota un incremento en la actividad comercial electrónica en la Provincia de Huamanga en los últimos años.

El 77.00% manifestaron que las empresas formalmente constituidas tienen mayor ventaja comercial que las informales.

El 100.00% manifestaron sobre que: en el País la piratería, es delito penal, que debe ser sancionada drásticamente.

El 100.00% están de acuerdo en que las empresas comerciales electrónicas formalmente constituidas son perjudicadas por el negocio informal.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. Se pudo determinar que el impuesto general a las ventas incide significativamente en la actividad de comercio electrónico en la Provincia de Huamanga
2. Se determinó que la normatividad del impuesto general a las ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga
3. Se determinó que la presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.
4. Se determinó que los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Si el impuesto general a las ventas, viene hacer uno de los pilares para el Ingreso Nacional es necesario que los comerciantes dedicados a la actividad electrónica practiquen la cultura tributaria para el bien del país.
2. La normatividad de obligaciones tributarias deben ser difundidas y socializadas en todas las actividades comerciales, para que así el contribuyente cumpla oportunamente con sus obligaciones tributarias.
3. El país se mide a través de la presión tributaria y siendo el más importante el Impuesto General a las ventas, para poder tomar decisiones en la distribución, por tanto, las Instituciones tutelares del quehacer comercial deben brindar las facilidades necesarias para la formalización de las empresas electrónicas,
4. Es de vital importancia la fiscalización tributaria, pero debe hacerse previa capacitación en materia tributaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Á, A. A. (2013). Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo. *Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista del distrito de Trujillo*.
- Aristóteles. (2000). *Metafísica*. Argentina.
- Artículo 2. (2003). *Decreto Legislativo N° 944, publicado el 23 de diciembre de 2003*.
- Artículo 35. (s.f.). *Ley N°29646*.
- Artículo No. 5. (2011). *Ley N° 29646, publicada el 1 de enero de 2011*.
- Artículo No. 6° . (2004). *Decreto Legislativo N° 950, publicado el 3 de febrero de 2004*.
- Artículo No.11. (2004). *del Decreto Legislativo No.950*.
- Artículo No.12. (2003). *Decreto Legislativo No.950*.
- Artículo No.12. (2003). *Decreto Legislativo No.950 Artículo 2° del Decreto Legislativo N° 944, publicado el 23 de diciembre de 2003*.
- Artículo No.18. (2004). *Ley N°29646*.
- Artículo No.18. (s.f.). *Ley N°29646 Barrios Obregozo, R. (1988) Teoría General de Impuesto. Lima: Editores Cultural Cuzco S.A*.
- Ataliba. (1987). *La propia ley tributaria*.
- Ataliba. (1987). *Tasas y contribuciones*.
- Barón, A. (1999). *Filosofía a través de la Historia*. Colombia.
- Barragán, L. (1977). *Epistemología, USTA*. Bogota.
- Barrios, R. (1988). *Teoría General del Impuesto*.
- Caldas, O. (2012). Factores Asociados a la Evasión Tributaria en la Industria de Calzado del Distrito del Porvenir. *Factores Asociados a la Evasión Tributaria en la Industria de Calzado del Distrito del Porvenir*.
- Castilla, L. (2012). *Ex Ministro de Economía –Perú*.
- Castillo, K. (2006). “Causas De La Evasión Fiscal En Venezuela”. “*Causas De La Evasión Fiscal En Venezuela*”.
- Chávez, P. (1996). *Impuesto a la Renta*.

- Chávez, S. (2010 – 2011). *Evasión Tributaria En La Industria De Calzado. Evasión Tributaria En La Industria De Calzado.*
- Código Tributario. (2014). *Texto Único Ordenado del Código Tributario, Art.55°.*
- Constitución Política del Perú. (1993).
- Constitución Política del Perú. (1993). *Art.74°.* Chavez Ackerman, P. (1985). *Auditoria Tributaria. Lima: editorial El Mañana.*
- Copleston, F. (1988). *Historia de la Filosofía, Editorial Ariel. Mexico.*
- Decreto Legislativo 190. (s.f.).
- Decreto Legislativo. (2015). *N° 771; Ley Marco del Sistema Tributario Nacional.*
- Decreto Legislativo 816. (2013). *Código Tributario.*
- Decreto Legislativo N° 501. (2012).
- Decreto Legislativo,. (2013). *ley marco del sistema tributario nacional Art. 2°.*
- Decreto Ley 19620. (s.f.).
- Decreto Supremo . (2004). *N° 135-99-EF Texto Único Ordenado del Código Tributario, Art.164° Flores Soria, J. (2004). Tributación Teoría y Práctica. Lima: Editorial Centro de.*
- Decreto Supremo . (2014). *N° 055-99-EF Artículo No 3 del texto de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo.*
- Decreto Supremo. (2015). *N° 055-99-EF Artículo No 4 del texto de la ley del impuesto general a las ventas.*
- Decreto Supremo n° 135-99-ef. (2015). *Decreto Supremo n° 135-99-ef.*
- Fonrouge, G. (1962). *La tributación.*
- Fonrouge, G. (1962). *Moderna doctrina del derecho financiero.*
- Funciones de la SUNAT. (s.f.).
- Guadamos, J. (2012). " Factores Que Determinan La Creación De Un Proyecto De Cultura Tributaria Para Mejorar La Recaudación De Impuestos De La Micro Y Pequeña Empresa Del Sector Calzado Del Distrito Del Porvenir". " *Factores Que Determinan La Creación De Un Proyecto De Cultura Tributaria Para Mejorar La Recaudación De Impuestos De La Micro Y Pequeña Empresa Del Sector Calzado Del Distrito Del Porvenir*".
- Hessen, J. (2003). *Teoría del Conocimiento, Editorial Tomo. Mexico.*

- Humé, D. (1982). *Del Conocimiento*, Editorial, Aguilar. Argentina.
- Ley 28033. (s.f.).
- Ley 28033. (s.f.).
- Ley 9923- *Impuesto a los timbres*. (s.f.).
- Ley General de la Superintendencia Nacional de la Administración Tributaria. (s.f.).
- Ley N° 29666. (s.f.).
- M.T.P.E. (2005). *Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, para el año 2005-Oficina Ayacucho*.
- No 774, *Ley Tributación*. (s.f.).
- Núñez, M. (1994). *Clasificación de impuestos en directos e indirectos*.
- Pasqua, H. (1991). *Opinión y Verdad*, Editorial Rialp. Madrid.
- Peña, A. (2010). *La Evasión Tributaria en la Región Huánuco . La Evasión Tributaria en la Región Huánuco .*
- Platón. (s.f.). *La Política*.
- Schaff, A. (1974). *Historia y Verdad*, Ed. Grijalbo. México.
- SUNAT. (2008). *Superintendencia Nacional de Administración tributaria-Ayacucho-2008*.
- Tarrillo, L. ((2010)). *Evasión Tributaria*. Universidad Nacional de Trujillo. *Evasión Tributaria. Universidad Nacional de Trujillo*.
- Vizcaíno, G. (1996). *concepción rousseauiana*.
- Vizcaíno, G. (1996). *Origen en el tributo romano*.
- Wartofsky, M. (1973). *Introducción a la Filosofía de la Ciencia*, Alianza Editoria. Madrid.

ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA INTERNA

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS Y SU APLICACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN, MUESTRA, MUESTREO	INSTRUMENTO
<p>Problema Principal ¿De qué manera el Impuesto general a las ventas incide en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga?</p> <p>Problemas Específicos 1.- ¿De qué manera la normatividad vigente del Impuesto general a las Ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga? 2.- ¿De qué manera la presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del Comercio electrónico en la Provincia de Huamanga? 3.- ¿De qué manera los mecanismos de fiscalización tributaria inciden en los delitos informáticos en la actividad del comercio electrónico en la provincia de Huamanga?</p>	<p>Objetivo Principal Determinar como el impuesto general a las ventas incide en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.</p> <p>Objetivos Específicos 1.- Determinar como la normatividad vigente del impuesto general a las ventas incide en las transacciones de la actividad comercial del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga. 2.-Determinar como la presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga. 3.-Determinar cómo los mecanismos de fiscalización inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.</p>	<p>Hipótesis Principal El impuesto general a las ventas incide significativamente en la actividad de comercio electrónico en la Provincia de Huamanga.</p> <p>Hipótesis Específicas 1. La normatividad del Impuesto general a las ventas incide en las transacciones de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga 2.La presión tributaria incide en el desarrollo de la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga 3. Los mecanismos de fiscalización Inciden en la actividad del comercio electrónico en la Provincia de Huamanga</p>	<p>Variable Independiente X Impuesto general a las ventas</p> <p>Variable Dependiente Y Comercio electrónico en la Provincia de Huamanga</p>	<p>VARIABLE 1: Indicadores: X1 Normatividad vigente X2 Presión tributaria X3 Mecanismo de fiscalización</p> <p>VARIABLE 2 Indicadores: Y1. Transacciones comerciales Y2. Desarrollo Y3. Delitos informáticos</p>	<p>Nivel Aplicado</p> <p>Tipo Explicativo</p> <p>Método Ex post factor</p> <p>DISEÑO:M1: O_x r O_y</p>	<p>POBLACIÓN: Tres Distrito: San Juan Bautista, Jesús Nazareno y Población aproximada de empresas 95</p> <p>MUESTRA: n=35</p> <p>Muestreo Probabilístico con fórmulas o no probabilístico por la naturaleza del estudio</p>	<p>TECNICAS: Encuesta Análisis documental</p>

ENCUESTA

Previo cordial saludo; solicitamos a usted, se sirva dar respuesta a las siguientes interrogantes que afianzará el trabajo de investigación, Titulado: “**IMPUESTO GENERAL A LAS VENTA Y SU APLICACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRONICO EN LA PROVINCIA DE HUAMANGA**” Agradeciéndole por anticipado la atención que merezca la presente encuesta, que coadyuvará significativamente a nuestra investigación propuesta, a la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Alas Peruanas- Filia Ayacucho.

VARIABLE INDEPENDIENTE: IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

INDICADOR: NORMATIVIDAD VIGENTE

1.- El Impuesto general a las ventas es una norma tributaria donde todos los comerciantes dedicados a la actividad de venta de artículos electrónicos, están obligados a cumplir con esta norma.

- | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------|
| a) Totalmente en desacuerdo | b) En desacuerdo | c) Indeciso |
| d) De acuerdo | e) Totalmente de acuerdo | |

Observación:

2.-La superintendencia nacional de administración tributaria (SUNAT); orienta la aplicación del impuesto general de las ventas (IGV) a las transacciones comerciales de artículos electrónicos.

- | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------|
| a) Totalmente en desacuerdo | b) En desacuerdo | c) Indeciso |
| d) De acuerdo | e) Totalmente de acuerdo | |

Observación:

INDICADOR: PRESIÓN TRIBUTARIA

3.- El ingreso nacional está relacionado directamente con la recaudación tributaria

- | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------|
| a) Totalmente en desacuerdo | b) En desacuerdo | c) Indeciso |
| d) De acuerdo | e) Totalmente de acuerdo | |

Observación:

4.- La Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT), viene capacitando a los usuarios en el llenado de formatos para cumplir con las obligaciones tributarias y el cálculo del IGV.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

INDICADOR: MECANISMO DE FISCALIZACIÓN

5.-Uno de los mecanismos de fiscalización de la SUNAT es la visita inopinada, para comprobar la emisión de boletas de venta y/o factura.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

6.- El principal ingreso del país es el IGV, por lo cual los contribuyentes deben cumplir con ésta obligación voluntariamente

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

VARIABLE DEPENDIENTE: COMERCIO ELECTRÓNICO

INDICADOR: TRANSACCIONES COMERCIALES

7.-En los últimos años se ha incrementado la venta de artículos electrónicos dinamizando este rubro comercial.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

8.-Las Instituciones públicas adquieren bienes electrónicos sujetos a la Ley de contrataciones de bienes y prestación de servicios

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

INDICADOR: DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL ELECTRÓNICO

9.-Se nota un incremento en la actividad comercial electrónica en la Provincia de Huamanga en los últimos años.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

10.-Las empresas formalmente constituidas tienen mayor ventaja comercial que las informales.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

INDICADOR: DELITOS INFORMÁTICOS

11.- En el País la piratería, es delito penal, que debe ser sancionada drásticamente.

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación:

12.-Las empresas comerciales electrónicas formalmente constituidas son perjudicadas por el negocio informal

- a) Totalmente en desacuerdo b) En desacuerdo c) Indeciso
- d) De acuerdo e) Totalmente de acuerdo

Observación: