UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

LOS BIENES MUEBLES Y SU INCIDENCIA TRIBUTARIA EN UNA EMPRESA COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PUCALLPA -2016

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

CONTADOR PÚBLICO

CRUZ MENDOZA DORIS ELIZABETH
EUGENIO TOLENTINO ZOEIDELITH MAYUMY
ARÉVALO GAVIRIA GEORGE ANTHONY

PUCALLPA – PERÚ

2018

ACTA DE APROBACIÓN

Esta tesis fue aprobada por el jurado evaluador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para optar el Título Profesional de Contador Público.

Mg. Saúl Esaú Sáenz Lucas
Presidente

CPCC. Mg. Antonio Severino Guerra Da Silva
Miembro

Eco. MsC. Wilder Santiago Braúl Gomero
Miembro

Dr. Hugo Ayzanoa Calixto
Asesor

Bach. Cruz Mendoza Doris Elizabeth
Tesista

Bach. Eugenio Tolentino Zoeidelith Mayumy
Tesista

Bach. Arévalo Gaviria Jorge Anthony
Tesista

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momento.

Doris Elizabeth Cruz Mendoza

La presente tesis va dirigida en primer lugar a Dios, por haber permitido llegar hasta este punto, haberme dado salud para lograr mi objetivo. En especial a mi madre Edita Yola Tolentino Ruiz, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, Mi padre Ranulfo Wilmer Eugenio Simón por darme esa fortaleza única y a mi pareja Cesar Augusto Zacarias Barzola e hijo Andrews Stephano, Zacarías Eugenio, que ha sido mi principal motor, del cual me siento orgullosa, Gracias a ellos alcancé uno de mis primeras metas.

Zoeidelith Mayumy Eugenio Tolentino

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, De igual forma, dedico a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

Arévalo Gaviria George Anthony

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Ucayali, nuestra alma mater, por tenernos en sus aulas durante cinco años de estudio, a nuestros docentes que han sido parte del proceso de nuestro aprendizaje, que nos impartieron sus conocimientos e inculcaron buenos valores y nosotros somos el resultado de ello.

En particular a nuestro Profesor Dr. Juan José palomino Ochoa, por la oportunidad y orientación hacia los grandes logros como profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA iii
AGRADECIMIENTO iv
LISTA DE TABLAS vii
LISTA DE FIGURAS viii
RESUMEN ix
SUMMARY x
INTRODUCCIÓN xi
CAPÍTULO I 1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 1
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 5
1.2.1 Problema General 5
1.2.2 Problemas Específicos 5
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 5
1.3.1 Objetivo General 5
1.3.2 Objetivos Específicos 5
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA 6
1.5 VIABILIDAD 7
1.6 LIMITACIONES 7
CAPÍTULO II 8
MARCO TEÓRICO 8
2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA 8
2.1.1 Nivel Internacional 8
2.1.2 Nivel Nacional 9
2.2 BASES TEÓRICAS 11
2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES 21
2.4 BASES EPISTÉMICAS 23
CAPÍTULO III 24
HIPÓTESIS, VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN 24
3.1 HIPÓTESIS Y SISTEMA DE HIPÓTESIS 24
3.1.1 Hipótesis General 24
3.1.2 Hipótesis Específicas 24
3.2 VARIABLES 24
3.2.1 Variable Independiente (X) 24
3.2.2 Variable Dependiente (Y) 25

3.2.3 Variable Interviniente (Z) 25
3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES 25
CAPÍTULO IV 26
MARCO METODOLÓGICO 26
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN 26
4.2 DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN 26
4.2.1 Diseño de la investigación 26
4.2.2 Esquema de la investigación 27
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA 27
4.3.1 Población 27
4.3.2 Muestra 27
4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS 30
4.4.1 Técnicas de recolección de datos 30
4.4.2 Instrumentos de recolección de datos 31
4.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS 31
4.5.1 Procesamiento de datos 31
4.5.2 Presentación de datos 31
CAPÍTULO V 32
RESULTADOS 32
CONCLUSIONES 63
RECOMENDACIONES 64
BIBLIOGRÁFIA 65
ANEXOS 67

LISTA DE TABLAS

Tabla N°1	Fines Promocionales- I……..	27
Tabla N°2	Fines Promocionales – II.....	28
Tabla N°3	Gastos Promocionales- I……	29
Tabla N°4	Gastos Promocionales – II……	30
Tabla N°5	Transferencia de bienes muebles- I ……	31
Tabla N°6	Transferencia de bienes muebles – II……..	32
Tabla N°7	Fidelización con los clientes- I ……	33
Tabla N°8	Fidelización con los clientes - II ……..	34
Tabla N°9	Impuesto a la renta- I ……	35
Tabla N°10	Impuesto a la renta - II ……..	36
Tabla N°11	Impuesto General a las Ventas- I ……	37
Tabla N°12	Impuesto General a las Ventas – II……..	37

LISTA DE FIGURAS

Figura N°1 Fines Promocionales- I ……..... 27

Figura N°2 Fines Promocionales – II……..... 28

Figura N°3 Gastos Promocionales- I…… 29

Figura N°4 Gastos Promocionales - II ……. 30

Figura N°5 Transferencia de bienes muebles- I …… 31

Figura N°6 Transferencia de bienes muebles – II……..... 32

Figura N°7 Fidelización con los clientes- I …… 33

Figura N°8 Fidelización con los clientes - II …….... 34

Figura N°9 Impuesto a la renta- I ……..... 35

Figura N°10 Impuesto a la renta – II ……..…… 36

Figura N°11 Impuesto General a las Ventas- I ……..... 37

Figura N°12 Impuesto General a las Ventas – II…….. 37

RESUMEN

La presente tesis denominada, “los bienes muebles y su incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa 2016”, es una investigación primigenia teniendo en cuenta que los bienes muebles son aquellos elementos de la naturaleza, materiales o inmateriales, que pueden desplazarse de forma inmediata y transportado de un lugar a otro, son todas las cosas tangibles susceptibles de ser gravadas con el Impuesto General a las Ventas ubicadas en el país, en el cual se encuentran los bienes corporales que pueden llevarse de un lugar a otro, los derechos referentes a los bienes muebles y los signos distintivos, estos representan el 72.11% que inciden significativamente en la legislación tributaria, teniendo como base con el tratamiento contable en la ciudad de Pucallpa. El tipo de investigación es cuantitativa de nivel descriptivo-correlacional con una población de 4,752 contribuyentes y una muestra de 355 personas que fueron seleccionados para ser parte de una encuesta de 12 preguntas sobre Los bienes muebles y su incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa. Se creó una base de datos obtenidos de la encuesta, estos fueron procesados a nivel descriptivo, además usados para la prueba de Chi-cuadrado mediante Excel. Los resultados indican que los bienes muebles inciden tributariamente al IGV de la ciudad de Pucallpa. La mayoría de los encuestados están de acuerdo que los bienes muebles inciden significativamente en la legislación tributaria (72.11%), mientras que un 3.94% de los encuestados no están de acuerdo con lo mencionado y así como también el 5.50% no supieron responder al respecto.

Palabras Claves: Bienes muebles, Tributaria, Impuesto General a las Ventas.

SUMMARY

The present thesis called, “The tax incidence of movable property in a commercial company of the city of Pucallpa 2016”, is a primitive investigation taking into account that movable assets are those elements of nature, material or immaterial, that can be moved immediately and transported from a place to another, are all tangible things susceptible to be taxed with the General Tax on Sales located in the country, in which are the tangible goods that can be carried from one place to another, the rights relating to movable property and the distinctive signs, these represent 72.11% that significantly affect the tax legislation, based on the accounting treatment in the city of Pucallpa. The type of research is quantitative descriptive-correlational level with a population of 4,752 taxpayers and a sample of 355 if they were selected to be part of a survey of 12 questions about movable property and its tax incidence in a commercial company of the city of Pucallpa A database was created obtained from the survey, these were processed at a descriptive level, also used for the Chi-square test using Excel. The results indicate that the movable property incurs tributary to the IGV of the city of Pucallpa. Most respondents agree that personal property has a significant impact on tax legislation (72.11%), while 3.94% of respondents do not agree with the aforementioned and as well as 5.50% did not know how to respond.

Keywords: Personal property, Tax, General Sales Tax.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación trata los bienes muebles que incide tributariamente en la empresa comercial, orientado a la ciudad de Pucallpa del departamento de Ucayali, permite conocer a profundidad la forma de los bienes y muebles su tratamiento tributario con relación del Impuesto General a las Ventas, permite plantar políticas de acción concretas con relación a la problemática planteada. Además, comprueba la incidencia de una empresa respecto a los bienes corporales que son trasladados de un lugar a otro respecto a la legislación tributaria y su incidencia de las mismas, en la ciudad de Pucallpa en el que las ventas internas de bienes muebles están exoneradas con el IGV, solo aquellas que se comercializan con contribuyentes con domicilio ubicadas en el resto del país son gravados con el Impuesto General a las Ventas.

Esta investigación está estructurada en cinco capítulos principales tales como:

CAPÍTULO I: Se describe el problema de investigación, definiendo los objetivos, la justificación e importancia, la viabilidad y las limitaciones a través de la investigación.

CAPÍTULO II: Se da a conocer el marco teórico, los antecedentes de la investigación, así como también los planteamientos teóricos, las definiciones de los términos básicos y las bases epistemológicas.

CAPÍTULO III: Se plantea la hipótesis, variables y la Operacionalización de las variables.

CAPÍTULO IV: Se describe el marco metodológico, tipo y nivel de investigación, a su vez el diseño y esquema de la investigación, se menciona también la población y muestra, como también los métodos de investigación, instrumentos de recolección de datos y por último el procesamiento y presentación de datos.

CAPÍTULO V: Se presentan los resultados y se muestran la discusión de los resultados mediante la prueba de hipótesis acerca de las variables.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según (Machicado, 2013) los Bienes Muebles son aquellos elementos de la naturaleza, materiales o inmateriales, que pueden desplazarse de forma inmediata y trasladarse fácilmente de un lugar a otro, ya sea por sus propios medios (semoviente) o por una fuerza interna (automotores) o por una fuerza extraña y manteniendo su integridad. Si bien los bienes muebles son definidos como aquellos que, sin alteración alguna, pueden trasladarse o ser trasladados de una parte a otra, también son todas las cosas tangibles, visibles, sensibles de nuestro planeta, algunas ocultas temporalmente, como la parte no explotada de yacimientos y minas.

En el apéndice 1 del código tributario se considera una lista de bienes que al ser vendidos o importados no se gravan con el impuesto general a las ventas ya que se pueden considerar exonerados. Según (Bravo Cucci, 2003) señala en el siguiente texto “Apegándonos a la literalidad de la norma, en efecto es fácil advertir que la misma hace alusión a la “transferencia” de bienes y no a la “transferencia (transmisión) de propiedad” de los mismos, con lo cual la norma reglamentaria habría efectuado una ilegal intromisión en la configuración de la hipótesis de incidencia del IGV, importando ello una vulneración del principio de reserva de Ley.

El término transferencia tiene una serie de acepciones en el lenguaje común e inclusive en el lenguaje técnico. Una primera acepción, de carácter bastante general, es aquella que señala que transferir es “pasar o llevar algo desde un lugar a otro”. Otra más precisa para nuestro propósito, la define

como “ceder a otra persona el derecho, dominio o atribución que se tiene sobre algo”. Sin embargo, en el derecho, y particularmente en el ordenamiento jurídico nacional, la palabra transferencia se emplea usualmente en su acepción de ceder un bien o derecho de modo definitivo; vale decir ceder la titularidad de un derecho real o subjetivo de forma perpetua, diferente a la simple entrega en uso o en usufructo de un bien”.

El impuesto general a las ventas grava todas aquellas transacciones que impliquen la transferencia de bienes muebles ubicados en el país, con independencia de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen la operación y de las condiciones pactadas por las partes. El Reglamento de la Ley del IGV precisa que la referida transferencia, para configurar la hipótesis de incidencia, debe tener la transmisión del derecho de propiedad ya sea a título oneroso o gratuito. Por tanto, todas aquellas transacciones que no conlleven la transferencia del derecho de propiedad, no se encuentran comprendidas en esta hipótesis de incidencia, por lo que no están gravadas las transferencias fiduciarias, cesiones temporales de bienes, entre otras operaciones.

De acuerdo a la legislación civil se considera bienes muebles a:

- Los vehículos terrestres de cualquier clase
- Las fuerzas naturales susceptibles de apropiación
- Las construcciones en terreno ajeno
- Los materiales de construcción
- Los títulos valores de cualquier clase.

- Los derechos patrimoniales de autor, de inventor, de patentes, nombres, marcas y otros similares
- Las rentas o pensiones de cualquier clase
- Las acciones o participaciones de cada socio de cada socio
- Los demás bienes que pueden llevarse de un lugar a otro

Pero según el literal del artículo 3 de la Ley del Impuesto General a las Ventas, inciso b) señala como bienes muebles a:

a) Los corporales que pueden llevarse de un lugar a otro. - Este tipo de bienes por su propia naturaleza afectan a nuestro sentido; es decir, son móviles.
b) Los derechos referentes a estos bienes. - los derechos reales sobre los bienes muebles, es decir, que lo primero depende del bien, ya que una vez que el bien desaparezca, del mismo modo desaparecerá el derecho real.
c) Los signos distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave. Es el campo de la propiedad intelectual y abarca dos temas:
    - Propiedad intelectual que califican como invenciones humanas que se aplican en los procesos de producción y distribución de los bienes.
    - Derechos de autor que califica como invenciones humanas que se aplican en actividades distintas del proceso de producción y distribución de los bienes.

(Ruis de Castilla Ponde de Leon, 2009**)** menciona lo siguiente: En el literal a) del artículo 1º de la Ley del Impuesto General a las Ventas señala que este impuesto grava la venta de bienes muebles. Formulando la interrogante, ¿Qué es venta? Por lo menos existen dos posibilidades de interpretación. En primer lugar, se puede sostener que la Ley del Impuesto general a las Ventas considera como venta solamente a los actos que implican una transferencia de propiedad a favor del adquirente. En segundo lugar, se puede afirmar que la Ley del Impuesto general a las Ventas entiende por venta a los actos que por lo menos transfieren riesgos y beneficios a favor del adquirente.

Asimismo (**Plazas Vega, 1998)** menciona que los actos o negocios jurídicos por sí mismos no transfieren el dominio. Puede suceder que, no obstante, la celebración del negocio o acto jurídico generador de la obligación de transferir la propiedad sobre bienes corporales muebles y la entrega de la cosa, el deudor no la cumpla. Tal incumplimiento no significa que el impuesto sobre las ventas no se cause, pues basta con la concurrencia del hecho generador, aunque efectivamente el adquirente no haya asumido el carácter de titular del derecho de dominio. Bajo este enfoque se señala se manera específica, cómo sería el tratamiento contable para los bienes muebles.

Por tanto, respecto a todo lo mencionado anteriormente se formula el problema que se plantea a continuación:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿De qué manera los bienes muebles tendrán incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cuál es el tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales para lograr una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?
- ¿Cuál es el tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?
- ¿Cuál es el tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Determinar de qué manera los bienes muebles tienen incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar el tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales para lograr una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.

- Analizar el tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.
- Analizar el tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa 2016.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

La presente tesis de investigación denominado: "Los bienes muebles y su incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de pucallpa-2016*"* nos permite conocer a profundidad la forma de los bienes muebles y cómo se desarrollan de acuerdo a la ley del Impuesto General a las Ventas, lo cual permite plantear políticas de acción concretas con respecto a la problemática planteada. Podemos plantear justificación en diversos enfoques: En un enfoque social podemos decir que el presente trabajo de investigación se justifica como uno de los ejes estratégicos en todo proceso del desarrollo humano. En un enfoque económico se resalta el impacto que tiene los bienes muebles en la ley del Impuesto General a las Ventas en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa y cómo estos se ven afectados si gravan o no y como le afecta a su economía, en un enfoque legal, pretende estudiar normas vigentes respecto al retiro de bienes y como se afecta o no con la ley del Impuesto General a las Ventas, y porque no proponer algunas modificaciones en caso sea perceptible. En la importancia metodológica porque utiliza el enfoque sistemático del método científico para la búsqueda de la verdad con la posibilidad de que mediante la prueba empírica se logre los objetivos planteados.

1.5 VIABILIDAD

La presente investigación está profundamente relacionada con la disponibilidad de los recursos materiales con la finalidad de concretar los objetivos de la investigación, así como los recursos económicos son vitales para llevar a cabo con todo lo programado presupuestalmente, los recursos humanos que es uno de los pilares para la viabilidad el tiempo y la información para concretar la investigación

1.6 LIMITACIONES

Entre las limitaciones que se pueden identificar es la falta de colaboración y entendimiento de la importancia del presente trabajo de investigación por parte de la muestra a determinarse y como también la obtención a la información necesaria que darían en cierta forma la duda, en la veracidad de los datos por lo que tendría cierta limitante para poder hacer inferencias mucho más contundentes en la investigación. Entre ellas se pueden dar:

- Falta de documentación previa sobre estudios anteriores relacionados
- El tiempo de estadía en la empresa es corto para las evaluaciones
- La información brindada por los empleados puede ser no exactas por el corto tiempo de trabajo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1.1 Nivel Internacional

Castro Vergara & Plúas Roldan (2013), en la tesis denominada “Levantamiento y actualización de los bienes muebles y equipos d la Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil y su incidencia en el manejo técnico”- Ecuador concluye: en la etapa de la observación, notamos la cantidad de departamentos que existen en la sede y aquellos que intervienen directamente en el tema de bienes muebles y equipos (activos fijos) como lo son: vicerrectorado (aprueba o no la compra), Dirección Técnica de Administración e Inventarios (gestiona la compra y control del bien) y el Departamento Financiero (registro contable del bien). Por otro lado, mediante la aplicación de encuestas como otra técnica de recolección de información, pudimos apreciar que se educa al usuario para que sepan cómo se deben llevar a cabo los requerimientos sea de bienes o de servicios, mantenimiento de equipos, o simplemente el desconocimiento de los mismos, se saltaban las líneas de jerarquía o se llevaban procesos de manera errónea.

Esperanza (2006) en su Tesis: Análisis del Sistema de Registro y Control de Inventario de los Bienes Inmueble Adscritos a la Dirección General Sectorial de Educación de la Gobernación del Estado de Lara; en la cual concluye que la carencia de documentos legales que comprueben la propiedad que tiene la entidad, no permite el registro

sistemático de las operaciones relacionadas con estos inmuebles tanto a nivel de la contabilidad patrimonial. Así mismo la comunicación inefectiva de las diversas unidades encargadas de la ejecución programática de la dirección en el registro de bienes inmuebles; es decir en la aplicación de la las actualizaciones y registros; se realiza en forma desconocida, lo cual genera innumerables desfases en la referida programación.

2.1.2 Nivel Nacional

Alfaro (2016) en su tesis el Sistema de control interno y su incidencia en las unidades de logística y control patrimonial de la municipalidad provincial de Talara – 2014, en la que concluye: De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos, la gestión en las unidades de logística y control patrimonial, existe un alto porcentaje 47 % considera, que la gestión actual en dichas unidades es deficiente, por lo que urge su mejora y el 53 % considera como bueno y regular. Para superar esta deficiencia administrativa en la gestión se debe implementar un nuevo sistema de control interno, COSO I. Las estrategias que se viene aplicando en el sistema de control interno en las unidades logísticas y control patrimonial, de acuerdo a los resultados obtenidos, se considera que el 40 % manifiesta no es necesario implementar un nuevo sistema de control y que la optimización debe ser implementada por el alta 4 gerencia. En cambio, el 53 % considera que en posible establecer una mejora en la gestión. Ante esta realidad, consideramos que aplicando el nuevo sistema de control COSO I se optimizara la gestión de dichas

unidades. De acuerdo a la información obtenida, se determina que, en el proceso de gestión en las unidades de Logística y control patrimonial, no existe evidencia una aplicación adecuada en la gestión del control interno, por lo que es necesario implementar los cinco componentes del sistema COSO I, en la municipalidad Provincial de Talara.

Aldana (2010) en su Tesis: Proceso Contable en la Administración de Inventarios en la Empresa Casa Alonso, C.A. Municipio Valera Edo Trujillo; en la cual concluye que el registro de la información de los inventarios se realiza a través de códigos de cuentas, lo cual les permite identificar las partidas y los movimientos de acuerdo a la naturaleza de la operación contable. Igualmente, el sistema de registro de los comprobantes es automatizado, lo que les provee ventajas en tiempo y minimización de errores manuales. El software utilizado por la empresa es el Saint, además de ello, el contador utiliza el Excel, para complementar algunos reportes y generar formatos propios para el registro de la información contable de la empresa, lo que indica que existe una debilidad en el alcance del mismo; así mismo el sistema automatizado, les permite verificar la consistencia de la información mediante el registro de la fecha en que ocurrieron las transacciones, lo cual se considera correcto, mas no suficiente, ya que obvian otros aspectos, tales como la verificación de totales y los controles para evitar la duplicidad de la información.

2.2 BASES TEÓRICAS

- **LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA**

Para los efectos, según el literal del artículo 3 de la Ley del Impuesto General a las Ventas inciso a) señala:

a) **Venta:** 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. Se encuentran comprendidas en el párrafo anterior las operaciones sujetas a condición suspensiva en las cuales el pago se produce con anterioridad a la existencia del bien. También se considera venta las arras, depósito o garantía que superen el límite establecido en el Reglamento. (Segundo y tercer párrafos incorporados por el artículo 3° del Decreto Legislativo N.° 1116, publicado el 7.7.2012, vigente desde el 1.8.2012). (Ver Única Disposición Complementaria Transitoria del Decreto Legislativo N.° 1116, publicado el 7.7.2012, vigente desde el 1.8.2012, la cual indica que hasta que el Reglamento de la Ley establezca los límites a que se refiere el presente inciso, serán de aplicación los límites señalados en los numerales 3 y 4 del artículo 3° del Reglamento vigente). El retiro de bienes que efectúe el propietario, socio o titular de la empresa o la empresa misma, incluyendo los que se efectúen como descuento o bonificación, con excepción de los señalados por esta ley y su reglamento, tales como los siguientes:

- El retiro de insumos, materias primas y bienes intermedios utilizados en la elaboración de los bienes que produce la empresa.

- La entrega de bienes a un tercero para ser utilizados en la fabricación de otros bienes que la empresa le hubiere encargado

- El retiro de bienes por el constructor para ser incorporados a la construcción de un inmueble

- El retiro de bienes como consecuencia de la desaparición, destrucción o pérdida de bienes, debidamente acreditada conforme lo disponga el reglamento.

- El retiro de bienes para ser consumidos por la propia empresa, siempre que sea necesario para la realización de las operaciones gravadas

- Bienes no consumibles, utilizados por la propia empresa, siempre que sea necesario para la realización de las operaciones gravadas y que dichos bienes no sean retirados a favor de terceros.

- El retiro de bienes producto de la transferencia por subrogación a las empresas de seguros de los bienes siniestrados que hayan sido recuperados

b) **Bienes muebles:** Los corporales que pueden llevarse de un lugar a otro, los derechos referentes a los mismos, los signos

distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave y similares, las naves y aeronaves, así como los documentos y títulos cuya transferencia implique la de cualquiera de los mencionados bienes.

c) **Servicios:** Toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto; incluidos el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles y el arrendamiento financiero. También se considera retribución o ingreso los montos que se perciban por concepto de arras, depósito o garantía y que superen el límite establecido en el Reglamento Plurifásico y no acumulativo que grava la venta de bienes muebles en el país, la prestación y utilización de servicios en el país, los contratos de construcción, la primera venta de inmuebles por un constructor y la importación de bienes. Por su parte, el ISC es un impuesto específico que grava la venta de determinados bienes (combustibles, vehículos, aguas minerales y gasificadas, licores, cervezas y cigarrillos) que se aplica en una sola etapa tratándose de productos de origen nacional (a nivel de productor) o en dos etapas cuando los bienes provienen del exterior (se grava tanto la importación de los productos afectos como la posterior venta en el país por el importador).

- **BIENES NO CONSIDERADOS MUEBLES**

No están comprendidos en el inciso b) del Artículo 3º del Decreto la moneda nacional, la moneda extranjera, ni cualquier documento representativo de éstas; las acciones, participaciones sociales, participaciones en sociedades de hecho, contratos de colaboración empresarial, asociaciones en participación y similares, facturas y otros documentos pendientes de cobro, valores mobiliarios y otros títulos de crédito, salvo que la transferencia de los valores mobiliarios, títulos o documentos implique la de un bien corporal, una nave o aeronave.

- INFORME N°264-2006-SUNAT/2B000 (SUNAT, informe N° 264-2006-SUNAT/2B0000, 2006)

  Los contribuyentes que realicen las operaciones de venta o importación de los bienes comprendidos en el Apéndice I del TUO de la Ley del IGV, podrán renunciar a la exoneración optando por pagar el impuesto por el total de dichas operaciones, de acuerdo a lo establecido por el Reglamento de la Ley del IGV.

- MATERIA:

  Se consulta si el artículo 7° de la Ley del Impuesto General a las Ventas referido a la renuncia a la exoneración de dicho Impuesto, es válido para el oro como producto exonerado del mismo.

- ANÁLISIS:

a) El artículo 1° de TUO de la Ley de IGV establece que, dicho Impuesto grava, entre otras operaciones, la venta en el país de bienes muebles.

b) Por su parte, el artículo 5° del referido TUO dispone que están exoneradas del referido Impuesto las operaciones contenidas en los Apéndices I y II del citado TUO.

c) A su vez el artículo 70° del mismo TUO señala que la mención de los bienes que hace el Apéndice I es referencial, debiendo considerarse para los efectos del Impuesto, los bienes contenidos en las Partidas Arancelarias, indicadas en él, salvo que expresamente se disponga lo contrario.

d) Debe tenerse en consideración que en el Apéndice I del mencionado TUO se señala que se encuentra exonerada del IGV, la venta en el país o importación de:

PARTIDAS ARANCELARIAS	***PRODUCTOS***
7108.11.00.00	Oro para uso no monetario en polvo.
7108.12.00.00	Oro para uso no monetario en bruto.

e) En cuanto a la renuncia a dicha exoneración, el artículo 7° del citado TUO indica que los contribuyentes que realicen las operaciones comprendidas en el Apéndice I podrán renunciar a la exoneración optando por pagar el impuesto por el total de dichas operaciones, de acuerdo a lo que establezca el Reglamento

f) Así, el numeral 12 del artículo 2° del Reglamento de la Ley del IGV establece las disposiciones reglamentarias aplicables a la mencionada renuncia.

Entre dichas disposiciones se señala que la SUNAT establecerá los requisitos y condiciones que deben cumplir los contribuyentes para que opere la referida renuncia. Asimismo, se indica que la renuncia a la exoneración se efectuará por la venta e importación de todos los bienes contenidos en el Apéndice I y por única vez. A partir de la fecha en que se hace efectiva la renuncia, el sujeto no podrá acogerse nuevamente a la exoneración establecida en el Apéndice I del TUO de la Ley del IGV.

Los contribuyentes que realicen las operaciones de venta o importación de los bienes comprendidos en el Apéndice I del TUO de la Ley del IGV podrán renunciar a la exoneración optando por pagar el impuesto por el total de dichas operaciones, de acuerdo a lo establecido por el Reglamento de la Ley del IGV.

Bienes corporales muebles son las cosas que se pueden transportar de un lugar a otro, ya sea ellos moviéndose por sí mismos como los animales (por ello se llaman semovientes); o sea por medio de una fuerza externa como las cosas inanimadas. Cosas inanimadas y semovientes-los bienes muebles se dividen en cosas inanimadas, que se trasladan de un lugar a otro, por medio de una fuerza externa como puede ser, por ejemplo: una silla, una lapicera, una moneda, un auto; y por otro lado se observan los semovientes, que se trasladan de un lugar a otro moviéndose por sí mismos, como es el caso de los animales.

Fungibles y no fungibles-los bienes muebles son fungibles y no fungibles. Los bienes muebles fungibles, son aquellos que se consumen cuando se le da el uso acorde a su naturaleza, el dinero es considerado como bien fungible, en cuanto desaparece cuando se emplea como tal. Las partes mediante un contrato, pueden convertir un bien “no fungible”, en uno que sea “fungible”, supongamos que una persona tenga una colección de monedas uruguayas en circulación, si le da el uso adecuado a su naturaleza, tendrían que desaparecer, pero esa persona puede prestar dichas monedas para que sean exhibidas, con la obligación para quien las recibe de devolver exactamente las mismas monedas y no otras, en este caso las monedas pierden su fungibilidad.

- **IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (IGV)**

  El Impuesto General a las Ventas (IGV**)**, éste grava las siguientes actividades siempre y cuando se realicen en Perú: la venta de bienes inmuebles, los contratos de construcción y la primera venta vinculada con los constructores de los inmuebles de estos contratos, la prestación o utilización de servicios y la importación de bienes. 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. Éstas son las principales operaciones que grava el IGV**.**

(**Cordova Arce, 2006**, pág. 1049) en el Perú el IGV como impuesto al valor agregado, ha sido diseñado técnicamente bajo el método de deducción sobre base financiera, razón por la cual, los operadores económicos se encuentran facultados a deducir el impuesto trasladado por sus proveedores como crédito fiscal contra el IGV que grava sus ventas, en el mismo mes en que unas y otras cosas ocurren, sin necesidad de acreditar ante el Fisco que en idéntico período se produce el uso o consumo efectivo, de las adquisiciones efectuadas en las operaciones sujetas al pago del impuesto. Incluso, si los bienes o servicios adquiridos no llegaran en definitiva a utilizarse en la realización de operaciones gravadas, el Fisco no podría exigir la restitución del crédito fiscal deducido en su oportunidad, ya que no existe ninguna disposición que obligue a ello, claro está, en la medida que pudiera acreditarse que en el momento en que se realizaron las adquisiciones, razonablemente, era previsible que las mismas se emplearían en transacciones por las cuales se pagaría el impuesto.

(**Rodriguez Dueñas, 1999**) El Impuesto General a las Ventas (IGV) es un impuesto plurifásico estructurado en base a la técnica del valor agregado, bajo el método de sustracción, adoptando como método de deducción el de base financiera, en mérito del cual el valor agregado se obtiene por la diferencia entre las ventas y las compras realizadas en el período, vale decir, no se persigue la determinación del valor agregado económico o real de dicho período, el cual se obtendría de optarse por el método de deducción sobre base real. Respecto del sistema para efectuar las deducciones sobre base financiera, adopta

el de impuesto contra impuesto; es decir, que la obligación tributaria resulta de deducir del débito fiscal (impuesto que grava las operaciones realizadas) el crédito fiscal (impuesto que grava las adquisiciones realizadas).

- **HIPÓTESIS DE INCIDENCIA**

(Ataliba, 1987) Enseña que nos encontramos ante una hipótesis de incidencia cuando una ley describe el hecho generador de la obligación tributaria. En el caso específico de la legislación del IGV, vamos a concentrarnos en el Art. 1º. a de la llamada Ley del Impuesto General a las Ventas-LIGV2, en cuanto se refiere a la operación3 de venta de bienes muebles. Dentro de esta hipótesis de incidencia, comenzaremos por el estudio de sus aspectos objetivos; es decir, que analizaremos las reglas relativas al hecho (gravado) en sí. Sobre el particular, hemos identificado hasta cuatro temas: venta, bien mueble, transferencia onerosa y transferencia gratuita. En esta ocasión, abordaremos el concepto de venta para efectos del IGV, según las reglas establecidas en el Art. 3º. a.1 de la LIGV y Art. 2º. 3.a del RIGV.

- **CAPACIDAD CONTRIBUTIVA**

(Robles Moreno, 2006) afirma que la capacidad contributiva es la riqueza económica que poseen las personas. Esta riqueza justifica la presencia de cierta carga tributaria (impuestos) que dichos sujetos deben asumir. La riqueza económica de las personas se hace evidente en sus ingresos. Al respecto, es muy importante entender que –para la Política Fiscal– la idea esencial es que los impuestos

gravan el ingreso de las familias o empresas. Si determinado impuesto afecta a los ingresos cuando son obtenidos por las personas, nos encontramos frente a una imposición a la renta. Si el impuesto grava a los ingresos cuando son utilizados o gastados para adquirir bienes y servicios, estamos frente a una imposición al consumo.

Por último, si un impuesto grava a los ingresos cuando se transforman en predios o vehículos, advertimos la presencia de la imposición al patrimonio. En este sentido, si los ingresos corrientes (sueldos y salarios) de una persona natural superan a los consumos corrientes (satisfacción de sus necesidades básicas), el excedente es el ahorro. Estos ingresos mensuales que resultan excedentes muchas veces son empleados en la adquisición de una casa, auto, etc. Si bien es cierto que legalmente un impuesto que grava a los predios, vehículos, etc., constituye una modalidad de imposición al patrimonio; desde el punto de vista económico, más bien se trata de un impuesto que grava ciertos ingresos excedentes.

- **LEGISLACIÓN**

El legislador impuesto general a las ventas debería preferir aquella figura del Derecho Civil que guarde mayor correspondencia con el principio de capacidad contributiva. Dentro de este orden de ideas, la figura de la prestación parece ser la más indicada. En la venta normal, a nivel minorista, el comprador primero realiza el pago al contado o cumple con el pago de la cuota inicial. Acto seguido, el vendedor

recién procede con el despacho de la mercadería. Como se aprecia, la prestación de dar un bien mueble por parte del vendedor usualmente supone el pago previo del precio, sea total o parcial, por parte del vendedor. Gracias a la fi gura de la prestación (despacho de mercaderías), podemos advertir que el comprador dispone de cierto ingreso (gravable).

2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.3.1 Bienes muebles: Los Bienes Muebles son aquellos elementos de la naturaleza, materiales o inmateriales, que pueden desplazarse de forma inmediata y trasladarse fácilmente de un lugar a otro, ya sea por sus propios medios o por una fuerza interna o por una fuerza extraña y manteniendo su integridad.

2.3.2 Derechos: El derecho es el orden normativo e institucional de la conducta humana en sociedad inspirada en postulados de justicia y certeza jurídica cuya base son las relaciones sociales que determinar su contenido y carácter en un espacio y tiempo dados. En otras palabras, es un conjunto o sistema de normas que regulan la convivencia social y permiten resolver los conflictos jurídicos.

A lo largo de la historia juristas, filósofos y teóricos del derecho han propuesto definiciones alternativas y distintas teorías jurídicas sin que exista, hasta la actualidad, consenso sobre su definición. El concepto del derecho es estudiado por la Filosofía del derecho.

2.3.3 Signos distintivos: Son signos distintivos, todos aquellos que se utilizan en la industria o en el comercio para diferenciar de las

manifestaciones o actividades homologas de los demás, las propia actividades, servicios, productos o establecimientos.

2.3.4 Empresa: Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). Las empresas puedan clasificarse según la actividad económica que desarrollan. Así, nos encontramos con empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

2.3.5 Propietario: En el derecho, el dominio o propiedad, es el poder directo e inmediato sobre un objeto o bien, por la que se atribuye a su titular la capacidad de disponer del mismo, sin más limitaciones que las que imponga la ley. Es el derecho real que implica el ejercicio de las facultades jurídicas más amplias que el ordenamiento jurídico concede sobre un bien.

2.3.6 Venta: Según (Kotler, 2001), el concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea.

El concepto de venta sostiene que los consumidores y los negocios, si se les deja solos, normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos de la organización; por ello, ésta debe

emprender una labor agresiva de ventas y promoción. El concepto de venta supone que es preciso estimular a los consumidores para que compren. Para ello, las empresas que ponen en práctica este concepto, utilizan todo un arsenal de herramientas de venta y promoción para estimular más compras.

2.3.7 Legislación Tributaria: La legislación tributaria es el conjunto de normas y medidas establecidas por el Estado para financiar el gasto público a través de la recaudación de tributos.

2.4 BASES EPISTÉMICAS

La presente investigación se sustenta en teorías modernas de gestión tributaria y administración, bajo un enfoque de organización y administración donde el desarrollo de las capacidades empresariales es la base fundamental para lograr los objetivos y metas y por ende el desarrollo Institucional. De la misma manera se puede identificar los bienes muebles y su incidencia en la legislación tributaria. La puesta en práctica de un buen sistema de control tributario eficiente contribuirá al incremento de la recaudación tributaria pudiendo reducir los focos de evasión y a los sectores que se encuentran en la informalidad del departamento de Ucayali. Asimismo, una buena capacitación y control de los profesionales encargados de llevar a cabo esta labor no estaría de más controlar también por esa parte. El retiro de bienes es una de la forma de aplicación del Impuesto General a las Ventas, lo cual se busca de cierta manera tener un adecuado control de las situaciones de evasión a que no por el hecho de no gravar Impuesto General a las Ventas en algunos casos estos puedan tratar de cambiar las situaciones de cómo tratar estos.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS, VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

3.1 HIPÓTESIS Y SISTEMA DE HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General

Los bienes muebles sí tienen incidencia significativa tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.

3.1.2 Hipótesis Específicas

- El tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales sí incide en el logro de una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.
- El tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales sí incide en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.
- El tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito sí incide en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.

3.2 VARIABLES

3.2.1 Variable Independiente (X)

BIENES MUEBLES

Indicadores:

X1: Fines Promocionales

X2: Gastos Promocionales

X3: Transferencia de bienes muebles

3.2.2 Variable Dependiente (Y)

LEGISLACIÓN TRIBUTARIA

Indicadores:

Y1: Fidelización con los clientes

Y2: Impuesto a la renta

Y3: Impuesto General a las Ventas

3.2.3 Variable Interviniente (Z)

EMPRESA COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PUCALLPA

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La Operacionalización de las variables se describe en la tabla Nº 1:

Tabla 1. Operacionalización de las variables que contiene definición conceptual, indicadores, técnica e instrumento

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE BIENES MUEBLES	Son aquellos que pueden trasladarse fácilmente de un lugar a otro, manteniendo su integridad y la del inmueble en el que se hallen depositados. Los bienes muebles, por oposición a los bienes inmuebles, son todos aquellos bienes personales depositados en estancias que son transportables, pero que uno no suele llevar consigo. Esto incluye, pero no se limita, a los elementos decorativos de una vivienda.	**X1:** Fines Promocionales **X2:** Gastos Promocionales **X3:** Transferencia de bienes muebles	**Técnica:** Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE LEGISLACIÓN TRIBUTARIA	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. ley que describe características y ámbito de aplicación	**Y1:** Fidelización con los clientes **Y2:** Impuesto a la renta **Y3:** Impuesto General a las Ventas	**Instrumento:** Cuestionario

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el medio de la presente lo que se busca de manera específica es evaluar si los bienes muebles tienen incidencia tributaria en una empresa de la ciudad de Pucallpa-2016. Es por ello que el tipo de investigación es cualitativa de nivel correlacional y descriptiva.

- **Aplicada:** su principal objetivo se basa en resolver problemas prácticos, con un margen de generalización limitado. De este modo genera pocos aportes al conocimiento científico desde un punto de vista teórico. el presente trabajo de investigación es aplicado, ya que se pretende buscar la incidencia y la reacción de los contribuyentes con respecto a los bienes muebles y su incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.
- **Correlacional:** es aquel tipo de estudio que persiguen medir el grado de relación existente entre dos o más variables.

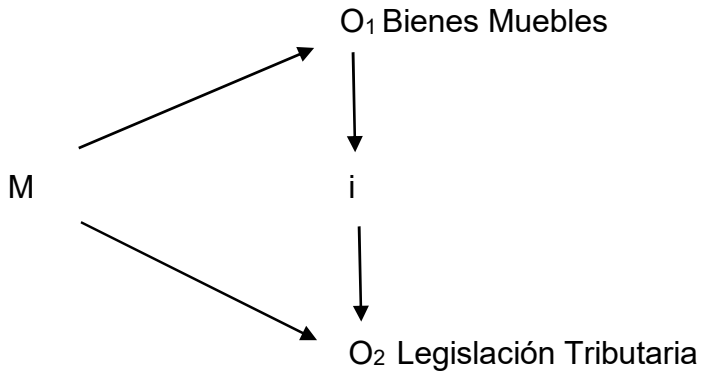
4.2 DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN

4.2.1 Diseño de la investigación

La investigación fue no experimental ya que Según Hernández (2006), son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. También, es descriptiva y correlacional, porque procura verificar la existencia de asociación significativa entre dos variables.

4.2.2 Esquema de la investigación

Se realizará el trabajo incidencial, de acuerdo al siguiente esquema:



Donde:

M : Muestra.

O_1: Observaciones empíricas sobre la variable independiente.

I : incidencia de la variable independiente en la variable dependiente.

O_2: Observaciones empíricas sobre la variable dependiente.

4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.3.1 Población

La población de la investigación estuvo conformada por 4,752 empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa, información dada por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

4.3.2 Muestra

Para la muestra del presente estudio de investigación se tomó del 100% del universo de la población, la cual fue determinada por el diseño muestral que es de 355 empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa. Por lo tanto, la obtención de la muestra es no probabilístico.

CUADRO N° 1

NÚMERO DE EMPRESAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE PUCALLPA INVOLUCRADOS EN EL TEMA DE INVESTIGACIÓN.

POBLACIÓN	DATOS	TOTAL
Empresas Comerciales de la ciudad de Pucallpa	4,752	4,752
∑	4,752	4,752

Elaboración: Propia

$$n = \frac{pq}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

Donde:

n = Muestra

Z = Coeficiente de confianza o valor crítico, su valor depende del nivel de confianza (como se trabajará al 95% de confiabilidad, entonces Z = 1,96).

p = Proporción maestral de un género (50% es lo máximo).

q = Proporción muestral del género complementario a “p” (50% es lo máximo).

E = Error al estimar la media poblacional (se trabajará al 95% de confiabilidad, entonces la probabilidad de cometer el error será del 5%).

N = Población (se considerará en total 4,752).

$$n = \frac{(0{,}5)(0{,}5)}{\frac{(0{,}05)^2}{(1{,}96)^2} + \frac{(0{,}5)(0{,}5)}{4752}} = \frac{0{,}25}{\frac{0{,}0025}{3{,}8416} + \frac{0{,}25}{4752}}$$

$$n = \frac{0{,}25}{0{,}00065077 + 0{,}00005261} = \frac{0{,}25}{0{,}00070338} = 355$$

$$n = 355$$

Teniendo en cuenta que nuestra muestra es de n= 355 empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa, el siguiente procedimiento consiste en revelar cómo y de dónde seleccionar los 355. Para ello, emplearemos el tipo de muestreo probabilístico estratificado, cuyo procedimiento es el siguiente:

CUADRO N° 02

Estrato	Detalle	Total Población f.h= 7.47%	Muestra Nxh/fxh=nxh
1	Empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa	4,752	355
TOTAL		4,752	355

4,752----------100%

355---------- x

$$x = \frac{355x100\%}{4752} = 7.47\%$$

Esto significa que del total de cada estrato debemos obtener el 56.38% de la población de manera aleatoria y así completar el tamaño de la muestra, para ello aplicaremos el siguiente procedimiento:

EMPRESAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE PUCALLPA

$$\frac{4752}{100} x\ 7\ .47\ \ =\ \ 355$$

4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.4.1 Técnicas de recolección de datos

- **La encuesta**

  El uso de esta técnica permitirá, mediante el cuestionario, tener contacto directo con la unidad de análisis para la obtención de datos de la muestra con respecto a las variables de investigación.

- **La observación**

  Se realizará empleando las guías de observación, con uso de los medios visuales directos e indirectos sobre la realidad operativa y efectos observables en forma cualitativa y cuantitativa, empleando los materiales e implementación tecnológica con que se cuenta que serán analizados de acuerdo a los objetivos propuestos en la investigación.

- **Análisis documental y bibliográfico**

  Se realizará el estudio detallado de los diversos documentos de gestión y documentos normativos, información virtual y otras fuentes convencionales y modernas, para obtener información válida sobre los diversos aspectos en estudio para ser evaluados en función al problema planteado y a los objetivos de la investigación. Se utilizarán diversos tipos de fichas de investigación que permitirá obtener datos bibliográficos referentes a las variables de investigación.

4.4.2 Instrumentos de recolección de datos

- **Cuestionario**

  El cuestionario nos permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos ya que un diseño mal construido e inadecuado conlleva a recoger información incompleta, datos no precisos y de esta manera genera información nada confiable. Por esta razón, este instrumento es de mucha importancia, y se utilizará para medir las variables con las 12 preguntas que se plantean.

- **Documentales:** Revisión y análisis documentales, tales como: libros, artículos de revistas, tesis, informes monográficos, Páginas web (fichados y análisis de documentos).

4.5 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

4.5.1 Procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos en el caso de los cuadros y gráficos que se presentan, se utiliza el Microsoft Excel conjuntamente con el Microsoft Word de forma computarizada, lo que permitirá de una manera más convincente el correcto estudio y por lo mismo el entendimiento.

4.5.2 Presentación de datos

Los resultados se presentan en tablas y figuras que expresan el análisis descriptivo de la investigación luego de la entrevista con las preguntas formuladas. Además, se describen los valores obtenidos y la aplicación de la prueba del Chi-Cuadrado.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

Luego de haber determinado la validez de los instrumentos de la variable independiente y dependiente, se aplicó el método de la encuesta a las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa; es decir, a la muestra. Dichos resultados presentamos a continuación de manera independiente con cada una de las preguntas hechas, cuadros estadísticos, tablas de distribución de frecuencias y gráficos, los mismos que facilitarán el análisis y la interpretación correspondiente.

ENCUESTAS

5.1. INDICADOR:

"FINES PROMOCIONALES"

Interrogante:

¿Está de acuerdo que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros tiene como propósito fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 1: Fines Promocionales- I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	256	72.11	72.11%
De acuerdo	53	14.93	87.04%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	10	2.82	89.86%
En desacuerdo	22	6.20	96.06%
Muy en desacuerdo	14	3.94	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 256 respondieron “muy de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 72.11% del total.
- 53 respondieron “de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 14.93% del total.
- 10 respondieron “ni de acuerdo / ni en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 2.82% del total.
- 22 respondieron “en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 6.20% del total.
- 14 respondieron “muy en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 3.94% del total.

Un 72.11% está “muy de acuerdo” que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros tiene como propósito fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 2.82% de los participantes no supieron responder al respecto.

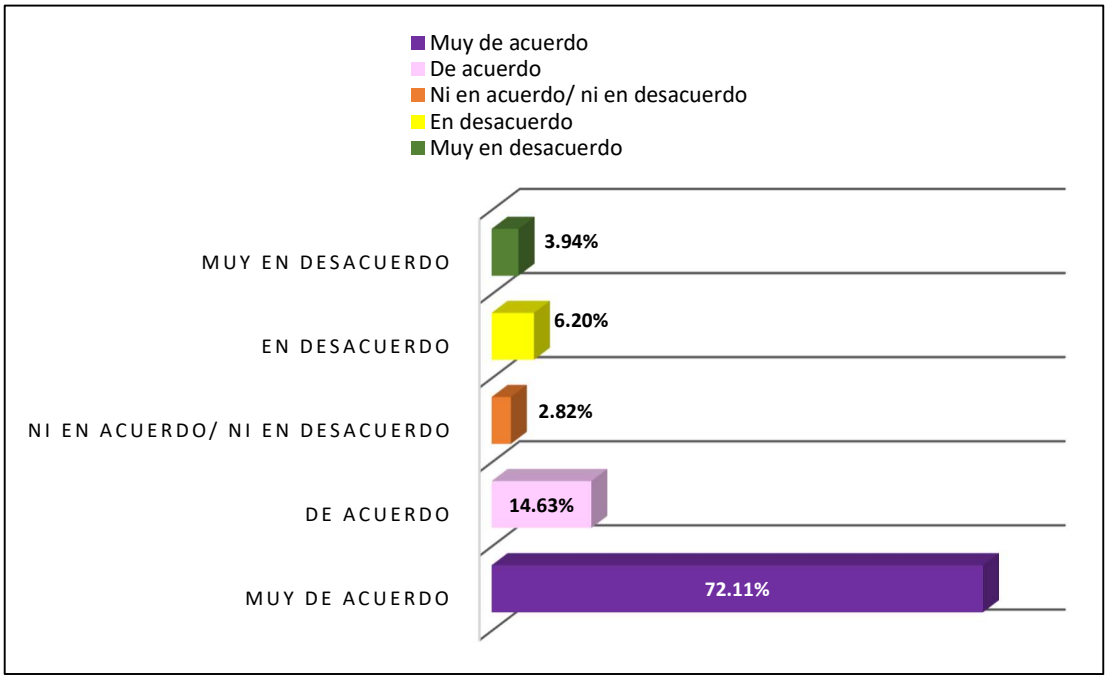


Figura N° 1: Fines Promocionales- I

5.2. INDICADOR:

"FINES PROMOCIONALES"

Interrogante:

¿Está de acuerdo que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros contribuyen a fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 2: Fines Promocionales- II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	54	15.21	15.21%
De acuerdo	270	76.06	91.27%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	15	4.23	95.50%
En desacuerdo	9	2.53	98.03%
Muy en desacuerdo	7	1.97	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 54 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 15.21% del total.
- 270 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 76.06% del total.
- 15 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 4.23% del total.
- 9 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 2.53% del total.
- 7 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.97% del total.

Un 76.06% está “muy de acuerdo” que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros contribuyen a fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 4.23% de los participantes no supieron responder al respecto.

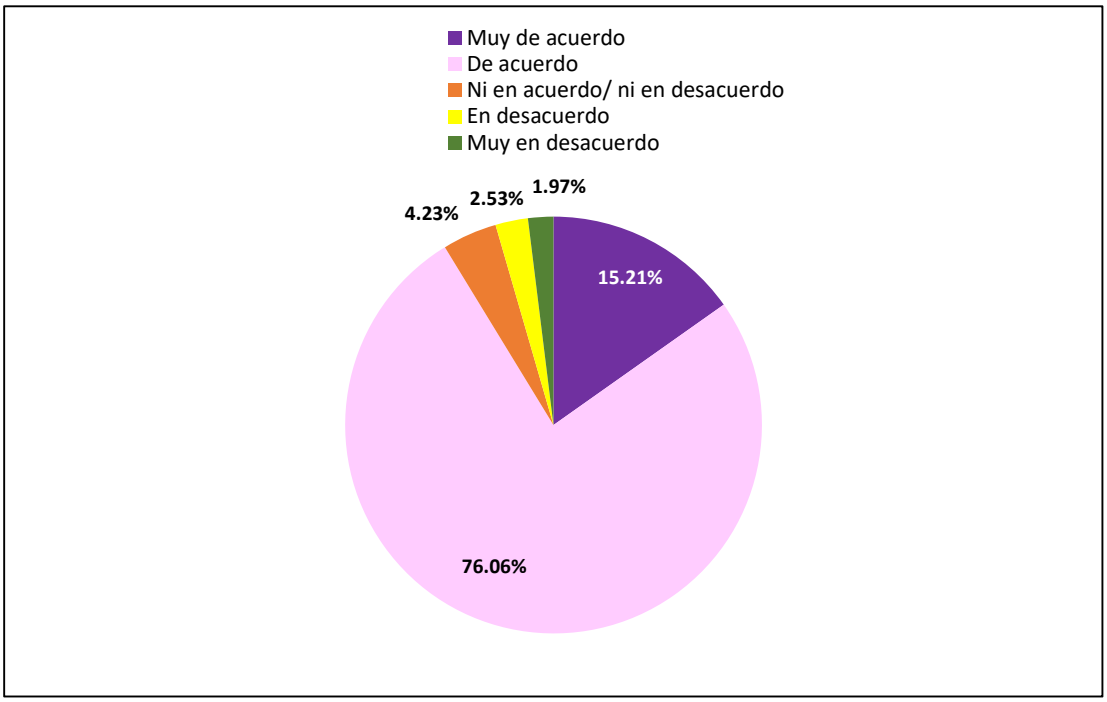


Figura N° 2: Fines Promocionales - II

5.3. INDICADOR:

"GASTOS PROMOCIONALES"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo con los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca que tiene afectos en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 3: Gastos Promocionales – I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	38	10.70	10.70%
De acuerdo	277	78.03	88.73%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	24	6.76	95.49%
En desacuerdo	11	3.10	98.59%
Muy en desacuerdo	5	1.40	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 38 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 10.70% del total.
- 277 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 78.03% del total.
- 24 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 6.76% del total.
- 11 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.10% del total.

- 5 respondieron “muy en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 1.40% del total.

Un 78.03% está “muy de acuerdo” que con los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca que tiene afectos en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 6.76% de los participantes no supieron responder al respecto.

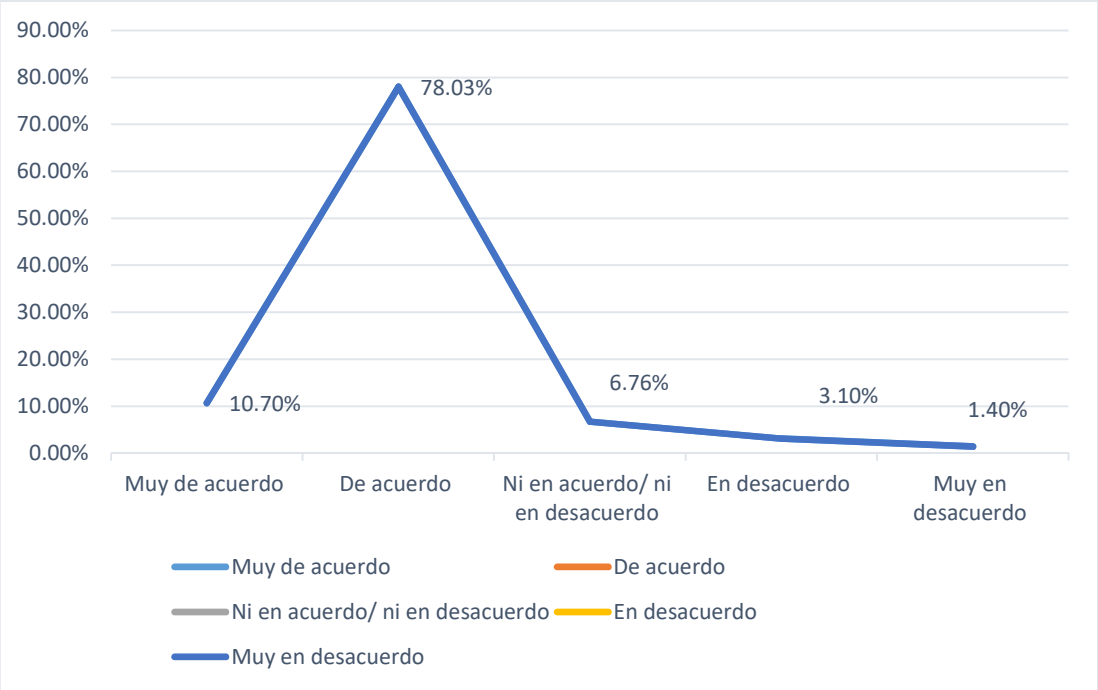


Figura N° 3: Gastos Promocionales - I

5.4. INDICADOR:

"GASTOS PROMOCIONALES"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo que los gastos promocionales por la entrega de bienes a título gratuito coadyuvan a acostumbrar al consumo de una marca que tiene efectos deducibles en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 4: Gastos Promocionales - II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	290	81.69	81.69%
De acuerdo	49	13.80	95.49%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	3	0.85	96.34%
En desacuerdo	5	1.41	97.75%
Muy en desacuerdo	8	2.25	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 290 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 81.69% del total.
- 49 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 13.80% del total.
- 3 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 0.85% del total.
- 5 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.41% del total.
- 8 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 2.25% del total.

Un 81.69% está “muy de acuerdo” los gastos promocionales por la entrega de bienes a título gratuito coadyuvan a acostumbrar al consumo de una marca que tiene efectos deducibles en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 0.85% de los participantes no supieron responder al respecto.

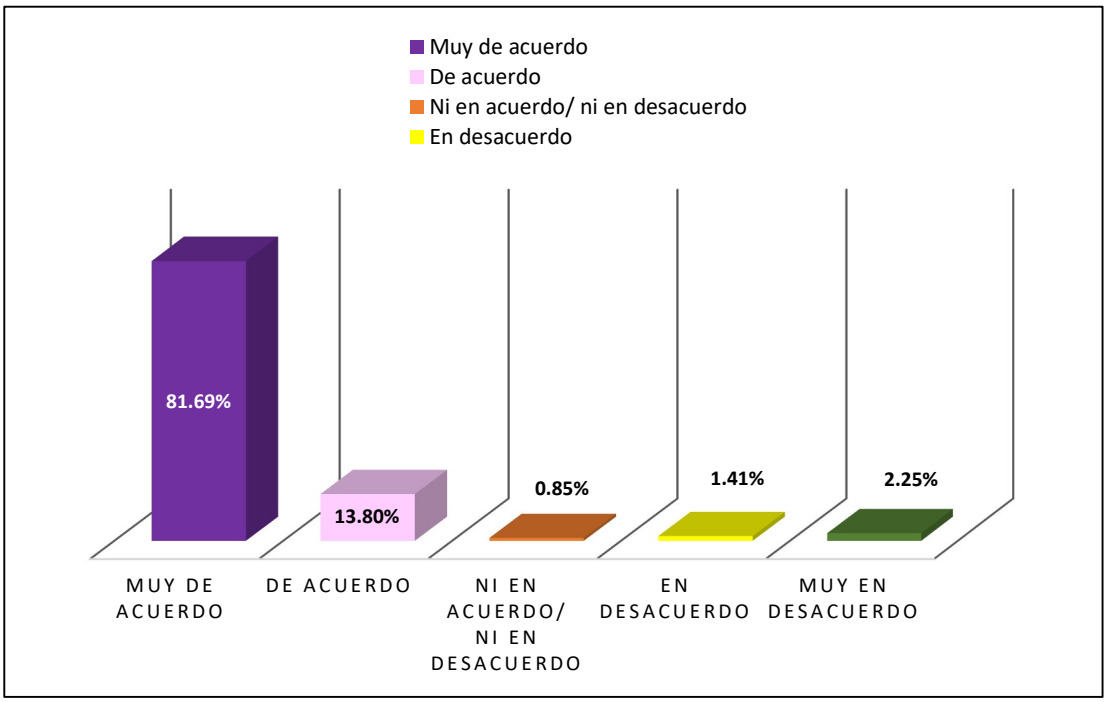


Figura N° 4: Gastos Promocionales - II

5.5. INDICADOR:

"TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES"

Interrogante:

¿Está de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito tiene un tratamiento tributario de los gastos promocionales que incide significativamente en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 5: Transferencia de Bienes Muebles - I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	31	8.73	8.73%
De acuerdo	302	85.07	93.80%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	1	0.28	94.08%
En desacuerdo	9	2.54	96.62%
Muy en desacuerdo	12	3.38	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 31 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 8.73% del total.
- 302 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 85.07% del total.
- 1 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 0.28% del total.
- 9 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 2.54% del total.
- 12 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.38% del total.

Un 85.07% está “muy de acuerdo” que la transferencia de bienes muebles a título gratuito tiene un tratamiento tributario de los gastos promocionales que incide significativamente en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 0.28% de los participantes no supieron responder al respecto.

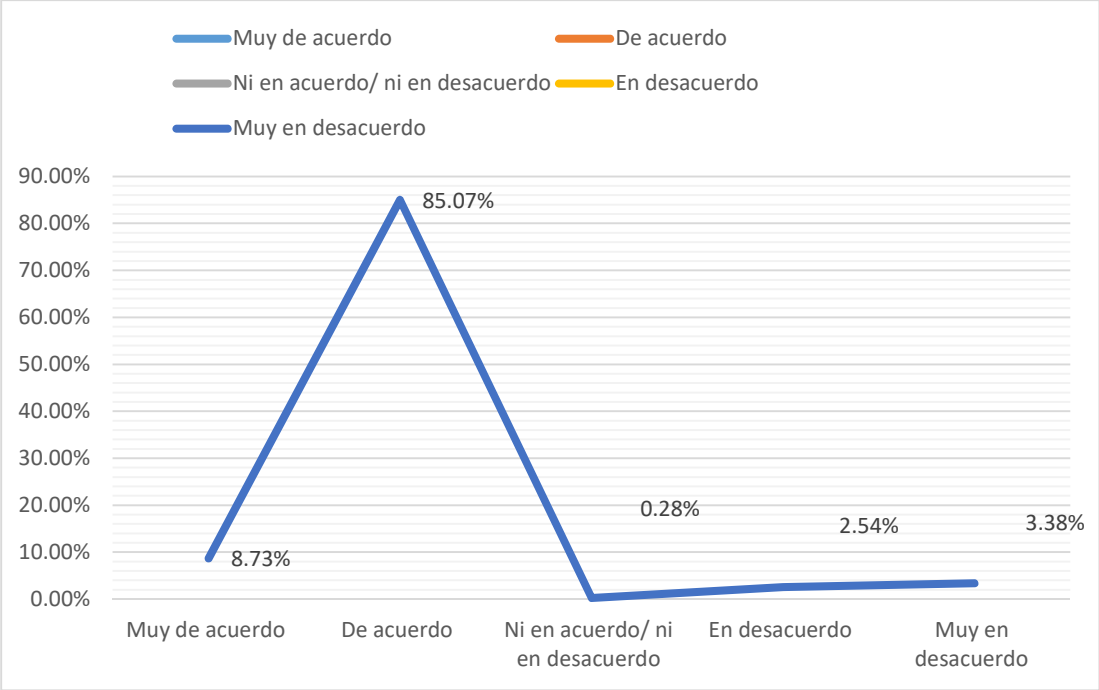


Figura N° 5: Transferencia de Bienes Muebles - I

5.6. INDICADOR:

"TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES"

Interrogante:

¿Está de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito respecto a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 6: Transferencia de Bienes Muebles - II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	282	79.44	79.44%
De acuerdo	39	10.98	80.42%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	12	3.38	93.80%
En desacuerdo	5	1.41	95.21%
Muy en desacuerdo	17	4.49	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 282 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 79.44% del total.
- 39 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 10.98% del total.
- 12 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.38% del total.
- 5 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.41% del total.
- 17 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 4.49% del total.

Un 79.44% está “muy de acuerdo” que la transferencia de bienes muebles a título gratuito respecto a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 3.38% de los participantes no supieron responder al respecto.

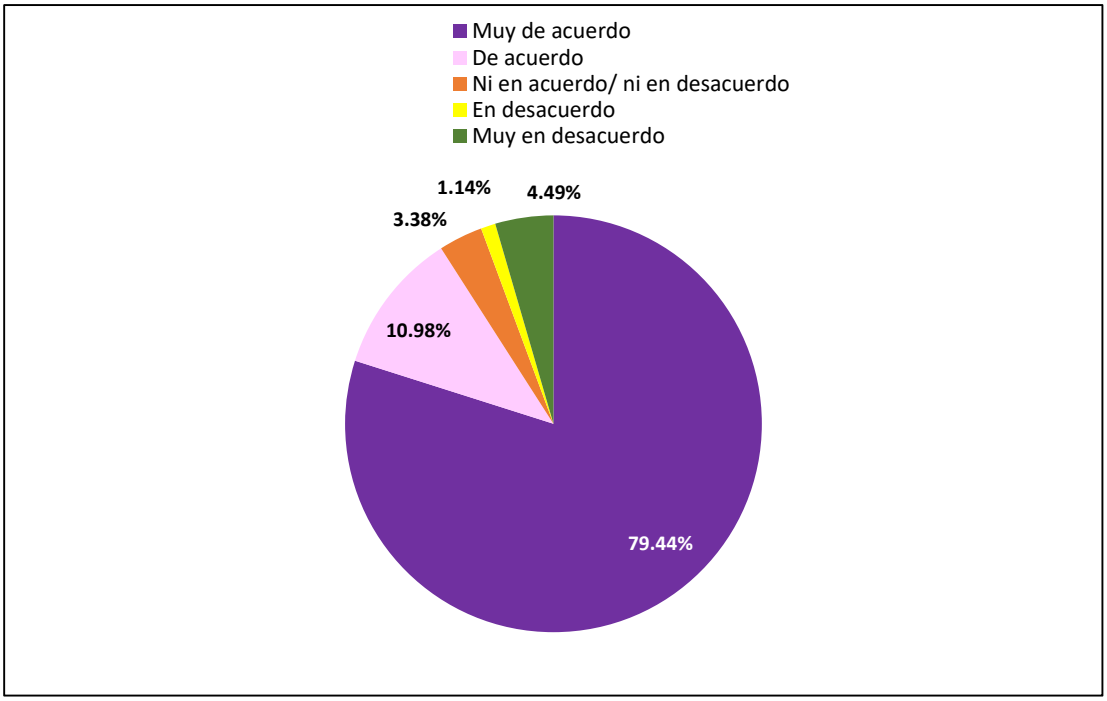


Figura N° 6: Transferencia de Bienes Muebles - II

5.7. INDICADOR:

"FIDELIZACIÓN CON LOS CLIENTES"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo que las fidelizaciones de los clientes con la entrega de bienes muebles a título gratuito tienen como propósito que los productos serán vendidos a terceros posteriormente tienen fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 7: Fidelización con los Clientes - I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	16	4.51	4.51%
De acuerdo	315	88.73	93.24%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	9	2.53	95.77%
En desacuerdo	11	3.10	98.87%
Muy en desacuerdo	4	1.13	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 16 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 4.51% del total.
- 315 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 88.73% del total.
- 9 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 2.53% del total.
- 11 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.10% del total.
- 4 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.13% del total.

Un 88.73% está “muy de acuerdo” que las fidelizaciones de los clientes con la entrega de bienes muebles a título gratuito tienen como propósito que los productos serán vendidos a terceros posteriormente tienen fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 2.53% de los participantes no supieron responder al respecto.

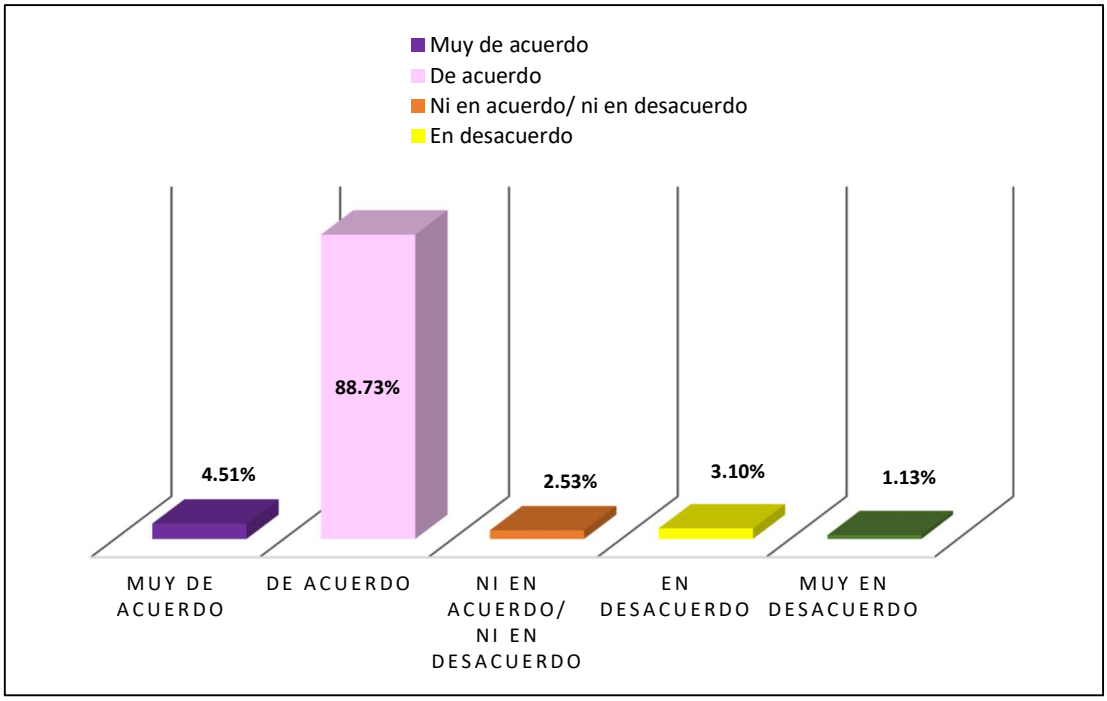


Figura N° 7: Fidelización con los Clientes - I

5.8. INDICADOR:

"FIDELIZACIÓN CON LOS CLIENTES"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo con la fidelización de los clientes a través de la entrega de bienes muebles a título gratuito contribuyen que los productos sean vendidos a terceros posteriormente porque su objeto es de fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 8: Fidelización con los Clientes - II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	293	82.54	82.54%
De acuerdo	24	6.76	89.30%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	7	1.97	91.27%
En desacuerdo	20	5.63	96.90%
Muy en desacuerdo	11	3.10	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 293 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 82.54% del total.
- 24 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 6.76% del total.
- 7 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.97% del total.
- 20 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 5.63% del total.

- 11 respondieron “muy en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 3.10% del total.

Un 82.54% está “muy de acuerdo” que con la fidelización de los clientes a través de la entrega de bienes muebles a título gratuito contribuyen que los productos sean vendidos a terceros posteriormente porque su objeto es de fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad Pucallpa, asimismo un 1.97% de los participantes no supieron responder al respecto.

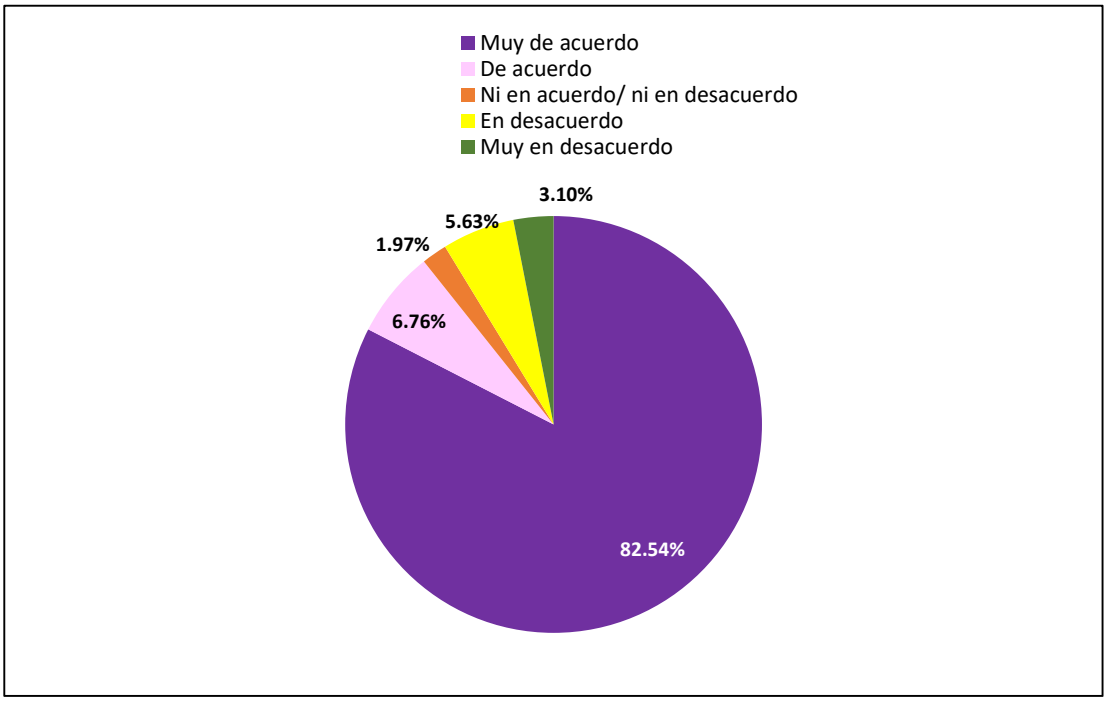


Figura N° 8: Fidelización con los Clientes - II

5.9. INDICADOR:

"IMPUESTO A LA RENTA"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo que los Tratamientos tributarios del Impuesto a la Renta de los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 9: Impuesto a la Renta - I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	27	7.61	7.61%
De acuerdo	289	81.41	89.02%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	18	5.07	94.09%
En desacuerdo	15	4.22	98.31%
Muy en desacuerdo	6	1.69	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 27 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 7.61% del total.
- 289 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 81.41% del total.
- 18 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 5.07% del total.
- 15 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 4.22% del total.
- 6 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.69% del total.

Un 81.41% está “muy de acuerdo” que los tratamientos tributarios del Impuesto a la Renta de los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 5.07% de los participantes no supieron responder al respecto.

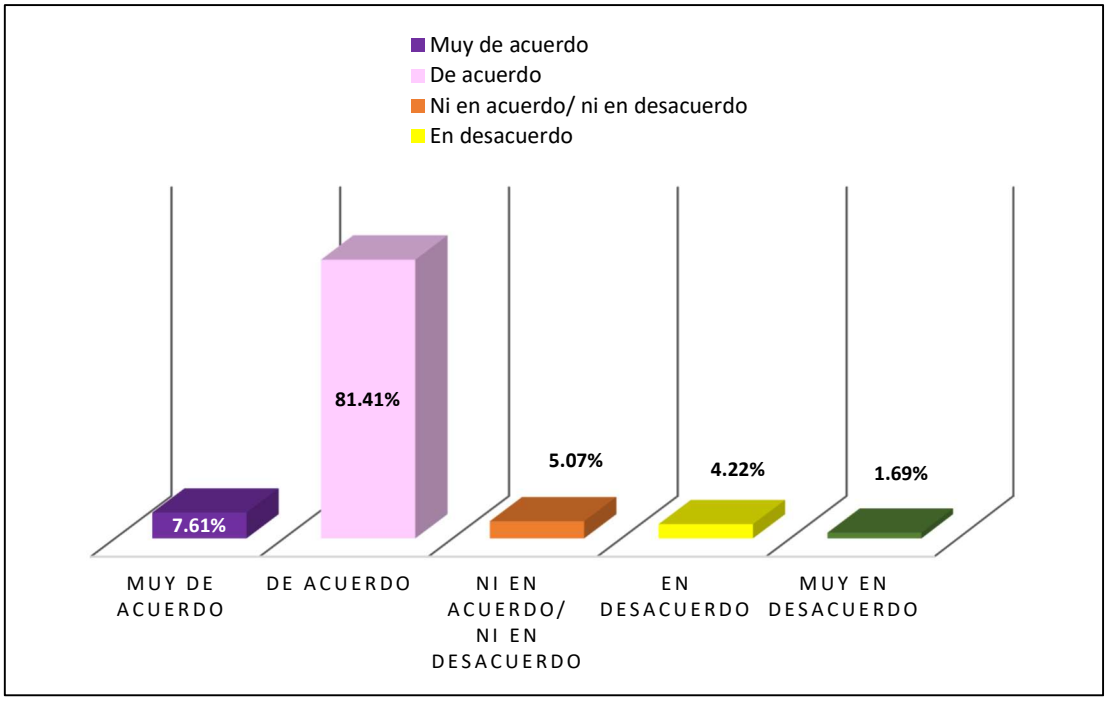


Figura N° 9: Impuesto a la Renta - I

5.10. INDICADOR:

"IMPUESTO A LA RENTA"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo que el tratamiento tributario del Impuesto a la Renta respecto a los gastos promocionales por la entrega de bienes tiene como propósito acostumbrar al consumo de una marca en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 10: Impuesto a la Renta - II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	271	76.34	76.34%
De acuerdo	35	9.86	86.20%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	20	5.63	91.83%
En desacuerdo	8	2.25	94.08%
Muy en desacuerdo	21	5.92	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 271 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 76.34% del total.
- 35 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 9.86% del total.
- 20 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 5.63% del total.
- 8 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 2.25% del total.
- 21 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 5.92% del total.

Un 76.34% está “muy de acuerdo” que el tratamiento tributario del Impuesto a la Renta respecto a los gastos promocionales por la entrega de bienes tiene como propósito acostumbrar al consumo de una marca en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 5.63% de los participantes no supieron responder al respecto.

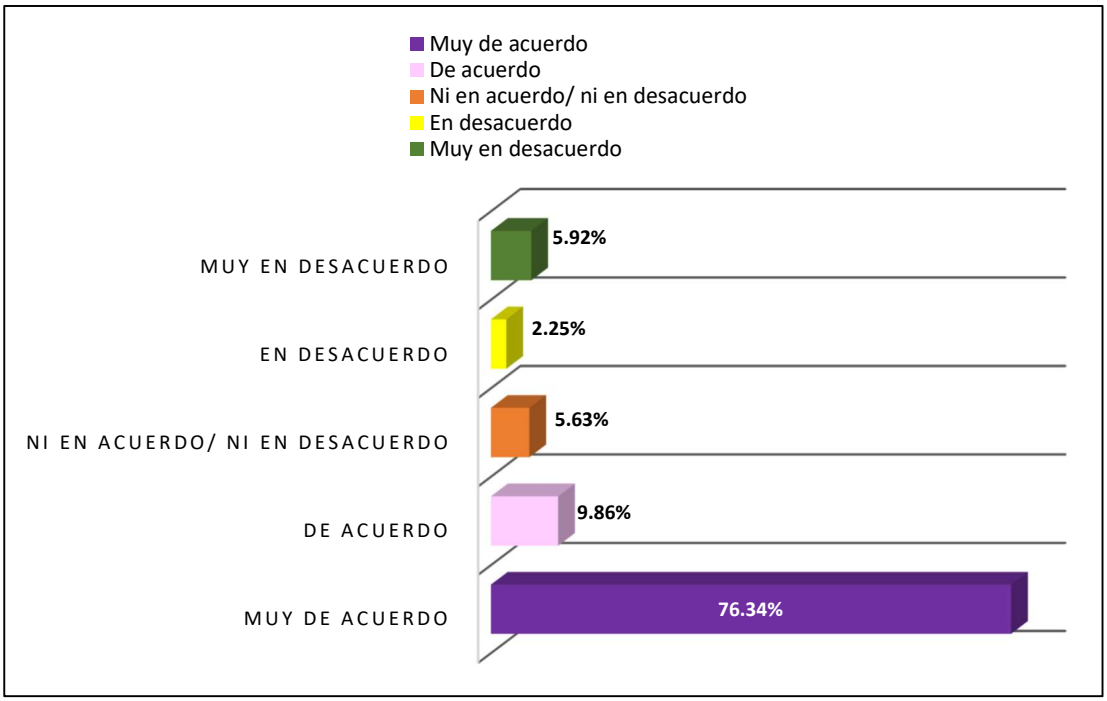


Figura N° 10: Impuesto a la Renta - II

5.11. INDICADOR:

"IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS"

Interrogante:

¿Está de acuerdo que el tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas incide significativamente en la transferencia de bienes muebles a título gratuito para el reconocimiento del crédito fiscal por los gastos promocionales en una empresa comercia de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 11: Impuesto General a las Ventas - I

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	42	11.83	11.83%
De acuerdo	286	80.56	92.39%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	7	1.97	94.36%
En desacuerdo	11	3.10	97.46%
Muy en desacuerdo	9	2.54	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 42 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 11.83% del total.
- 286 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 80.56% del total.
- 7 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 1.97% del total.
- 11 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.10% del total.

- 9 respondieron “muy en desacuerdo”, los cuales alcanzaron el 2.54% del total.

Un 80.56% está “muy de acuerdo” que el tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas incide significativamente en la transferencia de bienes muebles a título gratuito para el reconocimiento del crédito fiscal por los gastos promocionales en una empresa comercia de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 1.97% de los participantes no supieron responder al respecto.

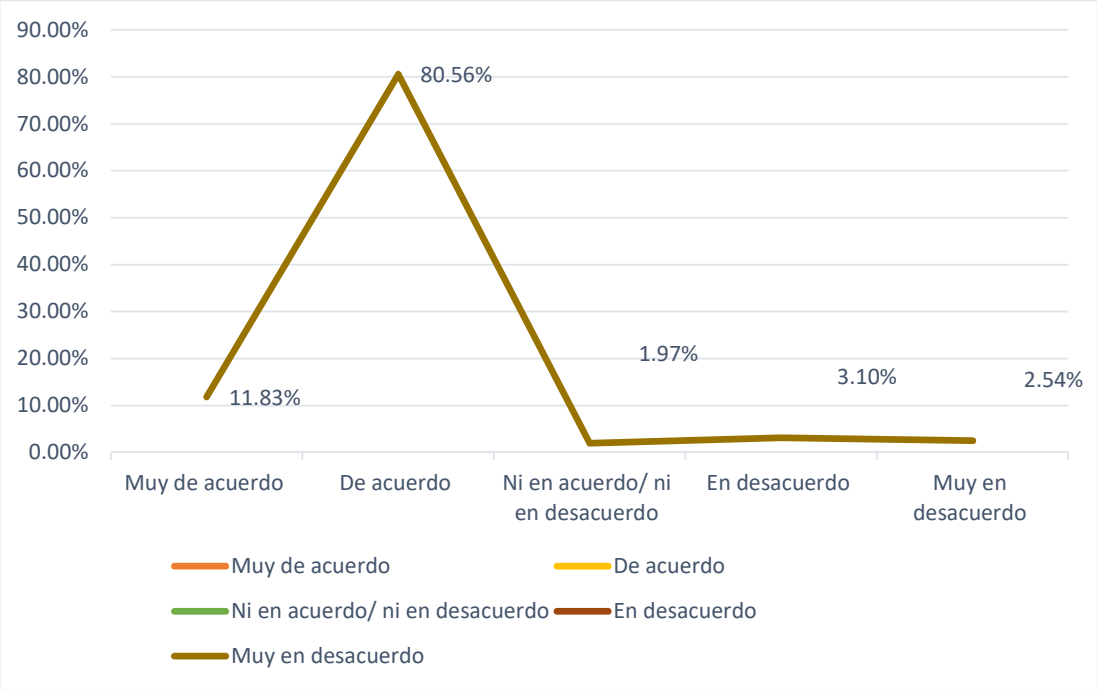


Figura N° 11: Impuesto General a las Ventas - I

5.12. INDICADOR:

"IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS"

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito con relación a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa*?*

Del total de 355 empresas comerciales encuestados, obtuvimos:

Tabla N° 12: Impuesto General a las Ventas - II

	Frecuencia	*Porcentaje*	*Porcentaje Acumulado*
Muy de acuerdo	275	77.47	77.74%
De acuerdo	48	13.52	90.99%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	14	3.94	94.93%
En desacuerdo	16	4.51	99.44%
Muy en desacuerdo	2	0.56	100%
Total	**355**	**100.00**	

Interpretación

- 275 respondieron "muy de acuerdo", los cuales alcanzaron el 77.47% del total.
- 48 respondieron "de acuerdo", los cuales alcanzaron el 13.52% del total.
- 14 respondieron "ni de acuerdo / ni en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 3.94% del total.
- 16 respondieron "en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 4.51% del total.
- 2 respondieron "muy en desacuerdo", los cuales alcanzaron el 0.56% del total.

Un 77.47% está “muy de acuerdo” que la transferencia de bienes muebles a título gratuito con relación a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, asimismo un 3.94% de los participantes no supieron responder al respecto.

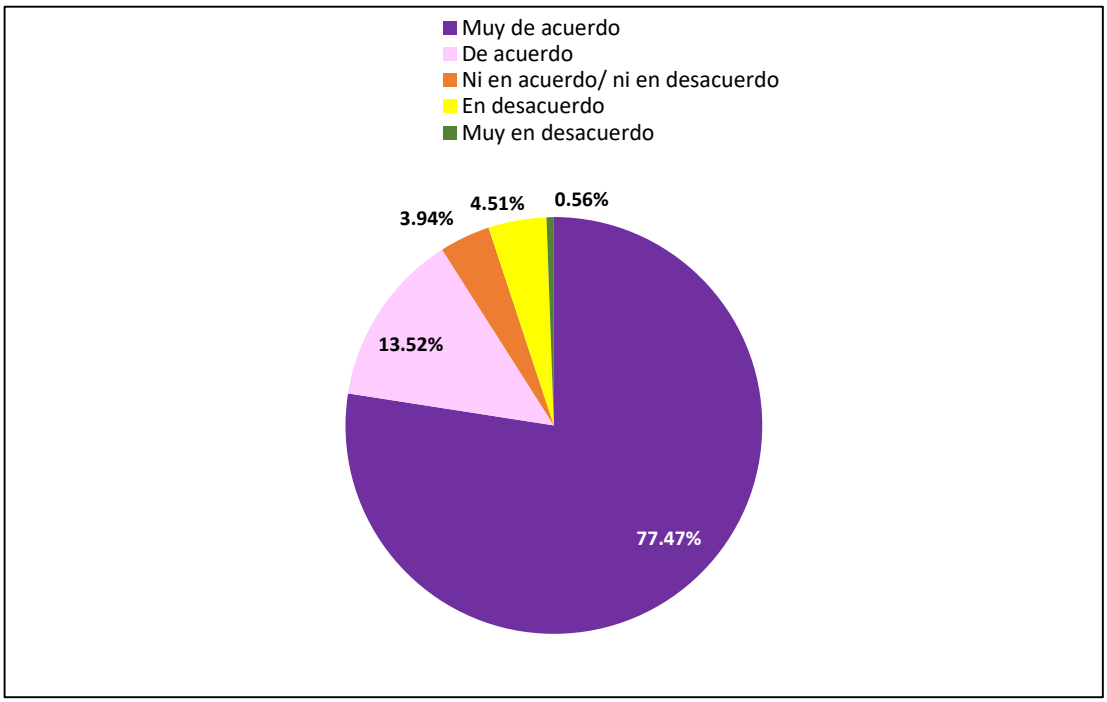


Figura N° 12: Impuesto General a las Ventas - II

5.13. PRUEBA DE HIPÓTESIS

VARIABLE N° 1

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
1.1	Fines Promocionales de los productos que serán vendidos	256	53	10	22	14
1.2	Los bienes muebles y la contribución a fidelizar a los clientes	54	270	15	9	7
	TOTALES	**310**	**323**	**25**	**31**	**21**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	310	323	25	31	21	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 715.7465$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 715.7465$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

VARIABLE N° 2

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
2.1	Gastos Promocionales por la entrega de bienes	38	277	24	11	5
2.2	Entrega de bienes a título gratuito y el consumo de una marca	290	49	3	5	8
	TOTALES	**328**	**326**	**27**	**16**	**13**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	328	326	27	16	13	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 804.1831$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 804.1831$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

VARIABLE N° 3

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
3.1	La transferencia de bienes muebles a título gratuito y su tratamiento	31	302	1	9	12
3.2	La transferencia de bienes muebles respecto a los gastos promocionales	282	39	12	5	17
	TOTALES	**313**	**341**	**13**	**14**	**29**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	313	341	13	14	29	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 807.2958$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 807.2958$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

VARIABLE N° 4

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
4.1	Las fidelizaciones de los clientes con la entrega de bienes muebles a título gratuito	16	315	9	11	4
4.2	La fidelización de los clientes a través de la entrega de bienes muebles.	293	24	7	20	11
	TOTALES	**309**	**339**	**16**	**31**	**15**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	309	339	16	31	15	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 781.8592$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 781.8592$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

VARIABLE N° 5

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
5.1	Los tratamientos tributarios del Impuesto a la Renta de los gastos promocionales	27	289	18	15	6
5.2	El tratamiento tributario del Impuesto a la Renta respecto a los gastos promocionales.	271	35	20	8	21
	TOTALES	**298**	**324**	**38**	**23**	**27**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	298	324	38	23	27	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 673.6761$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 673.6761$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

VARIABLE N° 6

	VARIABLES	ESCALA				
		1	2	3	4	5
		a	b	c	d	e
6.1	El tratamiento tributario del IGV y su incidencia en la transferencia de bienes muebles	42	286	7	11	9
6.2	La transferencia de bienes muebles a título gratuito con relación a los gastos promocionales	275	48	14	16	2
	TOTALES	**317**	**334**	**21**	**27**	**11**

H (1)						
Opc	a	b	c	d	e	**N**
Oi	317	334	21	27	11	**710**
Ei	142	142	142	142	142	**710**

CHI CUADRADA:

- **$X^2 = 792.3662$**
- Número de Filas (r) = 2
- Número de Columnas (C) = 5
- Probabilidad a = 0.05
- Grado de Libertad (gl) = 6

El valor crítico de la prueba, considerando 6 grados de libertad y la probabilidad a= 0.05 es de 12.592. Como **$X^2 = 792.3662$, $X^2 > 12.592$ se rechaza la hipótesis nula Ho.**

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza el Ho y se acepta la H1, a la probabilidad de 0.05, Hi>Ho.

5.14. RESULTADO DE LA PRUEBA DE LA HIPÓTESIS

Como investigación presentamos dos hipótesis; **SE RECHAZAN LAS HIPÓTESIS NULAS Y SE ACEPTAN LAS HIPÓTESIS ALTERNAS.**

HIPÓTESIS NULA (específica)

H_{O1}: Los bienes muebles no tiene relación directa con la incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, del departamento de Ucayali.

H_0: R ≠ 0 (No hay Correlación).

Por tanto, no existe una correlación entre ambas variables, aceptando la hipótesis nula y concluyendo que dichas variables no están relacionadas en la población de la que proviene la muestra.

HIPÓTESIS ALTERNA (específica).

H_{a1}: Los bienes muebles sí tiene relación directa con la incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, del departamento de Ucayali.

H_{a1}: R = 0 (Si hay Correlación) si hay relación

Por tanto, existe una correlación entre ambas variables, aceptando la hipótesis alterna y concluyendo que dichas variables si tienen relación en la población de la que proviene la muestra, rechazando la hipótesis nula.

CONCLUSIONES

1. Un 52.11% está “muy de acuerdo” que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros tiene como propósito fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa en el departamento de Ucayali, el 6.20% de los encuestados señalaron que están en “muy en desacuerdo” con lo mencionado anteriormente y solo un 3.94% de los participantes no supieron responder al respecto.

2. Un 78.03% está “de acuerdo” de que el gasto promocional por la entrega de bienes contribuye a acostumbrar al consumo de una marca que tiene efectos en el impuesto a la Renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, el 3.10% de los encuestados señalaron estar en “muy en desacuerdo” con lo mencionado anteriormente y solo un 1.41% de los participantes no supieron responder al respecto.

3. Un 85.07% están “de acuerdo” en que la transferencia de bienes muebles a título gratuito tiene un tratamiento tributario de los gastos promocionales que incide en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa, el 2.54% de los encuestados señalaron estar en “muy en desacuerdo” con lo mencionado anteriormente y solamente en 3.38% no supieron responder al respecto.

RECOMENDACIONES

1. Los bienes muebles entregados a título gratuito con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros deben ser utilizadas por los comercializadores con el propósito de fidelizar a los clientes y generar mayor competitividad en el mercado por las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa en el departamento de Ucayali.

2. Los gastos promocionales por la entrega de bienes a título gratuito que tiene como objeto acostumbrar al consumo de una marca deben ser efectuados por las comercializadores cumpliendo los requisitos establecidos por el Impuesto a la Renta de ser un gasto necesario basada en principio de causalidad de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa.

3. Los empresarios respecto a las transferencias de bienes muebles a título gratuito con fines promocionales que no son considerados como venta gravada con el Impuesto General a las Ventas deben tener en cuenta los parámetros del valor de mercado de la totalidad de los bienes no exceda al 1% de sus ingresos brutos con un límite máximo de 20UIT, a fin de no encontrarse gravado por acto de liberalidad en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa.

BIBLIOGRÁFIA

Alva Matteucci, M. (2 de setiembre de 2016). *¿Es conveniente renunciar a la exoneracion del IGV por la venta de bienes muebles?*

Obtenido de Blog de Mario Alva Matteucci: http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2016/09/02/es-conveniente-renunciar-a-la-exoneracion-del-igv-por-la-venta-de-bienes-muebles/.

Arias Parra, M. (20009). *Acciones posesorias de un usufructuario en contra de un tercero.* Universidad Tecnica Particular de Loja.

Ataliba, G. (1987). *Hipotesis de incidecnia tributaria .* Lima: Instituto Peruano de derecho tributario.

Bravo Cucci, J. (enero de 2003). *Reflexiones adicionales respecto a la configuracion del hecho imponible en la venta en el pais de bienes muebles.* Obtenido de Actualidad Empresarial.

Cordova Arce, A. (2006). *Aspecto Tecnicos del impuesto general a las ventas: necesidad de preservarlos.* Lima: Palestra.

Kotler, P. (2001). *Direccion de Mercadotecnia, ananlisis, planeacion, implementacion y control.* northwestern University.

Machicado, J. (agosto de 2013). *Apuntes juridicos*. Obtenido de Bienes,muebles e inmuebles: https://jorgemachicado.blogspot.pe/2013/08/bbb.html.

Plazas Vega, M. (1998). *El impuesto sobre el valor agregado IVA* . Obtenido de Actualidad Empresarial.

Robles Moreno, C. (2006). *Los principios constitucionales tributarios.* Lima: Pacifico editores.

Rodriguez Dueñas, C. (1999). *La imposicion al consumo en el Perú: analisis y perspectivas.* lima: Primer congreso onstitucional IFA-PERU.

Ruis de Castilla Ponde de Leon, F. J. (15 de enero de 2009). *ventas afectas al IGV*. Obtenido de actualidad empresarial.

SUNAT. (13 de noviembre de 2006). *informe n° 264-2006-SUNAT/2B0000*. Obtenido de Sunat.gob.pe: http://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2006/oficios/i2642006.htm.

SUNAT. (s.f.). *ARTICULO 3*. Obtenido de texto unico : http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/capitul1.htm.

ANEXOS

ANEXO N° 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: "LOS BIENES MUEBLES Y SU INCIDENCIA TRIBUTARIA EN UNA EMPRESA COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PUCALLPA-2016"

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	**OBJETIVO GENERAL**	**HIPÓTESIS GENERAL**	**VARIABLE INDEPENDIENTE: (X)** BIENES MUEBLES. **Indicadores:** **X1:** Fines Promocionales. **X2:** Gastos Promocionales. **X3:** Transferencia de bienes muebles. **VARIABLE DEPENDIENTE: (Y)** LEGISLACIÓN TRIBUTARIA. **Indicadores:** **Y1:** Fidelización con los clientes. **Y2:** Impuesto a la renta. **Y3:** Impuesto General a las Ventas.	1. **Tipo de Investigación** Correlacional Descriptiva. 2. **Nivel de Investigación** Descriptivo 3. **Método de Investigación** Analítico 4. **Diseño de la Investigación** No experimental 5. **Población** 4,752 empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa. 6. **Muestra** 355 empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa. 7. **Técnicas** Encuesta Entrevista Observación Análisis documental Análisis bibliográfico 8. **Instrumentos** Cuestionario. Documentales.
¿De qué manera los bienes muebles tendrán incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016?	Determinar de qué manera los bienes muebles tienen incidencia tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.	Los bienes muebles sí tienen incidencia significativa tributaria en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.		
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**	**HIPOTESIS ESPECÍFICAS**		
• ¿Cuál es el tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales para lograr una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?	• Analizar el tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales para lograr una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.	• El tratamiento tributario de la entrega de bienes con fines promocionales sí incide en el logro de una fidelización con los clientes en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.		
• ¿Cuál es el tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?	• Analizar el tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.	• El tratamiento tributario en la venta de bienes muebles de los gastos promocionales sí incide en el Impuesto a la Renta en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.		
• ¿Cuál es el tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa - 2016?	• Analizar el tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa 2016.	• El tratamiento tributario en la transferencia de bienes muebles a título gratuito sí incide en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa-2016.		

ANEXO N°2

INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CS. ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ENCUESTA A LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE PUCALLPA.

INSTRUCCIONES:

La presente encuesta, tiene como finalidad recabar información relacionada con la investigación titulada **"LOS BIENES MUEBLES Y SU INCIDENCIA TRIBUTARIA EN UNA EMPRESA COMERCIAL DE LA CIUDAD DE PUCALLPA-2016"**; al respecto, se le solicita que frente a las preguntas que a continuación se les presentan, marque con un aspa (X) en la alternativa que usted considera correcta. Se le agradece su participación:

FINES PROMOCIONALES

1. ¿Está de acuerdo que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros tiene como propósito fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

2. ¿Está de acuerdo que los bienes muebles con fines promocionales de los productos que serán vendidos posteriormente a terceros contribuyen a fidelizar a los clientes en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

GASTOS PROMOCIONALES

3. ¿Esta Ud. de acuerdo con los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca que tiene afectos en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

4. ¿Esta Ud. de acuerdo que los gastos promocionales por la entrega de bienes a título gratuito coadyuvan a acostumbrar al consumo de una marca que tiene efectos deducibles en el impuesto a la renta de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES

5. ¿Está de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito tiene un tratamiento tributario de los gastos promocionales que incide significativamente en el Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

6. ¿Está de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito respecto a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

FIDELIZACIÓN CON LOS CLIENTES

7. ¿Esta Ud. de acuerdo que las fidelizaciones de los clientes con la entrega de bienes muebles a título gratuito tienen como propósito que los productos serán vendidos a terceros posteriormente tienen fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

8. ¿Esta Ud. de acuerdo con la fidelización de los clientes a través de la entrega de bienes muebles a título gratuito contribuyen que los productos sean vendidos a terceros posteriormente porque su objeto es de fines promocionales en las empresas comerciales de la ciudad Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

IMPUESTO A LA RENTA

9. ¿Esta Ud. de acuerdo que los Tratamientos tributarios del Impuesto a la Renta de los gastos promocionales por la entrega de bienes contribuyen a acostumbrar al consumo de una marca de una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

10. ¿Esta Ud. de acuerdo que el tratamiento tributario del Impuesto a la Renta respecto a los gastos promocionales por la entrega de bienes tiene como propósito acostumbrar al consumo de una marca en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

11. ¿Está de acuerdo que el tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas incide significativamente en la transferencia de bienes muebles a título gratuito para el reconocimiento del crédito fiscal por los gastos promocionales en una empresa comercia de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

12. ¿Esta Ud. de acuerdo que la transferencia de bienes muebles a título gratuito con relación a los gastos promocionales tiene un tratamiento tributario del Impuesto General a las Ventas en una empresa comercial de la ciudad de Pucallpa?

MUY DE ACUERDO	( )
DE ACUERDO	( )
NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	( )
EN DESACUERDO	( )
MUY EN DESACUERDO	( )

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO N° 3

CASUÍSTICAS

CASUÍSTICA 1:

EN EL CASO QUE NO SE SUPERE EL 1% DE SUS INGRESOS BRUTOS PROMEDIOS MENSUALES DE LOS ULTIMOS DOCE MESES

La empresa denominada “Galletería del Sur SAC” se dedica a la fabricación y comercialización de galletas, caramelos y todo tipo de dulces.

Esta empresa desea promocionar un nuevo tipo de galleta que resulta una innovación en el mercado, por las combinaciones de colores y sabores, por ello decide entregar de manera gratuita un pequeño paquete de cuatro (4) galletas al público en general hasta por un monto equivalente a S/ 1,200.00.

La entrega se realizará en las puertas de las universidades públicas y privadas. Dicha entrega se ejecutará en el mes de marzo de 2016.

La empresa indica que esta entrega sea la única que realice en dichos meses y señala como dato que los ingresos que obtuvo en los últimos doce meses, incluyendo el mes de marzo de 2016 (S/ 190,000.00) ascienden a la suma de S/ 5’960,400.00.

Con esta información se desea conocer si con respecto a los bienes entregados de manera gratuita corresponderá afectar o no el Impuesto General a las Ventas como retiro de bienes.

SOLUCION

Al efectúa una revisión de la legislación del Impuesto General a las Ventas apreciamos que de conformidad con lo indicado por el literal c) del numeral 3 del artículo 2° del reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, se indica que no estará gravado con el IGV la entrega a título gratuito de bienes muebles,

prestación de servicios o contratos de construcción, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes, no exceda del 1% de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce meses, con un límite máximo de 20 Unidades Impositivas Tributarias – UIT.

Cabe precisar que en el caso que se exceda este límite, solo se encontrará gravado con el IGV dicho exceso, el mismo que será determinado en forma mensual, específicamente en el mes en que se produzca la salida de bienes de su almacén para ser entregados a terceros.

En el caso planteado se observa que la empresa “Galletería del Sur SAC” decide entregar de manera gratuita un pequeño paquete de cuatro (4) galletas al público en general hasta por un monto equivalente a S/ 1,200.00, lo cual califica como entrega de bienes bajo la figura de entrega de bienes con fines promocionales.

A efectos de verificar si ha excedido al límite procederemos a efectuar el siguiente calculo:

PRIMER PASO: La determinación del ingreso promedio mensual

Según la información proporcionada por la empresa “Galletería del Sur SAC”, el ingreso delos doce últimos meses ha sido de S/ 5’960,400.00.

Con el dato de los ingresos de los últimos doce meses, debemos calcular el ingreso bruto promedio mensual, lo que implica necesariamente dividir dicha cantidad entre 12. Operativamente seria de este modo S/ 5’960,400 / 12 = S/ 496,700.00.

SEGUNDO PASO: La determinación del monto límite de la entrega de los bienes

Límite 1 = 1% de los ingresos brutos promedios mensuales

Límite 1 = (1% de S/ 496,700.00) = S/ 4,967.00

Límite 2 = 20 UIT (20 x 4,050) = S/ 81,000

Como se aprecia, el monto de S/ 1,200 otorgado por concepto de entrega de bienes promocionales por parte de la empresa “Galletería del Sur SAC” a tercera persona no supera el límite 2 por el cual corresponde ahora verificar si es que supera el límite 1.

Aquí si se observa que el monto de la entrega de un pequeño paquete de cuatro (4) galletas al público, es de S/ 1,200, monto que es inferior al límite 1 que es S/ 4,967.00, situación que obliga a verificar que no existe un exceso afecto al IGV como retiro de bienes.

TERCER PASO: La verificación del exceso de limite sujeto a la afectación del IGV como retiro de bienes

En el caso planteado se aprecia que la entrega del paquete de galletas a terceras personas tampoco supera el límite establecido (específicamente el límite 2), por lo que la operación de entrega de bienes como promoción de ventas no se encontrará gravada con el Impuesto General a las Ventas.

CASUÍSTICA 2:

EN EL CASO QUE SE SUPERE EL 1% DE SUS INGRESOS BRUTOS PROMEDIOS MENSUALES DE LOS ULTIMOS DOCE MESES

La empresa denominada “Lápices SAC” se dedica a la fabricación y comercialización de lápices, lapiceros y colores, utilizados tanto en los colegios como las universidades que dictan carreras y cursos de arte y arquitectura.

Esta empresa desea promocionar un nuevo tipo de lápiz de colores que resulta una innovación en el mercado, para ello decide entregar de manera gratuita un pequeño paquete de seis (6) lápices de colores al público en general hasta por un monto equivalente a S/ 9,500.

La entrega se realizará en las puertas de los colegios de primaria y secundaria, al igual que en las universidades que dicten carreras y cursos de arte y arquitectura.

Dicha entrega se ejecutará en el mes de marzo de 2016.

La empresa indica que esta entrega será la única que realice en dicho mes y señala como dato que los ingresos que obtuvo en los últimos doce meses, incluyendo el mes de marzo de 2016 (S/ 185,000) ascienden a la suma de S/ 4’780,600.

Con esta información se desea conocer si con respecto a los bienes entregados de manera gratuita corresponderá afectar o no el Impuesto general a las Ventas como retiro de bienes.

SOLUCION

Al efectuar una revisión de la legislación del Impuesto General las Ventas apreciamos que de conformidad con lo indicado por el literal c) del numeral 3 del artículo 2° del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, se indica que no estará gravada con el IGV la entrega a título gratuito de bienes muebles, prestación de servicios o contratos de construcción, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes no exceda del 1% de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce meses, con un límite máximo de 20 Unidades impositivas Tributarias – UIT.

Cabe precisar que en el caso que se exceda este límite, solo se encontrará gravado con el IGV dicho exceso, el mismo que será determinado en forma mensual, específicamente en el mes en que se produzca la salida de bienes de su almacén para ser entregada a terceros.

En el caso planteado se observa que la empresa “Lápices SAC” decide entregar de manera gratuita un pequeño paquete de seis (6) lápices de colores al público en general hasta por un monto equivalente a S/ 9,500, lo cual califica como entrega de bienes bajo la figura de entrega de bienes con fines promocionales.

A efectos de verificar si ha excedido el límite procederemos efectuar el siguiente cálculo:

PRIMER PASO: La determinación del Ingreso promedio mensual

Según la información proporcionada por la empresa “Lápices SAC”, los ingresos de los doce últimos meses han sido de S/ 4’780,600.Con el dato de los ingresos de los últimos doce meses, debemos calcular el ingreso bruto promedio mensual, lo que implica necesariamente dividir dicha cantidad entre 12. Operativamente seria de este modo S/ 4’780,600 / 12 = S/ 398,383.33.

SEGUNDO PASO: La determinación del monto límite de la entrega de los bienes

Límite 1 = 1% de los ingresos brutos promedios mensuales.

Límite 1 = (1% de S/ 398,383.33) = S/ 3,983.33

Límite 2 = 20 UIT (20 x 4,050) = S/ 81,000

Como se aprecia, el monto de S/ 9,500 otorgado por concepto de entrega de bienes promocionales por parte de la empresa “Lápices SAC” a terceras personas no supera el límite 2, motivo por el cual corresponde ahora verificar si es que supera el límite 1.Aquí se observa que el monto de la entrega del paquete de seis (6) lápices de colores al público, es de S/ 9,500, monto que es superior al límite 1 que es S/ 3,983.33, situación que obliga a verificar la existencia de un exceso afecto al IGV como retito de bienes.

TERCER PASO: La verificación del exceso del límite sujeto a la afectación del IGV como retiro de bienes.

En el caso planteado se aprecia que la entrega del paquete de lápices a terceras personas supera el límite establecido (específicamente el límite 1), por lo que este exceso se encontrará gravado con el Impuesto General a las Ventas, tal como se muestra a continuación:

Determinación del importe de la entrega gravada

Valor de mercado de los bienes entregados S/ 9,500.00

Límite: 1% de los Ingresos Brutos Promedio (3,983.33)

Exceso del valor límite S/ 5,516.67

CUARTO PASO: Afectación tributaria del exceso con el IGV

Base imponible del exceso S/ 5,516.67

IGV (18% de S/ 5,516.67) **S/ 993.00**

SUMILLA DE JURISPRUDENCIA EMITIDA POR EL TRIBUNAL FISCAL

RTF N° 00287-1-2000

"En un caso similar de la misma recurrente este tribunal, ha dejado establecido que las entregas de cerveza efectuadas con fines promocionales por aquella no eran descuentos o bonificaciones otorgados con ocasión de una venta concreta, sino gastos deducibles para efecto del Impuesto a la Renta conforme al inciso a) del artículo 40° de la Ley de dicho impuesto, por lo que no constituían retiros gravados con el Impuesto General a las Ventas según lo dispuesto por el numeral 2 del inciso a) del artículo 3° de la ley del referido ultimo impuesto. Es de aplicación del Impuesto Selectivo al Consumo las normas referidas al Impuesto General a las Ventas contenidas en el Título I del mencionado dispositivo en el que se encontraba comprendido el mencionado artículo 3°, consta que las entregas de promociones de cerveza a sus distribuidores fueron efectuadas sin que hubiera realizado ventas a dichos distribuidores, procede dejar sin efecto el reparo formulado a las referidas promociones en virtud al criterio de este Tribunal antes expuesto".

RTF N° 1215-5-2002

"La entrega de bienes con fines promocionales, a que se refiere el segundo párrafo del numeral 3 del artículo 2° del Reglamento de la Ley del IGV, es la efectuada con la finalidad especifica de difundir las ventajas de los bienes o servicios de una línea de producción, comercialización o servicio de la empresa, esto es la efectuada como parte de acciones tendentes a incrementar las ventas ("promoción de venta") o motivar algún comportamiento en relación con alguno de los productos o servicios objeto de transacciones por parte de la empresa (esto es, actividades de "promoción estratégica", que por ejemplo pretenden

informar sobre un producto nuevo o existente, o destacar sus ventajas frente a los productos de la competencia), tanto si están dirigidas a los consumidores finales o a los eslabones intermedios de la cadena de distribución (concesionarios y distribuidores). Ello no ocurre en el caso de las acciones tendentes a proyectar una imagen genérica de la empresa, como ocurre con las actividades vinculados a la imagen de la empresa".

RTF N° 1253-4-2005

Las actividades de promoción de ventas a que alude el segundo párrafo del inciso c) del numeral 3) del artículo 2° del Reglamento de la Ley del IGV solo comprende las entregas gratuitas efectuadas con la finalidad especifica de difundir las ventajas de los bienes o prestación de servicios de la empresa, lo que solo se cumple en el caso de las entregas gratuitas efectuadas como parte de acciones tendentes a incrementar las ventas o motivar algún tipo de comportamiento en relación con algunos productos o servicios objeto de transacciones por parte de la empresa.

RTF N° 03146-1-2005

Se declara nula e insubsistente la apelada ya que del contrato de distribución suscrito por Castrol del Perú S.A. y la recurrente, así como de las cartas emitidas a esta última, no puede establecerse con claridad que la primera de dichas empresas haya trasladado en propiedad a la recurrente los bienes que tenían por finalidad promocionar su línea de producción. Se precisa que tal extremo no ha sido materia de evaluación al emitirse la apelada, debiéndose tener en cuenta que en el supuesto que la recurrente hubiese sido simplemente una intermediaria entre Castrol del Perú S.A. y los consumidores finales, estando obligado entregar los productos en promoción solo a los clientes que cumplieran con los

parámetros establecidos por dicha empresa como política de ventas, dándole cuenta sobre quienes fueron beneficiados con las entregas y los motivos de las mismas, no se estarían ante un retiro de bienes, por cuanto el reglamento de la Ley del Impuesto general a las Ventas exige que la transferencia además de ser gratuita, haya sido en propiedad. Se agrega que en el caso que los bienes hubiesen sido transferidos en propiedad a la recurrente, la Administración tenía que verificar el cumplimiento de lo previsto en el último párrafo del inciso c) del numeral 3 del artículo 2° del reglamento de la Ley del IGV, que dispone la inafectación de citado impuesto por la entrega a título gratuito de bienes que efectúen las empresas con la finalidad de promocional su línea de producción, comercialización o servicio, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes no exceda del medio por ciento de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce meses, con un límite máximo de cuatro UITs, resultando el exceso gravado con el citado impuesto de acuerdo con lo establecido por las RTF Nos. 6496-1-2003 y 4531-1-2003, entre otras

RTF N° 4231-4-2006

Las boletas de venta emitidas a nombre de los gerentes y representantes legales indicando que se trata de transferencias gratuitas, sin valor comercial o que contengan las frases “visita” u “obsequio”, no acreditan que los bienes hayan sido entregados como regalos a los clientes en visitas con fines promocionales. Para dicha acreditación no es suficiente el solo dicho del contribuyente ni la copia del informe emitido por su gerente comercial.

FTF N° 7445-3-2008

Para efectos del IGV, no se consideran como venta para efectos del IGV los retiros de bienes consistentes en la entrega gratuita de los mismos por promoción de ventas y/o servicios a los consumidores finales o intermedios (mayoristas, concesionarios y distribuidores), dirigida a informar respecto del rendimiento o beneficios del producto o servicio ofertado, es decir, que tenga por propósito incrementar la venta (promociones de venta) o generar un determinado comportamiento en relación del producto o del servicio objeto de las operaciones realizadas por la empresa (promociones estratégicas). Sin embargo, la inafectación no contiene las transferencias de bienes que propendan reflejar una imagen genérica de la empresa, que, en términos de la LIR, vendrían a ser los denominados “gastos de representación”.

RTF N° 11822-3-2009

Si bien la entrega gratuita de polos, casacas y gorros con logotipo puede constituir un medio publicitario, será gravada como retiro cuando su utilidad no quede agotada en la propia empresa, al haber sido entregados a sus clientes, el uso y consumo de dichos bienes.

RTF N° 20483-5-2011

En el caso de los retiros de bienes se deberá presentar otros medios probatorios, además de las facturas, que permitan demostrar la medida de promoción en relación a los productos, para que no se encuentren gravados como venta.

RTF N° 01623-1-2012

“Se declara infundida la apelación presentada en el extremo a los reparos del IGV cargado a las cuentas 64 – tributos y 74 – Descuentos, Rebajas y Bonificaciones al verificarse que recurrente, al no realizar operaciones no

gravadas, no le correspondía efectuar la determinación del crédito fiscal de acuerdo al procedimiento de prorrata previsto en el artículo 6° del Reglamento de la Ley del IGV, y asimismo, el retiro de bienes efectuado por a recurrente consistente en la entrega de promociones a sus clientes no se encuentra comprendida en alguna de las excepciones para no ser considerada venta. Se declara fundada la apelación contra la resolución denegatoria ficta y nulo los valores emitidos referidos a la determinación sobre base presunta, al verificarse que la Administración no precisó, ni indicó la normativa sustentatoria a efectos de determinar la deuda tributaria sobre base presunta".

1. INFORME EMITIDO POR LA SUNAT

INFORME N° 042-2004-SUNAT-2B0000

SUMILLA:

"La retención del Impuesto a la Renta por las rentas de quinta categoría que correspondan a la participación de los trabajadores en las utilidades, debe ser efectuada sobre el total de dichas participaciones en el plazo establecido para la presentación de la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta del ejercicio al que corresponden las utilidades a distribuir; no pudiendo efectuarse la misma sobre una base estimada.

Tratándose de la entrega gratuita de bienes con fines promocionales a consumidores finales, corresponde emitir boleta de venta o ticket o cinta emitidos por máquina registradora que no permite sustentar crédito fiscal, gastos o costos para efecto tributario, o crédito deducible. Si los sujetos que reciben dichos bienes son empresas, debe emitírseles facturas.

Tratándose de facturas emitidas por la entrega de bienes promocionales, estas deben contener, entre otros requisitos mínimos, como información no

necesariamente impresa, los apellidos y nombres, o la denominación o razón social del adquirente, así como el número de RUC de los mismos.

Respecto de las boletas de venta, los tickets o cintas expedidas por máquinas registradoras que se emiten por la entrega de dichos bienes, no constituye un requisito mínimo de consignar, a identificación de los sujetos a quienes se entregan los bienes en promoción; lo cual no significa que exista una prohibición para ello.

Aun cuando las normas del TUO de la Ley del IGV e ISC, el Reglamento de dicha Ley y el Reglamento de Comprobantes de Pago no han establecido un límite dentro del cual deben emitirse las notas de crédito, en los casos de anulación total o parcial de ventas de bienes, para efecto de sustentar el correspondiente ajuste del Impuesto Bruto y determinar el valor mensual de las operaciones, la emisión de las referidas notas de crédito debe efectuarse en el mes en que se produzcan dichas anulaciones y devoluciones.

Los comprobantes de pago recibidos oportunamente deben ser anotados en el mes en que las adquisiciones que respaldan se realicen, por lo que únicamente de puedan ejercer el derecho al crédito fiscal en el citado periodo; siendo irrelevante el hecho que las referidas adquisiciones sean canceladas con cheques o tarjetas de crédito.

En caso que en un mes determinado se exceda alguno de los límites establecidos para el uso del crédito fiscal respecto de los gastos de representación propios del giro o negocio, dicho exceso no generará derecho a crédito fiscal".

ANEXO N° 4

FOTOS





