



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**LOS TRIBUTOS Y SU IMPACTO EN LOS
RESULTADOS DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS
COMERCIALIZADORAS DE CERVEZA EN LA
CIUDAD DE PIURA, PERIODO 2016.**

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

AUTORA

BACH. KARINA LISETTE PEÑA SALDARRIAGA

ASESORA

MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA

PIURA – PERÚ

2017

**LOS TRIBUTOS Y SU IMPACTO EN LOS
RESULTADOS DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS
COMERCIALIZADORAS DE CERVEZA EN LA
CIUDAD DE PIURA, PERIODO 2016.**

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. Donald Errol Savitzky Mendoza
Presidente

Mgtr. Jannyna Reto Gómez
Secretaria

Dr. Víctor Manuel Landa Machero
Miembro

Mgtr. María Fany Martínez Ordinola
Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Mi asesora de tesis Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola, por su disponibilidad, paciencia y compromiso en apoyo de nuestras tesis.

DEDICATORIA

A mis padres, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

A mi esposo e hijo, por el apoyo incondicional de siempre y su invaluable aliento para la culminación de mi carrera.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. La investigación se ha desarrollado usando metodología de diseño no experimental, Transeccional, descriptivo, bibliográfico y documental. Aplicando la técnica de la encuesta - entrevista y como instrumento de recolección de datos el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas en estudio, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados ,que todas las empresas están obligadas a tributar ya que el 100% de los encuestados cumplen regularmente con sus obligaciones tributarias , y el 100% son supervisadas en la elaboración y declaración de los impuestos, al contar con especialistas en el área tributaria, por los mismos que el 100% han sido fiscalizados y supervisado por Sunat durante el último año, cabe recalcar que el 50% de empresas se han visto afectadas por las reformas de leyes tributarias del ISC, de las cuales el 100% se encuentra informado de las sanciones en caso de incumplir con las obligaciones tributarias.

Palabras Clave: Cerveza, tributos, resultados de gestión.

ABSTRACT

The main objective of the research was: To determine the taxes and their impact on the management results of beer companies in the city of Piura, in the period 2016. The research was developed using non-experimental, transectional, descriptive, bibliographic design methodology and documentary. Applying the survey technique interview and as a data collection instrument the pre-structured questionnaire with questions related to the research, which was applied to the owners, managers and / or legal representatives of the companies under study, of which Obtained the following results that all companies are obliged to tax since 100% of the respondents regularly meet their tax obligations, and 100% are supervised in the preparation and declaration of taxes, by having specialists in the tax area , For which 100% have been supervised and supervised by Sunat during the last year, it should be noted that 50% of companies have been affected by the reforms of ISC tax laws, of which 100% are informed Of the sanctions in case of breach of tax obligations.

Keywords: Beer, taxes, management results.

CONTENIDO

	Pág.
TITULO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE TABLA	ix
ÍNDICE DE CUADROS	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.1.1 Internacionales.....	5
2.1.2 Nacionales.....	9
2.1.3 Locales.....	17
2.2 Bases Teóricas.....	19
2.3 Marco Conceptual.....	24
III. METODOLOGÍA	47
3.1 Diseño de la investigación.....	47
3.2 Población y muestra.....	48
3.2.1 Población.....	48
3.2.2 Muestra.....	49
3.3 Técnicas e instrumentos.....	50
3.3.1 Técnicas.....	50
3.3.2 Instrumentos.....	50
3.4 Operacionalización de Variables.....	50
3.5 Matriz de consistencia lógica.....	55
3.6 Plan de análisis.....	56
3.7 Principios Éticos.....	56

IV. RESULTADOS	58
4.1 Resultados.....	58
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	58
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	64
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	75
4.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	86
4.2 Análisis de resultados.....	97
4.2.1 Respecto al objetivo específico 1.....	97
4.2.2 Respecto al objetivo específico 2.....	98
4.2.3 Respecto al objetivo específico 3.....	100
4.2.4 Respecto al objetivo específico 4.....	103
V. CONCLUSIONES.	
5.1 Respecto al objetivo específico 1.....	106
5.2 Respecto al objetivo específico 2.....	107
5.3 Respecto al objetivo específico 3.....	108
5.4 Respecto al objetivo específico 4.....	109
VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	
6.1 Referencias bibliográficas.....	110
6.2 Anexos.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: De la edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	58
Tabla 2: Del sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	59
Tabla 3: Del grado de instrucción de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	60
Tabla 4: De la profesión de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.	61
Tabla 5: ¿qué cargo que ocupa en la empresa?	62
Tabla 6: ¿Tiempo que desempeña la actividad?	63
Tabla 7: ¿Tiempo de la empresa en la actividad comercial?	64
Tabla 8: ¿cuál es la constitución legal de la empresa?	65
Tabla 9: ¿Estado de la empresa?	66
Tabla 10: ¿Tipo de comprobante de pago emite la empresa?	67
Tabla 11: ¿cuantas personas trabajan en su empresa?	68
Tabla 12: ¿Llevan un Control contable?	69
Tabla 13: ¿Tipo de Capital?	70
Tabla 14: ¿Cuántos establecimientos tiene su empresa incluyendo éste?	71
Tabla 15: ¿Propiedad del local comercial?	72
Tabla 16: ¿Tipo de licencia?	73
Tabla 17: ¿Cómo considera a su empresa en su localidad?	74
Tabla 18: ¿A qué Régimen tributario pertenece?	75
Tabla 19: ¿Dispone y mantiene actualizado los permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales?	76
Tabla 20: ¿Qué rubros conforman sus ingresos percibidos durante el ejercicio gravable?	77
Tabla 21: ¿Emite comprobantes de pago por toda venta?	78
Tabla 22: ¿A qué tributos se encuentra afectos su empresa?	79
Tabla 23: ¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?	80

Tabla 24: ¿La elaboración y declaración de los impuestos selectivo al consumo e IGV son correctamente supervisadas?	81
Tabla 25: ¿Cuenta la empresa con un especialista en el área tributaria?	82
Tabla 26: ¿Ha sido fiscalizado y supervisado por SUNAT durante el último año?	83
Tabla 27: ¿Se ha visto afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC?	84
Tabla28: ¿Existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias del ISC e IGV?	85
Tabla 29: Opinión de la tasa del impuesto a la renta	86
Tabla 30: ¿Métodos del cálculo del pago a cuenta mensual?	87
Tabla 31: ¿Existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV y Renta?	88
Tabla 32: ¿La empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada?	89
Tabla 33: ¿Se encuentra informado de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias?	90
Tabla 34: ¿Se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias?	91
Tabla 35: ¿Mantiene actualizados sus Estados Financieros?	92
Tabla36: ¿Considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiara de manera positiva al control y pago de sus tributos?	93
Tabla 37: ¿Enfrenta actualmente procesos Administrativos o Judiciales por cobro o falta de pago de tributos?	94
Tabla 38: ¿La empresa efectúa correctamente la tasa del ISC y Percepciones por cada venta realizada?	95
Tabla 39: Resultados de gestión en el año 2016	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Representación porcentual de la edad de los propietarios, gerente y/o representantes legales.	58
Gráfico 2: Representación porcentual del sexo de los propietarios, gerente y/o representantes legales.	59
Gráfico 3: Representación porcentual del grado de instrucción de los propietarios, gerente y/o representantes legales.	60
Gráfico 4: Representación porcentual de la profesión de los propietarios, gerente y/o representantes legales.	61
Gráfico 5: Representación porcentual del cargo que ocupa en la empresa de los propietarios, gerente y/o representantes legales.	62
Gráfico 6: Representación porcentual del tiempo que desempeña la actividad los propietarios, gerente y/o representantes legales.	63
Gráfico 7: Representación porcentual del tiempo que desempeña la actividad los propietarios, gerente y/o representantes legales.	64
Gráfico 8: Representación porcentual de la constitución legal de la empresa	65
Gráfico 9: Representación porcentual del Estado de la empresa.	66
Gráfico 10: Representación porcentual del Tipo de comprobante de pago que emite la empresa.	67
Gráfico 11: Representación porcentual de cuantas personas trabajan en la empresa	68
Gráfico 12: Representación porcentual lleva un control contable.	69
Gráfico 13: Representación porcentual del tipo de Capital.	70
Gráfico 14: Representación porcentual de cuantos establecimientos tiene su empresa incluyendo este. Representación porcentual del tipo de licencia.	71
Gráfico 15: Representación porcentual de la propiedad del local comercial.	72
Gráfico 16: Representación porcentual del tipo de licencia.	73
Gráfico 17: Representación porcentual de como considera a su empresa en su localidad.	74
Gráfico 18: Representación porcentual a que régimen tributario pertenece	75
Gráfico 19: Representación porcentual permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales.	76

Gráfico 20: Representación porcentual de rubro ingreso percibidos durante el ejercicio.	77
Gráfico 21: Representación porcentual de emisión de comprobante de pago toda venta.	78
Gráfico 22: Representación porcentual de que tributos se encuentra afectos su empresa.	79
Gráfico 23: Representación porcentual cumple las obligaciones tributarias	80
Gráfico 24: Representación porcentual de la elaboración y declaración de los ISC E IGV son correctamente supervisadas.	81
Gráfico 25: Representación porcentual si la empresa cuenta con u especialista en el área tributaria.	82
Gráfico 26: Representación porcentual si ha sido fiscalizado por SUNAT durante el último año.	83
Gráfico 27: Representación porcentual afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC.	84
Gráfico 28: Representación porcentual si existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de ISC e IGV.	85
Gráfico 29: Representación porcentual de la opinión de la tasa del impuesto a la renta.	86
Gráfico 30: Representación porcentual de métodos de los cálculos del pago a cuenta mensuales.	87
Gráfico 31: Representación porcentual si existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV, Renta.	88
Gráfico 32: Representación porcentual si la empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada.	89
Gráfico 33: Representación porcentual se encuentra informada de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias.	90
Gráfico 34: Representación porcentual se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias.	91
Gráfico 35: Representación porcentual mantienen actualizados sus estados financieros.	92

Grafico 36: Representación porcentual considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiaria de manera positiva al control y pago de sus tributos.	93
Grafico37: Representación porcentual enfrenta actualmente procesos administrativos o judiciales por cobro o falta de pago de tributos.	94
Grafico 38: Representación porcentual si la empresa efectúa correctamente la tasa del ISC y Percepciones por cada venta realizada	95
Grafico 39: Representación porcentual de los resultados de gestión año 2016	96

I. INTRODUCCIÓN

La cerveza es una bebida alcohólica que es elaborada con productos naturales y su fermentación es producida mediante los azúcares propios de la cerveza. La cerveza hoy en día está surgiendo dentro del mercado, Este tipo de bebida está dedicado a las personas mayores de edad según la ley estipule como es el caso de Perú la ley de prohibiciones y sanciones según el artículo Prohibición de venta de bebidas alcohólicas a menores de edad, que estipula que se prohíbe el expendio de bebidas alcohólicas a menores de edad. La violación de esta disposición será sancionada con la clausura del local hasta por tres días. En caso se reincidente, la sanción consistirá en la clausura definitiva del local y la pérdida de la Licencia Única de Funcionamiento y/o Patente Municipal según sea el caso. La actividad de Distribuir la cervezas, es una actividad mercantil de venta de cervezas al por mayor y menor esta tiene características generales y económicas financieras especiales que la diferencian de otras actividades comerciales. Distribuidoras y comercializadoras de cervezas: Sociedad mercantil (persona jurídica) titular de las instalaciones de distribución que son utilizadas por los comercializadores o Consumidores Directos en Mercado para hacer llevar las cervezas al punto de suministro del consumidor final.

Actualmente en el mercado peruano está surgiendo la cerveza como un nuevo producto el cual está teniendo una gran aceptación en el mercado.

La Sociedad de Comercio Exterior (ComexPerú) informó que el Perú se encuentra entre los 10 primeros países del mundo cuya cerveza tiene las mayores cargas tributarias y de lo que recaudó la Sunat por concepto del Impuesto Selectivo al

Consumo (ISC) en el 2013, el 47% corresponde solo al impuesto aplicado a las cervezas (S/. 1,901 millones). **(Diario Gestión 2014).**

El Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) a las bebidas alcohólicas, no permite que los precios se reduzcan ya que grava el producto con un monto fijo, a menos que las empresas decidan reducir sus ganancias. Un análisis del primer año del cambio del (ISC) a las bebidas alcohólicas, se demuestra que se ha eliminado la competencia por precios y que hay productos que ya salieron del mercado. **(Diario Gestión 2014).**

En el Perú las cervezas se venden en botellas de 650 mililitros, es decir deben pagar como mínimo S/. 0.88 de ISC. Esta medida específica es reducir el incentivo a consumir, principalmente en los grupos más vulnerables que tenderían a ir a productos más baratos”, precisó Segura.

Si bien el ministro señaló que los cambios en el ISC no se sustentan exclusivamente en objetivos recaudatorios, según la Memoria Anual de Backus del 2013, esta empresa destinó S/. 1,735 millones por el pago del ISC por la venta de sus productos, superando a los S/. 606 millones que abonó por Impuesto General a las Ventas (IGV). **(Diario Gestión 2014).**

El precio venta al público sugerido por el productor o el importador incluye todos los tributos que afectan la importación, producción y venta de dichos bienes, inclusive el Impuesto Selectivo al Consumo y el Impuesto General a las Ventas.

El Régimen de Percepciones del IGV a la venta interna de bienes es aplicable a las operaciones de venta gravadas con el IGV, respecto de los bienes señalados en el Apéndice 1 de la Ley N° 29173 y normas modificatorias.

Por lo anteriormente explicado la investigación se formula a través del siguiente enunciado: ¿Cuáles son los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016?

Objetivo general: Determinar los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Objetivos específicos:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.
2. Describir las principales características de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.
3. Describir los tributos de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.
4. Describir el impacto de los tributos en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Finalmente la investigación se justifica.

Desde el punto de vista teórico

Esta investigación Se justifica porque en la actualidad el sector comercio está abarcando muchos aspectos relacionados a la tributación. Actualmente la cerveza está surgiendo en el mercado peruano y está teniendo una gran aceptación. así mismo

la cerveza está teniendo la mayores cargas tributarias , es por tal motivo realizar un estudio sobre aspectos tributarios y contables .

Desde el punto de vista práctico:

Se justifica con la finalidad de dar a conocer la utilidad y el correcto tratamiento tributario en el sector comercio; Por lo tanto la presente investigación aportará nueva información acerca de los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, que servirá como antecedente para otros estudios posteriores a realizarse en distintos ámbitos geográficos por los estudiantes de Contabilidad de nuestra Universidad. Por otro lado la presente investigación será de mucha utilidad para informar a los empresarios que funcionan en el Sector Comercial- Rubro ventas; sobre los tributos relacionados a la cerveza y su tratamientos contable.

Desde el punto de vista metodológico

la investigación se complementó de acuerdo a lo regulado en el título II de la Ley del Impuesto General a las Ventas, específicamente en los artículos 50° al 67° y en los artículos 12° al 14° del Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas. Que servirá para ampliar nuestros conocimientos y métodos de estudios, y así crear un proceso a seguir.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Vera (2014). en su investigación *“El incremento de las tarifas del Impuesto de Consumo Especial a la Cerveza permitió aumentar la recaudación tributaria aportando mayores ingresos a la conformación del Presupuesto General del Estado durante el período 2010 – 2012”*; se comprueba, pues la tarifa del ICE a la cerveza creció en un 4%, al pasar de 5.80 a 6.08 dólares por litro de alcohol entre el 2011 al 2012; lo que a su vez provocó un incremento en la recaudación tributaria del ICE a la cerveza; al aumentar en el 2011 de 135.0 a 152.4 millones de dólares al 2012. Este crecimiento recaudatorio permitió, aunque de manera marginal, aumentar los ingresos del Presupuesto General del Estado, que evolucionaron de 14.426 a 18.082 millones de dólares. Las cifras mencionadas corroboran la creciente recaudación tributaria del Impuesto al Consumo Especial global y el incremento de las tarifas específicas del ICE a la cerveza, dándole a la cerveza la característica de ser un bien de consumo masivo, cuya producción y comercialización dentro de la economía se mantiene estable.

Zapata (2012) en su tesis titulada *“Una estimación de la adulteración y la falsificación de bebidas alcohólicas en Colombia”* indicó que , Colombia frente a otros países de la región cuenta con tarifas impositivas altas a las bebidas alcohólicas. En efecto, cerca del 40% del precio final de venta de aguardiente o del ron corresponde a impuestos, el 30% de la cerveza y el 14% el de vinos. Este nivel es más alto que el promedio de esta muestra de más de 80 países, aunque las diferencias por tipo de bebidas alcohólicas son muy altas entre países; por ejemplo Colombia cobra impuestos altos en cerveza y licores importados y más bajos frente al promedio en vinos. Hay que tener presente que la venta de cualquier tipo de licores siempre ha sido un negocio muy lucrativo y en donde la presión fiscal siempre ha sido alta. Hay que tener presente que la venta de cualquier tipo de licores siempre ha sido un negocio muy lucrativo y en donde la presión fiscal siempre ha sido alta. Así, un adulterador de licores, al vender su producto sin pagar impuestos se apropia de estos recursos, siempre y cuando venda su producto a precios similares a los del original. Inclusive si vende sus productos a precios inferiores a los de las bebidas alcohólicas originales

Aparicio (2014) en su tesis Doctoral titulada *“Consumo y fiscalidad de bebidas alcohólicas en España”* concluyó que Los impuestos especiales en España en comparación con los de los países miembros de la Unión Europea son bastante más bajos, y que la cerveza se grava veinte veces menos que las bebidas derivadas aunque su consumo sea mucho mayor. En este sentido parece razonable un posible aumento de los tipos impositivos que gravan las bebidas alcohólicas con fines recaudatorios. La cerveza es una bebida alcohólica que ya era objeto de un impuesto especial

específico en la normativa española antes de la armonización comunitaria de los impuestos sobre el alcohol y las bebidas alcohólicas, si bien ha sido preciso introducir algunas modificaciones para adecuarse totalmente al marco comunitario. Desde el 1 de enero de 1993 han dejado de estar incluidos en el ámbito objetivo del Impuesto sobre la Cerveza los productos que se comercializan como cerveza sin alcohol y que tengan un grado alcohólico volumétrico adquirido no superior a 0,5 por 100 vol.

Carrera (2012). en su tesis titulada *“La doble tributación en la ley del impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas”* precisó que se puede establecer de forma sencilla que la distribución es un procedimiento lógico y necesario que se encuentra inmersa en cualquier traslación de dominio de un bien denominado venta, Partiendo de esta hipótesis encontramos el principal supuesto de la existencia de una Doble Tributación en La Ley del Impuesto sobre la Distribución de Bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas. En el supuesto de que el producto no se distribuya, se venda en las bodegas de almacenamiento, no se cumple con el supuesto de distribución de bebidas alcohólicas pero si con el de la salida del producto de las bodegas de almacenamiento, existe el hecho generador de la salida del producto pero no para su distribución, es por ello que establezco y recalco que no solo se debe tomar en cuenta la salida del producto de las bodegas, si no en forma conjunta y la salida del producto para la distribución el fin es para que se realice un traslado de dominio a título oneroso el cual es la venta.

Establezco en principio que la Ley del Impuesto al Valor agregado y La Ley del Impuesto sobre la Distribución de Bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas tienen un mismo hecho generador partiendo de la premisa de que todo acto para que se realice la venta incluye la distribución, y este hecho se encuentra implícita en la transferencia de dominio a que se refiere el artículo de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

El ILA es un impuesto indirecto que grava la venta y la importación de bebidas alcohólicas. Debe ser pagado por el vendedor o, en el caso de las importaciones, por el importador. El ILA toma la forma de un impuesto ad valorem. La base impositiva es la misma que para el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Mellado (2015) en su tesis titulada “*Análisis al nuevo impuesto a los alcoholes*”, concluyó que la reforma tributaria del gobierno de la presidenta Michelle Bachelet aplicará una serie de alzas en los impuestos con el fin de aumentar la recaudación tributaria y velar por la equidad tributaria entre las personas. También modifica impuestos cuyo fin es regular un mercado y disminuir las consecuencias dañinas del consumo excesivo de ciertos bienes. Tal es el caso de las bebidas alcohólicas, que generan externalidades negativas en crimen, salud, accidentes vehiculares, productividad y gasto público. Tras una extensa discusión política, las tasas del impuesto que gravan el consumo de bebidas alcohólicas fueron subidas, aunque menos que en la propuesta inicial, lo cual generará alzas en los precios. Para el análisis del efecto que tendrá esta nueva estructura de tasas impositivas es necesario tener en cuenta la elasticidad precio de la demanda por bebidas alcohólicas.

Revisando estudios que estiman la elasticidad precio de las bebidas alcohólicas, se encontró una elasticidad promedio de -0,5 para las bebidas alcohólicas en su conjunto, lo que nos dice que la demanda por alcohol es relativamente inelástica. También se encuentran elasticidades específicas para cerveza, vino y destilados, así como elasticidades cruzadas entre estas tres. Del mismo modo, se debe tener en cuenta la elasticidad precio de la oferta, pues si ésta fuese perfectamente inelástica, el aumento de tasas no tendría efecto alguno sobre el consumo.

Al no encontrar estimaciones para esta elasticidad, se procedió a realizar una parametrización de ésta para analizar los posibles efectos de las nuevas tasas. Finalmente, se realiza una estimación del impacto que tendría este impuesto sobre las externalidades negativas del consumo excesivo y los daños que el consumidor se hace a sí mismo. Por lo tanto, se concluye que aun con un impuesto del tipo ad valorem, el consumo podría caer de forma importante, reduciendo externalidades negativas del consumo excesivo.

Nacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Diario Gestión (2016) En su publicación *"Incrementan impuesto a cervezas, vinos y licores"* informó que el Ejecutivo incrementó el monto del Impuesto Selectivo al Consumo que gravará a las cervezas y licores, y modificó su sistema de recaudación

a uno mixto (que incluye los tres sistemas existentes en la ley de manera conjunta). Por ejemplo, en el caso de la cerveza se aplicará un impuesto de S/. 1.35 por litro (sistema específico) si tiene un grado alcohólico entre 0° hasta 6°.

Sin embargo, si el precio de la cerveza se incrementa se aplicará la tasa de 30% sobre el valor de venta al público (sistema de valor de venta al público), explicó el tributarista Walker Villanueva.

Así, comentó Villanueva, con la implementación del sistema mixto, en cualquier caso, se pagará el ISC que represente un mayor ingreso al fisco.

Antes de la modificación del ISC en el caso de la cerveza se aplicaba una tasa de 28% (en el sistema al valor de venta al público) y ahora será de 30%. Al respecto, el tributarista Luis Arias Minaya comentó que si bien existe un ligero crecimiento en el porcentaje del ISC, no tendrá un impacto en los precios al consumidor. Será menor al 1% o incluso ninguno, estimó. De otro lado, consideró como positiva la modificación (al sistema mixto) ya que se empezará a gravar a las bebidas alcohólicas de acuerdo a su grado alcohólico, como ya sucede en otros países como Estados Unidos, la Unión Europea, entre otros.

Diario Gestión (2014). *“Sector licores cae entre cinco y diez puntos durante 2014”*

El sector licores ha presentado este año una desceleración general como resultado del incremento del impuesto selectivo al consumo implantado en mayo del 2013, señaló el presidente del gremio, Salvador López Cano.

“El impacto del impuesto ha provocado alzas de precios que van del 4% hasta los 10%, 15% y 20% en distintos productos, sobre todo en los económicos, afectando a los niveles más bajos de la sociedad”, señaló el directivo.

Como rubro licores, señaló que la desaceleración va desde los 5 hasta los 10 puntos, según los distintos tipos de productos.

“Es importante destacar que la caída se da en el sector formal, mientras que el alza de precio ha fomentado el incremento del mercado informal, el contrabando y la falsificación de productos, que en sólo un año ha crecido en 3 puntos, pasando del 30% al 33% del mercado,” explica López Cano.

El directivo gremial afirma que las empresas se han unido en un pedido al gobierno para regresar a la situación previa a la aplicación del impuesto, que planteaba un escenario de fortalecimiento del mercado y fomentaba la inversión.

Expo Drinks & Deli Food

Otra iniciativa del sector, con el apoyo de la CCL, es el desarrollo de actividades que fomenten la educación sobre la categoría licores. En este sentido se ha desarrollado el Expo Drinks & Deli Food, considerado el evento gourmet más importante del año, que reunirá a todos los empresarios del gremio para dar a conocer la calidad de sus productos fomentando el consumo responsable.

El evento contará con una zona de vino, pisco, cerveza y bebidas espirituosas, zona de alimentos, zona de alta gama y una zona de espectáculos.

Ramírez (2014) En su tesis titulada “*Fabricación de bebidas cerveza*” sustentó que la cerveza, Además de ser una buena fuente generadora de empleo se encuentra sujeta a tres tipos de impuesto, que son el Impuesto General a las Ventas (IGV) de 16% sobre el valor de venta, el Impuesto de Promoción Municipal (IPM) de 2%, y el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC).

En la industria peruana de cervezas el Gobierno interviene mediante la adopción de un Impuesto Selectivo al Consumo el que es manejado de acuerdo a los requerimientos de recaudación fiscal del Estado. El crecimiento del sector cervecero está altamente correlacionado con el comportamiento del PBI global y es muy sensible a la evolución de la capacidad adquisitiva de la población (efecto cíclico).

A mediano plazo, muestra perspectivas favorables sustentadas en el alto crecimiento poblacional, el alto porcentaje de población joven, la alta concentración de la población en zonas urbanas, el bajo consumo per cápita, etc. En la industria peruana de cervezas el Gobierno interviene mediante la adopción de un Impuesto Selectivo al Consumo el que es manejado de acuerdo a los requerimientos de recaudación fiscal del Estado, la cual representa aproximadamente el 57% del valor promedio ex planta.

Esto es percibido como un factor de Riesgo para la industria toda vez que encarece el La evolución de la economía nacional, tiene una gran repercusión en la industria cervecera y por lo tanto en las ventas del emisor. Debido a las características de los productos que comercializa Backus, un incremento significativo del volumen de ventas, entre otras cosas, depende en forma directa de una mejora en el poder adquisitivo de la población y del incremento de la actividad económica del país. Una de las principales trabas a la expansión del mercado cervecero está en la comercialización. No sólo por el tema de los envases sino también por los locales a exclusividad. Finalmente la actividad en el sector cervecero presentará un mercado dinamismo en el año que viene, no solo por los volúmenes de venta que se

registrarían sino por la fuerte inversión prevista y una mayor consolidación empresarial en industrias relacionadas.

Perú21 (2013) en su publicación “*Suben impuestos a cerveza y licores*”, El Ministerio de Economía decidió elevar el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) a la cerveza de 27.8% a 30%, A través de un decreto supremo, modificó la Ley del Impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto Selectivo al Consumo. En virtud a la norma, los licores son clasificados según su grado de alcohol, por lo que estarán sujetos alternativamente al cobro del ISC, según un monto fijo por litro o al valor según precio de venta al público. Cabe precisar que el impuesto a pagar será el que resulte mayor tras comparar el resultado obtenido de aplicar la tasa o monto fijo, informó RPP. En esa línea, bebidas como la cerveza, con un grado alcohólico de 0° a 6°, están sujetas alternativamente al cobro de un monto fijo de S/.1.35 por litro o a una tasa al valor según el precio de venta al público de 30%..Por último, las bebidas con un grado alcohólico superior a los 20° serán gravadas con un monto fijo de S/.3.40 por litro o a una tasa al valor de 25%.

RPP Noticias (2016) en su publicación “*Enfrentamiento cervecero*”. El proyecto de ley que modifica el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) a la cerveza, estableciendo un cobro fijo de 30% sobre el precio sugerido a la venta, aprobado por mayoría (siete votos a favor y una abstención) ayer en la Comisión de Defensa del Consumidor del Congreso, podría ser debatido en el Pleno el jueves 5 de mayo, estimó el congresista Luis Galarreta.

Actualmente se aplica un régimen mixto para el cálculo del ISC, es decir se cobra un monto fijo de S/ 1.25 por litro o 30% del precio sugerido a la venta, cualquiera sea el

más alto. El proyecto de ley busca eliminar este sistema mixto, y no será aplicable a los productores que no superen los 40 000 hectolitros por año, en cuyo caso estarían afectos las cervecerías artesanales peruanas.

"Estamos buscando las siete firmas de los congresistas que ayer votaron a favor para elevar el dictamen a la Junta de Portavoces", dijo. Agregó que como la iniciativa de su autoría hace más de un año está esperando ser dictaminada en la Comisión de Economía, y teniendo en cuenta de que el plazo reglamentario es de 30 días, pedirá la exclusión de ese paso para que así pueda ser discutido en el Pleno del Parlamento.

Respecto a lo señalado esta mañana en RPP, por el viceministro de Economía, Enzo Defilippi, quien advirtió que con la referida autógrafa de ley se reduciría la recaudación tributaria del Estado hasta en S/ 200 millones anuales, Galarreta dijo que el ISC no tiene como objeto cobrar impuestos sino disuadir el consumo de algo que no es positivo.

Defillippi comentó que los argumentos brindados para explicar la propuesta no son válidos pues carecen de estadísticas.

"Dicen: hacemos esto porque ha aumentado el consumo de alcohol de mala calidad, cero, ninguna estadística. Segundo argumento: con este mecanismo de cobro están fomentando la concentración del mercado, cero esto no funciona en ninguna parte del mundo, el impuesto no favorece a los grandes ni a los chiquitos", aseveró.

Andina (2016) en su publicación "*Cervecerías artesanales respaldan cambio a la cervezas*" la Unión de Cervecerías Artesanales del Perú afirmó que el sistema mixto del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) que se aplica a la cerveza desde el 2013, no sólo provocó que se retiren del mercado cervezas de bajo costo, sino también un

mayor aumento en el consumo de bebidas alcohólicas ilegales, con lo cual el Estado ha terminado asumiendo lo que se denomina una mayor externalidad negativa.

Por tal razón, saludó que la Comisión de Defensa del Consumidor del Congreso de la República haya aprobado el proyecto de ley del reelecto parlamentario Luis Galarreta, que plantea eliminar el sistema mixto del ISC a la cerveza, manteniéndose el monto fijo de 30 por ciento sobre el valor de venta al público.

“Hemos tomado conocimiento de la aprobación del proyecto de ley que promueve condiciones tributarias equitativas para fomentar la competencia en el mercado de la cerveza en el Perú”, destacó la Unión de Cervecerías Artesanales en una carta firmada por su presidente, Diego Rodríguez Mondragón, y dirigida a cada uno de los congresistas. “Saludamos que desde el Congreso se estén dando normas que favorecen la libre competencia, eliminando sistemas tributarios que solo benefician una mayor concentración en el mercado cervecero nacional”, manifestó este gremio.

“Es cierto que el sistema mixto que se aplica en el Perú desde el 2013 ha llevado a que se retiren del mercado todas las cervezas de bajo costo que competían con la empresa líder en el mercado. Sin embargo, también lo es que ello no ha llevado a una reducción en el consumo de cerveza, sino a su incremento sostenido. Es más, según cifras de Euromonitor y una consultora nacional, desde que se aprobó la reforma en el 2013 el consumo de alcohol ilegal se incrementó”, advirtió. En consecuencia – precisó-, la modificación del sistema de aplicación del ISC a la cerveza ha llevado a un mayor consumo de este licor y, a la vez, de bebidas alcohólicas ilegales, con lo

cual el Estado ha terminado asumiendo mayor externalidad negativa, que es lo contrario a lo que se busca con el ISC.

Comercio (2016) en su publicación *“Cómex entra en la batalla por cambios a ISC a la cerveza”* El mercado de la cerveza vuelve a sacudirse. Cómex Perú consideró anti técnica e irresponsable la iniciativa surgida en el Congreso para que los productores de cerveza artesanales tengan un régimen especial para el pago del Impuesto Selectivo al Consumo, ISC, que se aplica a las cervezas.

El pretexto de fomentar la producción de cervezas artesanales, se quiere crear un régimen tributario especial vulnerando no solo la competencia sino también la estabilidad jurídica.

La Comisión de Defensa del Consumidor del Congreso de la República modificaría el ISC a la cerveza, eliminando el régimen mixto, que cobra un monto fijo de S/1,25 por litro o 30% del precio de venta al público, por un sistema solo al valor del precio de venta al público con una tasa del 30%. No obstante, dicho sistema no sería aplicable a los productores que no superen los 40.000 hectolitros por año, en cuyo caso estarían afectos a la aplicación de un monto fijo de S/1,25 por litro.

“Este nuevo sistema resulta discriminatorio, puesto que trata con distintos regímenes tributarios a productos que son de la misma categoría. Lo que es peor aún, es que se estaría violando acuerdos comerciales, donde claramente se asegura un trato igualitario para productos nacionales y extranjeros. ¿Los señores congresistas son conscientes de esto? Sabemos que el MEF ha declarado improcedente esta propuesta, aunque por lo visto poco o nada de atención le prestaron”, apuntó Luna.

“En la práctica le están diciendo a los emprendedores que serán beneficiados con un tratamiento tributario especial. Así, mañana más tarde pequeños productores de bebidas rehidratantes, agua mineral, cigarros, entre otros, por el solo hecho de llamarse “artesanales” ¿van a recibir un tratamiento especial en el ISC?

“Lo que es peor aún, es que los señores congresistas no son conscientes de que estableciendo un límite de 40,000 hectolitros, estarían induciendo a los pequeños productores a no superarlo para gozar permanentemente del beneficio tributario; o, peor aún, incentivando la elusión tributaria, generando que se creen diferentes empresas que no superen dicho nivel de producción”, remarcó la gerenta de Cómex.

Regionales

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Portal Tributario (2016) el Ministerio de Trabajo admitió a trámite pedido para efectuar el cese colectivo a 250 trabajadores de compañía cervecera que laboran en las plantas de Huachipa y Sullana. Hace cerca de dos meses, el gerente general de Ambev Perú, Alexandre Magno Franca, comentó que la modificación del ISC a la cerveza “le restaba la posibilidad de tomar decisiones estratégicas e impedía operar el negocio con normalidad”. También comentó la dificultad de una recuperación del negocio si de por medio no reducía drásticamente sus costos según lo especificó el Diario Gestión en el 2013.

En la víspera, el Ministerio de Trabajo admitió a trámite el pedido de cese colectivo de 250 trabajadores de la compañía cervecera debido al impacto que ha tenido sobre sus operaciones en el Perú la modificación del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) dispuesta por el Ministerio de Economía. La empresa sostuvo que las causas objetivas para la terminación de los contratos de trabajo que sustenta su solicitud son básicamente motivos económicos y estructurales (efecto de la nueva modalidad de cálculo del ISC) que los obliga a reducir turnos de producción. “La modificación en la modalidad de aplicación del Impuesto Selectivo al Consumo ha obligado a reducir los niveles de producción, lo cual se refleja directamente en la supresión de distintos horarios laborales en las plantas de Huachipa y Sullana. Esta situación obliga a una disminución de la fuerza laboral”, señaló Ambev en un comunicado. Ambev Perú SAC refiere que la terminación colectiva de los contratos de trabajo de los 250 trabajadores representa más del 10% del personal total de la empresa.

En mayo pasado el Ejecutivo decidió aumentar el ISC y modificó su recaudación a una mixta (Diario Gestión 15.05.2013). Antes se le aplicaba a la cerveza una tasa del 28% y ahora se eleva a 30%, mientras que para los licores el impuesto pasó de 20% a 25%. Con esta modificación se buscaba gravar a las bebidas de acuerdo a su grado alcohólico, como sucede en EE. UU. y la Unión Europea.

La República (2013) El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) a través de un Decreto Supremo, decidió elevar el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) a la cerveza de 27,8% a 30%, y los vinos y licores de 20% a 25%, modificando así la Ley del Impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto Selectivo al Consumo.

Los licores han sido clasificados según su grado alcohólico, por lo que estarán sujetos alternativamente al cobro del ISC, según un monto fijo por litro, al valor (tasa) o al valor según precio de venta al público (tasa).

Cabe precisar que el impuesto a pagar será el que resulte mayor, luego de comparar el resultado obtenido de aplicar la tasa o monto fijo, según informó RPP.

2. 2 Bases Teóricas.

2.2.1 Teorías Tributarias

Teoría Tributaria de David Ricardo

Ricardo (1959), en su teoría sobre tributación, elaborada en 1817, señala que “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra, los del capital necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan” (p. xvii). Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros, a veces en el mismo tiempo.

En concordancia con lo citado anteriormente, el mismo autor señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

Ahora bien, esa capacidad para pagar los impuestos, no depende del valor total en dinero de la masa de mercancías, ni del valor en dinero de los ingresos netos de los

capitalistas y terratenientes, sino del valor en dinero de los ingresos de cada individuo, comparados con el valor en dinero de las mercancías que consume habitualmente, para ello, se recurre a una serie de impuestos necesarios para cubrir los gastos del gobierno, entre ellos están: Los impuestos sobre los productos del suelo, impuestos sobre la renta de la tierra, diezmos, impuestos sobre la tierra, impuestos sobre el oro, impuestos sobre edificios, impuestos sobre los beneficios, impuestos sobre los salarios, impuestos sobre mercancías que no son productos del suelo y los impuestos para asistencia a los pobres.

Cabe destacar, que los impuestos vienen a contribuir en el incremento de los ingresos del Estado, aunque los mismos podrían disminuir los beneficios del capital y del trabajo de cada uno de los afectados que cancelan dichos impuestos, aunque según señala Ricardo (ob.cit.), “generalmente esos impuestos recaen sobre el consumidor del producto, aunque no en todos los casos, como es el impuesto sobre la renta, que recaería exclusivamente sobre el propietario, quien no podría en modo alguno, trasladarlo a su arrendatario” (p. 205), pero redundaría en beneficios para una mejor distribución del ingreso, siempre y cuando el Estado se maneje eficientemente. En virtud de ello, uno de los impuestos que contribuiría en disminuir la desigual distribución de la riqueza o del ingreso, sería el impuesto para asistencia a los pobres. Este impuesto de beneficencia, pretendía aliviar la situación de los sectores más vulnerables de la sociedad, quienes eran los sectores en condiciones de pobreza, pero para cumplir su objetivo, esto es, “para socorrer a los necesitados” el Estado requería de un aumento de la producción, puesto que como lo manifiesta Ricardo (ob. cit.), “un incremento de la producción por encima de su consumo anual, incrementa el capital” (p. 109), y ello causaría un incremento de los recursos del pueblo y del

Estado, ocasionando bienestar social a la población. Tal como le sucedió al gobierno inglés y así lo describe Ricardo (ob. cit.):

A pesar de los gastos inmensos del gobierno inglés durante los veinte años últimos, es indudable que fueron compensados con creces por un aumento de la producción en parte del pueblo. El capital nacional, no fue meramente reproducido, sino grandemente aumentado, por lo que la renta anual de los habitantes, aún después de pagados los impuestos, es probablemente, en la actualidad, mayor que en cualquiera época anterior de nuestra historia (p. 110).

Por lo tanto, debiera ser tarea de los gobiernos (previa recaudación eficiente de los tributos) estimular al sector privado, para que aumenten sus capitales y rentas, con la finalidad de diversificar el aparato productivo, dar incentivos para incrementar la producción, a través de mejoras en la productividad, para así generar nuevas fuentes de trabajo, con el objeto de aumentar el consumo, el ahorro y la inversión, a fin de crear mayores niveles de satisfacción a la población.

Teoría de la renta del suelo: David Ricardo y Carlos Marx

Los orígenes teóricos de este concepto en la ciencia económica datan desde los inicios del siglo XIX con las aportaciones de David Ricardo y su concepto de renta del suelo, la cual dio paso para que posteriormente Marx pudiera realizar un análisis más completo basado en las teorías del Valor, de la Plusvalía, de los Precio de Producción y la Tasa Media de Ganancia. **David Ricardo (2001, 53)** define la renta del suelo como lo que se paga por el uso de las energías originarias e indestructibles del suelo. No existe en aquellas tierras que presentan las peores condiciones de

producción y aparece sólo en las mejores tierras cuando se ponen en cultivo las tierras peores.

Resulta que nosotros seguimos las enseñanzas del ilustre maestro, pero solo hasta cierto punto. Lo que ocurre es que en nuestro sistema tributario está consagrándose una nueva teoría: Podemos estar obligados al pago de tributos sin que estos tengan vinculación con los supuestos previstos en las leyes que los hayan creado.

En efecto, nuestro IGV grava las ventas con 18%, y nuestro Impuesto a la Renta (IR) empresarial grava las ganancias con 30%, sin embargo, gracias a ciertos creativos manejos legislativos y reglamentarios ocurre que debemos tributar IGV sin que hayan ventas y también IR sin que hayan ganancias. Además, los debemos pagar con multas e intereses.

Ahora ha surgido una nueva posibilidad de pagar ambos impuestos. Resulta que el Reglamento de Comprobantes de Pago tiene establecido que en ellos debe constar la dirección del contribuyente. La norma no dice si debemos consignar el distrito, provincia y departamento o región y país. Por tal falta de precisión los contribuyentes han actuado de forma variada. Ejemplos: Algunos consignaron Lima 27, en lugar de San Isidro, otros pusieron Javier Prado Este 224, sin señalar distrito de Lince, etc. Los invito a revisar los comprobantes que sustentan sus gastos y comprobarán lo que digo.

Pues bien, resulta que por interpretación oficial, los comprobantes de pago que no consignen la calle, número, distrito y provincia, no califican como válidos y por tanto

deberemos pagar IGV e IR, con multas e intereses, por todos aquellos que no hayan incluido uno de esos datos, aún cuando no existe norma que precise tal obligación. Noten que no se exige consignar la región.

Los tributos son los ingresos públicos que consisten en prestaciones pecuniarias exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del supuesto de hecho al que la ley vincula el deber de contribuir, con el fin primordial de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos. Los tributos, además de ser medios para obtener los recursos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos, podrán servir como instrumentos de la política económica general y atender a la realización de los principios y fines contenidos en la Constitución.

La obligación tributaria principal tiene por objeto el pago de la cuota tributaria.

Hecho Imponible (Artículo 20).

El hecho imponible es el presupuesto fijado por la ley para configurar cada tributo y cada realización origina el nacimiento de la obligación tributaria principal. La ley podrá completar la delimitación del hecho imponible mediante la mención de supuestos de no sujeción.

Teoría de Distribución de Smith, salario, renta y ganancia

La Teoría De La Distribución de Smith nos hacer referencia que los precios y las cantidades de los factores que las familias o individuos ponen en el mercado, ddeterminan la distribución pero para la mayoría de las familias el trabajo resulta ser el único factor que poseen y el precio de este es el salario que multiplicado por el

tiempo trabajado fijara el ingreso; por otro lado puede que estas familias posean propiedades y ahorros así que al salario se unen la renta y el capital que se disponga para determinar el ingreso.

En cuanto al salario planteo Smith la subsistencia como teoría de los salarios también la productividad, acepto la posibilidad de la negociación e hizo figurar la del demandante residual, por último la doctrina de los fondos salariales que es en particular la más trascendente para los clásicos; esta última parte del supuesto que existe un fondo fijo de recursos destinado al pago de los salarios de una economía es decir, la tasa salarial es igual a $\frac{\text{fondo salarial}}{\text{fuerza de trabajo}}$, y sugirió que un aumento de la tasa salarial provocaría un aumento de la población y de la oferta de trabajo con lo que los salarios caerían a su nivel anterior.

Por otra parte Smith aceptaba que las ganancias eran el pago justo al capitalista por su función social que era la de satisfacer las necesidades y proporcionar materiales y maquinaria para la producción, así también consideraba que la ganancia no estaba conformada solo por un rendimiento del interés sino que contenía un rendimiento por el riesgo que se corría. En cuanto a la renta al igual que con los anteriores factores fue contradictorio pero pudo proponer al menos cuatro teorías del origen a) los monopolios, b) dotación de la naturaleza, c) derechos de los terratenientes y d) ventajas diferenciales, llegando a la conclusión de que los precios son los que determinan a la renta.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Las Empresas Comercializadoras de Cerveza

La actividad de Distribuir cervezas, es una actividad mercantil de venta de cervezas al por mayor y menor esta tiene características generales y económicas financieras especiales que la diferencian de otras actividades comerciales.

Para una mejor comprensión a continuación muestro los siguientes conceptos:

- **Servicio de distribución:** Servicio de Distribución prestado por dichas empresas dando excelentes coberturas y tiempos de entregas proponiendo las mejores alternativas y velando por el proceso hasta la recepción definitiva de la carga.

- **Venta de cervezas:** Servicio brindado directamente por el establecimiento de las Distribuidoras, a través del cual se proporcionas cervezas a otras empresas.

Características de las distribuidoras y comercializadoras de cerveza

a) Pertenecen al sector comercio y originan un encuentro inmediato entre productores y vendedores minoristas.

b) Produce contactos permanentes dentro de la empresa entre los diferentes componentes de la organización de trabajo y en sus distintos estamentos jerárquicos.

c) Necesita innovaciones rápidas y permanentes en relación a las necesidades y preferencias de los clientes así como a las aspiraciones legítimas de los empleados y técnicas de distribución.

d) Es un sector de comercialización ilimitada (venta y distribución de cervezas)

Dentro del concepto Distribuidora podemos distinguir al menos tres tipos de negocio:

- Empresa distribuidora de cervezas

- Empresa comercializadora de cervezas

- Tiempo de servicio.

Ley de impuesto a las transacciones financieras y las comercializadoras de cerveza

Con fecha 5 de diciembre del año 2012 se publicó el Decreto Legislativo N°9392, dispositivo que contiene las medidas para la lucha contra la evasión y la informalidad. El dispositivo en mención consta básicamente de dos medios destinados al logro de los objetivos mencionados. El primero de ellos, consiste en el establecimiento de medios de pago para evitar la evasión, y el segundo es la creación del Impuesto a las transacciones Financieras (en adelante el ITF) La utilización de los medios de pago a través de empresas del sistema financiero (desarrollado en el capítulo ii del decreto legislativo N°939) es de aplicación desde el 1 de enero, fecha de entrada en vigencia de dicha parte del Decreto Legislativo N°939, mientras que la fecha de la entrada en vigencia del ITF es el 1 de Febrero de 2004.

Definiciones

a) Distribuidoras y comercializadoras de cervezas:

Sociedad mercantil (persona jurídica) titular de las instalaciones de distribución que son utilizadas por los comercializadores o Consumidores Directos en Mercado para hacer llevar las cervezas al punto de suministro del consumidor final.

2.3.2 Los tributos

Los tributos son los ingresos públicos que consisten en prestaciones pecuniarias exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del supuesto de hecho al que la ley vincula el deber de contribuir, con el fin primordial de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos. Los tributos, además de ser medios para obtener los recursos necesarios para el

sostenimiento de los gastos públicos, podrán servir como instrumentos de la política económica general y atender a la realización de los principios y fines contenidos en la Constitución.

La obligación tributaria principal tiene por objeto el pago de la cuota tributaria.

Hecho Imponible (Artículo 20).

El hecho imponible es el presupuesto fijado por la ley para configurar cada tributo y cada realización origina el nacimiento de la obligación tributaria principal. La ley podrá completar la delimitación del hecho imponible mediante la mención de supuestos de no sujeción.

Derechos AD – Valorem

Derecho arancelario grava la importación de las mercancías.

Base imponible: valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C.

Tasa impositiva: cuatro (04) niveles: 0%, 4%, 6% y 11%, según subpartida nacional.

Derechos Correctivos Provisionales ad Valorem

Medidas correctivas aplicadas por el Perú a los demás Países Miembros de la Comunidad Andina que son de carácter no discriminatorio, de conformidad con el Acuerdo de Cartagena. Se aplica a las importaciones de mantecas bajo las subpartidas NANDINA 1511.90.00, 1516.20.00, y 1517.90.00, procedentes de Colombia.

Tasa: 29% Ad-Valorem CIF (Base Legal: Resolución Ministerial N° 226-2005-MINCETUR/DM publicada en el diario oficial El Peruano el 27.07.2005).

Derechos Específicos-Sistema de Franja de Precios

Este tributo que tiene la naturaleza de derecho arancelario, grava las importaciones de los productos agropecuarios tales como arroz, maíz amarillo, leche y azúcar (productos marcadores y vinculados), fijando derechos variables adicionales y rebajas arancelarias según los niveles de Precios Piso y Techo determinados en las Tablas Aduaneras.

Los derechos variables adicionales y las rebajas arancelarias se determinarán en base a las Tablas Aduaneras y a los Precios de Referencia vigentes a la fecha de numeración de la declaración de importación y se expresarán en dólares por tonelada.

En ningún caso las rebajas arancelarias excederán la suma que corresponda pagar al importador por derecho ad valorem correspondiente a cada producto.

Los derechos variables adicionales que resulten de la aplicación de lo dispuesto en el Sistema Franja de Precios, aprobado por el Decreto Supremo N° 115-2001-EF y modificatorias, sumados a los derechos ad valorem CIF no podrán exceder del 20% del valor CIF de la mercancía cuya supartida nacional está incluida en el Anexo 1 del Decreto Supremo N° 103-2015-EF, por cada serie de la declaración de importación. Tasa: variable.

Derechos Antidumping y Compensatorios

Los derechos antidumping se aplican a determinados bienes cuyos precios '*Dumping*' causen o amenacen causar perjuicio a la producción peruana.

Los derechos compensatorios se aplican para contrarrestar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente en el país de origen, cuando ello cause o amenace causar perjuicio a la producción peruana.

Para la aplicación de ambos derechos debe existir Resolución previa emitida por el INDECOPI.

Los derechos antidumping y los compensatorios tienen la condición de multa. La base imponible, lo constituye el monto al que asciende el valor FOB consignado en la Factura Comercial o en base al monto fijo por peso o por precio unitario. Monto: variable.

2.3.3 Régimen de percepción del IGV – venta interna

Ámbito de aplicación: el régimen se aplica a las operaciones de importación definitiva que se encuentren gravadas con el IGV, y no será aplicable a las operaciones de importación exoneradas o inafectas ha dicho impuesto.

Importe de la operación: está conformado por el valor CIF aduanero más todos los tributos que graven la importación y, de ser el caso, la salvaguardia provisional, los derechos correctivos provisionales, los derechos antidumping y compensatorios.

Las modificaciones al valor en Aduanas o aquéllas que se deriven de un cambio en las subpartidas nacionales declaradas en al DAM o DSI, serán tomadas en cuenta para la determinación del importe de la operación, aun cuando éstas hayan sido materia de impugnación, siempre que se efectúe con anterioridad al levante de la

mercancía y el importe de la percepción adicional que le corresponda al importador por tales modificaciones sea mayor a cien y 00/100 Nuevos Soles (S/. 100.00).

Porcentajes sobre el importe de la operación:

A) 10% Cuando el importador se encuentre a la fecha en que se efectúa la numeración de la DAM o DSI, en alguno de los siguientes supuestos:

- a) Tenga la condición de domicilio fiscal no habido.
- b) La SUNAT le hubiera comunicado la baja de su inscripción del RUC.
- c) Hubiera suspendido temporalmente sus actividades.
- d) No cuente con RUC o no lo consigne en la DAM o DSI
- e) Realice por primera vez una operación y/o régimen aduanero.
- f) Estando inscrito en el RUC no se encuentre afecto al IGV.

B) 5% Cuando el importador nacionalice bienes usados.

C) 3.5% Cuando el importador no se encuentre en ninguno de los supuestos antes mencionados.

La SUNAT podrá establecer, para determinados bienes que se señalen por Resolución de Superintendencia, que el monto de la percepción se determine considerando el mayor monto que resulte de comparar el resultado obtenido de:

- a) Multiplicar un monto fijo por el número de unidades del bien importado consignado en la DAM. Al monto resultante se le aplicará el tipo de cambio promedio ponderado venta.
- b) Aplicar el porcentaje (10%, 5% o 3.5%) según corresponda sobre el importe de la operación.

En la importación definitiva de mercancías realizada mediante DSI, el monto de la percepción del IGV será determinado considerando los porcentajes y no el monto fijo. (Ley N° 29173 del 23.12.2007.)

Importación de mercancías sensibles al fraude:

Tratándose de la importación de bienes considerados como mercancías sensibles al fraude por concepto de valoración, el monto de la percepción del IGV se determinará considerando el mayor monto que resulte de comparar el resultado obtenido de:

- a. Aplicar el porcentaje establecido en los párrafos anteriores según corresponda, sobre el importe de la operación.
- b. Multiplicar un monto fijo, el cual deberá estar expresado en moneda nacional, por el número de unidades del bien importado, según sea la unidad de medida, consignado en la DAM (Declaración Aduanera de Mercancías).

Tanto la relación de subpartidas nacionales donde se encuentran las mercancías sensibles al fraude como los montos fijos correspondientes a efectos de determinar el monto de la percepción se encuentran detallados en el Anexo del Decreto Supremo N° 243-2013-EF.

2.3.4 Impuesto Selectivo Al Consumo

Definición

El ISC es un impuesto indirecto que, a diferencia del IGV, solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental, como por ejemplo: las bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustibles.

La finalidad del ISC es atenuar la regresividad del IGV al exigir mayor carga impositiva a aquellos consumidores que objetivamente evidencian una mayor capacidad contributiva por la adquisición de bienes suntuosos o de lujo, como por ejemplo la adquisición de vehículos automóviles nuevos, agua embotellada, bebidas rehidratantes, energéticas, entre otras.

El Impuesto Selectivo al Consumo grava:

- a) La venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes especificados en los Apéndices III y IV;
- b) La venta en el país por el importador de los bienes especificados en el literal A del Apéndice IV; y,
- c) Los juegos de azar y apuestas, tales como loterías, bingos, rifas, sorteos y eventos hípicas.

(En cuanto al Reglamento del ISC a los juegos de azar y apuestas ver Decreto Supremo N° 095-96-EF publicado el 28.09.1996, vigente desde el 01.10.1996)

(Ver numeral 8.7 del artículo 8° de Ley N° 28583 - Ley de Reactivación de la Marina Mercante Nacional, publicada el 22.07.2005, vigente a partir del 23.07.2005).

El impuesto se aplica bajo tres sistemas:

- Sistema al valor: la base imponible la constituye el valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C. más los derechos arancelarios a la importación

Se aplica a los bienes contenidos en el Literal A y D del Apéndice IV del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por D.S. N° 055-99-EF y modificatorias.

Tasas: variable.

- Sistema específico: la base imponible lo constituye el volumen importado expresado en unidades de medida.

Se aplica a los bienes contenidos en el Nuevo Apéndice III del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por D.S. N° 055-99-EF y modificatoria. Tasas: variable.

- Sistema al Valor según Precio de Venta al Público: la base imponible está constituida por el precio de venta al público sugerido por el importador multiplicado por el factor 0.847. El impuesto se determinará aplicando sobre la base imponible la tasa establecida en el Literal C y D del Nuevo Apéndice IV del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por D.S. N° 055-99-EF, modificado por la Ley N° 29740.

Principales productos que grava el ISC

- a) Alcohol
- b) Tabaco
- c) Servicios de Telecomunicaciones
- d) Apuestas (eventos hípicas)
- e) Seguros
- f) Pagos realizados mediante cheques bancarios
- g) Juegos de azar (loterías, bingos, sorteos, rifas)
- h) Perfumes
- i) Joyas
- j) Relojes
- k) Armas
- l) Productos contaminantes
- m) Combustible

2.3.4 Regulación el impuesto selectivo al consumo en el Perú

El Impuesto Selectivo al Consumo conocido como por sus siglas ISC, se encuentra regulado en el título II de la Ley del Impuesto General a las Ventas, específicamente en los artículos 50° al 67° y en los artículos 12° al 14° del Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas.

El Precio de venta al por menor, tal y como es definido por las normas reglamentarias del Código Tributario de la República Dominicana.

Título II Del Impuesto Selectivo Al Consumo

Del ámbito del impuesto y del nacimiento de la obligación tributaria

Artículo 50: Operaciones Gravadas

El Impuesto Selectivo al Consumo grava:

- a) La venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes.

- b) La venta en el país por el importador de los bienes.

Artículo 52: Nacimiento de la Obligación Tributaria

La obligación tributaria se origina en la misma oportunidad y condiciones que para el Impuesto General a las Ventas.

De los Sujetos del Impuesto

Artículo 53: Sujetos del Impuesto

Son sujetos del impuesto en calidad de contribuyentes:

- a) Los productores o las empresas vinculadas económicamente a éstos, en las ventas realizadas en el país;

- b) Las personas que importen los bienes gravados;

- c) Los importadores o las empresas vinculadas económicamente a éstos en las ventas que realicen en el país de los bienes gravados.

Artículo 54: Definiciones

Para efectos de la aplicación del Impuesto, se entiende por:

a) Productor, la persona que actúe en la última fase del proceso destinado a conferir a los bienes la calidad de productos sujetos al impuesto, aun cuando su intervención se lleve a cabo a través de servicios prestados por terceros.

b) Empresas vinculadas económicamente, cuando:

1. Una empresa posea más del 30% del capital de otra empresa, directamente o por intermedio de una tercera.

2. Más del 30% del capital de dos (2) o más empresas pertenezca a una misma persona, directa o indirectamente.

3. En cualquiera de los casos anteriores, cuando la indicada proporción del capital, pertenezca a cónyuges entre sí o a personas vinculadas hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.

4. El capital de dos (2) o más empresas pertenezca, en más del 30%, a socios comunes de dichas empresas.

5. Por Reglamento se establezcan otros casos.

Artículo 55: Sistemas De Aplicación Del Impuesto

El Impuesto se aplicará:

Al Valor según Precio de Venta al Público, para los bienes.

Artículo 56: Conceptos Comprendidos En La Base Imponible

La base imponible está constituida en el:

a) Sistema Al Valor, por:

1. El valor de venta, en la venta de bienes.

2. El Valor en Aduana, determinado conforme a la legislación pertinente, más los derechos de importación pagados por la operación tratándose de importaciones.

b) Sistema Específico, por el volumen vendido o importado expresado en las unidades de medida, de acuerdo a las condiciones establecidas por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas.

c) Sistema Al Valor según Precio de Venta al Público, por el Precio de Venta al Público sugerido por el productor o el importador, multiplicado por un factor, el cual se obtiene de dividir la unidad (1) entre el resultado de la suma de la tasa del Impuesto General a las Ventas, incluida la del Impuesto de Promoción Municipal más uno (1). El resultado será redondeado a tres (3) decimales.

Por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, se podrá modificar el factor señalado en el párrafo anterior, cuando la tasa del Impuesto General a las Ventas se modifique.

El precio venta al público sugerido por el productor o el importador incluye todos los tributos que afectan la importación, producción y venta de dichos bienes, inclusive el Impuesto Selectivo al Consumo y el Impuesto General a las Ventas.

El Ministerio de Economía y Finanzas, podrá determinar una base de referencia del precio de venta al público distinta al precio de venta al público sugerido por el productor o el importador, la cual será determinada en función a encuestas de precios que deberá elaborar periódicamente el Instituto Nacional de Estadística e Informática, la misma que será de aplicación en caso el precio de venta al público sugerido por el productor o importador sea diferente en el período correspondiente, de acuerdo a lo que establezca el reglamento.

Los bienes destinados al consumo del mercado nacional, sean éstos importados o producidos en el país, llevarán el precio de venta sugerido por el productor o el importador, de manera clara y visible, en un precinto adherido al producto o directamente en él, o de acuerdo a las características que establezca el Ministerio de Economía y Finanzas mediante Resolución Ministerial.

Los productores y los importadores de los bienes afectos a este Sistema, deberán informar a la SUNAT en el plazo, forma y condiciones que señale el Reglamento, de las modificaciones de cualquier precio de venta al público sugerido, de las modificaciones de la presentación de los bienes afectos, así como de las nuevas presentaciones y marcas que se introduzcan al mercado.

Artículo 58: Concepto De Valor De Venta

Para efecto del Sistema Al Valor, es de aplicación el concepto de valor de venta a que se refiere el Artículo 14º, debiendo excluir de dicho valor el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto a que se refiere este Título.

Artículo 59: Sistema Al Valor Y Sistema Al Valor Según Precio De Venta Al Público - Determinación Del Impuesto

En el Sistema Al Valor y en el Sistema al Valor según Precio de Venta al Público, el Impuesto se determinará aplicando sobre la base imponible la tasa.

Sistema al valor según precio de venta al público			
Producto	Unidad de medida	Tasas %	
		Mínimo	Máximo
Cervezas	Unidad	25%	100%
Cigarrillos	Unidad	20%	300%

Fuente: elaboración propia en base al Art.59 del ISC

Artículo 61: Modificación De Tasas Y/O Montos Fijos

Por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, se podrán modificar las tasas y/o montos fijos, así como los bienes contenidos en los Apéndices III y/o IV.

A ese efecto, la modificación de los bienes del Apéndice III sólo podrá comprender combustibles fósiles y no fósiles, aceites minerales y productos de su destilación, materias bituminosas y ceras minerales. Por su parte, la modificación de los bienes del Apéndice IV sólo podrá comprender bebidas, líquidos alcohólicos, tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados, vehículos automóviles, tractores y demás vehículos terrestres sus partes y accesorios. En ambos casos las tasas y/o montos fijos se podrán fijar por el sistema al valor, específico o al valor según precio de venta al público, debiendo encontrarse dentro de los rangos mínimos y máximos que se indican a continuación, los cuales serán aplicables aun cuando se modifique el

sistema de aplicación del impuesto, por el equivalente de dichos rangos que resultare aplicable según el sistema adoptado; en caso el cambio fuera al sistema específico se tomará en cuenta la base imponible promedio de los productos afectos.

Del Pago

Artículo 63: Declaración Y Pago

El plazo para la declaración y pago del Impuesto Selectivo al Consumo a cargo de los productores y los sujetos. Del presente dispositivo, se determinará de acuerdo a las normas del Código Tributario.

La SUNAT establecerá los lugares, condiciones, requisitos, información y formalidades concernientes a la declaración y el pago.

Artículo 64: Pago Por Productores O Importadores De Bienes Afectos

El pago del Impuesto Selectivo al Consumo a cargo de los productores o importadores de cerveza, licores, bebidas alcohólicas, bebidas gasificadas, jarabeadas o no, aguas minerales, naturales o artificiales, combustibles derivados del petróleo y cigarrillos, se sujetará a las normas que establezca el Reglamento.

2.3.5 Régimen De Percepciones - Venta Interna

Ámbito de aplicación

El Régimen de Percepciones del IGV a la venta interna de bienes es aplicable a las operaciones de venta gravadas con el IGV, respecto de los bienes señalados en el Apéndice 1 de la Ley N° 29173 y normas modificatorias.

Consumidor Final

Se considera como consumidor final a la persona natural que adquiera bienes comprendidos en el Régimen por un importe igual o inferior a setecientos y 00/100 Nuevos Soles (S/. 700.00) - A partir del 01.01.2014 mil quinientos y 00/100 Nuevos Soles (S/. 1500.00).

Dicho importe no se tomará en cuenta cuando el valor unitario del bien sea igual o mayor al referido monto, siempre que no se trate de la venta de más de una unidad del mismo bien, precisándose que dicha situación se da cuando el comprobante de pago se emita por dos o más unidades de bienes que sean idénticos entre sí (misma marca, modelo, color, tamaño, talla o dimensiones).

Además deberá tenerse en cuenta que:

a) Tratándose de bienes como la harina, gaseosas o agua mineral, cerveza, jugos, discos ópticos y estuches porta discos los mismos .siempre que el importe de los bienes adquiridos no exceda de S/. 100 Nuevos Soles, por comprobante de pago.

El agente de percepción no considerará realizada una operación con un consumidor final, aun cuando se cumpla con lo señalado, en los siguientes casos:

b) Cuando se emita un comprobante de pago que permita sustentar crédito fiscal del IGV.

c) Tratándose de operaciones de venta originadas en la entrega de bienes en consignación.

d) Cuando los bienes sean entregados o puestos a disposición por el vendedor en algún establecimiento destinado a la realización de operaciones y/o actividades económicas generadoras de renta de tercera categoría del cliente y a través del cual se brinde atención al público, tales como bodegas, restaurantes, tiendas comerciales, boticas o farmacias, grifos y/o estaciones de servicio, entre otros.

II.-Operaciones Excluidas

No se efectuará la percepción en: Las operaciones que cumplan, en forma concurrente, con los siguientes requisitos:

- a) Se emita un comprobante de pago que otorgue derecho a crédito fiscal;
- b) El cliente tenga la condición de agente de retención del IGV o figure en el Listado de entidades que podrán ser exceptuadas de la percepción del IGV".

El listado se aprobará mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministerio de Economía y Finanzas, con opinión técnica de la SUNAT.

El listado se elaborará sobre la base de las entidades del Sector Público Nacional, fundaciones legalmente establecidas, entidades de auxilio mutuo, comunidades campesinas y nativas, entidades e instituciones de Cooperación Técnica Internacional (Eniex), Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo Nacionales (ONGD-PERÚ), instituciones privadas sin fines de lucro receptoras de donaciones de carácter asistencial o educacional inscritas en el registro correspondiente que tiene a su cargo la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) del Ministerio de Relaciones Exteriores, Embajadas, Misiones Diplomáticas, Oficinas Consulares, Organismos Internacionales, Entidades Religiosas e instituciones educativas públicas o particulares.

- a) Las ventas realizadas con clientes que tengan la condición de consumidores finales.
- b) En el retiro de bienes considerado como venta.
- c) Las operaciones de venta efectuadas a través de la Bolsa de Productos de Lima.
- d) En las ventas en las cuales opere el Sistema de Pago de Obligaciones Tributarias con el Gobierno Central (Sistema de Deduciones).

Importe y oportunidad de la percepción

El importe de la percepción en la venta interna de bienes será determinado aplicando el porcentaje de 2% sobre el precio de venta. En el caso de que el cliente sea también agente de percepción y se emita un comprobante de pago que permite ejercer el derecho al crédito fiscal, se deberá aplicar el porcentaje de 0.5% sobre el precio de venta.

Se entiende por precio de venta a la suma que incluye el valor de venta y los tributos que graven la operación.

Tratándose de pagos parciales el porcentaje que corresponda se aplicará sobre el importe de cada pago.

El agente de percepción efectuará la percepción en el momento en que se realice el cobro total o parcial, con prescindencia de la fecha en que se realizó la operación, siempre que a la fecha de cobro mantenga tal condición.

2.3.6 Impuesto General a las ventas

Concepto:

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.

Tasa:

Se aplica una tasa de 16% en las operaciones gravadas con el IGV. A esa tasa se añade la tasa de 2% del Impuesto de Promoción Municipal (IPM). (*)

De tal modo a cada operación gravada se le aplica un total de 18%: IGV + IPM.

Características:

Se le denomina no acumulativo, porque solo grava el valor agregado de cada etapa en el ciclo económico, deduciéndose el impuesto que gravó las fases anteriores.

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

Cálculo del impuesto del IGV

Base Imponible:

Valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo. La base imponible está constituida por:

- El valor de venta, en el caso de venta de los bienes.
- El total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios.

- El valor de construcción, en los contratos de construcción.
- El ingreso percibido en la venta de inmuebles, con exclusión del valor del terreno.
- En las importaciones, el valor en aduana, determinado con arreglo a la legislación pertinente, más los derechos e impuestos que afectan la importación, con excepción del IGV

Debe entenderse, por valor de venta del bien, retribución por servicios, valor de construcción o venta del bien inmueble, según el caso, la suma total que queda obligado a pagar el adquirente del bien, usuario del servicio o quien encarga la construcción.

Asimismo, se entenderá que esa suma está integrada por el valor total consignado en el comprobante de pago de los bienes, servicios o construcción, incluyendo los cargos que se efectúen por separado de aquél y aun cuando se originen en la prestación de servicios complementarios, en intereses devengados por el precio no pagado o en gasto de financiación de la operación. Los gastos realizados por cuenta del comprador o usuario del servicio forman parte de la base imponible cuando consten en el respectivo comprobante de pago emitido a nombre del vendedor, constructor o quien preste el servicio.

Tasa del Impuesto:

18% (16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal)

Tasa aplicable desde el 01.03.2011

Impuesto Bruto:

El Impuesto Bruto correspondiente a cada operación gravada es el monto resultante de aplicar la tasa del Impuesto sobre la base imponible.

El Impuesto Bruto correspondiente al contribuyente por cada período tributario, es la suma de los Impuestos Brutos determinados conforme al párrafo precedente por las operaciones gravadas de ese período.

Impuesto a pagar:

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

III.- METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

La investigación utilizó el diseño No experimental Transeccional descriptivo, bibliográfico y documental.

a) No experimental

Investigación no experimental: es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

b) Transeccional

Los diseños de investigación Transeccional o transversal recolectan la información o los datos en un solo momento, en un tiempo único. Tiene como propósito describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

c) Descriptivo

La investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la

predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

e) Bibliográfico

La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes –teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas- acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver.

f) Documental.

La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica.

3.2 Población y muestra:

3.2.1 Población:

Siguiendo el método de investigación científica, la población estuvo representada por 6 empresas del sector y rubro en estudio.

Criterios de inclusión:

- a) Empresas formalmente constituidas
- b) Empresas ubicadas en la ciudad de Piura
- c) Empresas con actividad en el rubro.

3.2.2 Muestra

Debido a que la población en estudio es reducida en la ciudad de Piura, se ha creído conveniente tomar la misma población como muestra: 6 empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura.

La muestra representativa no probabilística o no aleatoria por conveniencia, correspondió a 6 empresas que reúnen los criterios de inclusión pre establecidos en la presente investigación.

Para casos de muestras no probabilísticas, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla.

La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional. (Castro, 2003).

Muestra Representativa

N°	RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA
1	AJEPER S.A
2	COMPAÑIA CERVECERA AMBEV PERU S.A.C.
3	UNION DE CERVECERIAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A
4	CERVERCERIA SAN JUAN S.A
5	INDUSTRIA SAN MIGUEL
6	EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR

Fuente: Elaboración propia en base a muestra representativa

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1 Técnica

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

3.3.2 Instrumento:

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la encuesta y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por 40 preguntas de tipo cerrada.

Las respuestas estuvieron condicionadas a un SI o a un NO, y redactadas de manera sencilla para fácil comprensión de los encuestados.

3.4 Operacionalización de las variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
De los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las Empresas comercializadoras de cerveza de la ciudad de Piura 2016	Un representante legal es una persona que actúa en nombre de otra, ya sea en nombre de una persona natural o de una persona jurídica. Un representante, es eso, alguien que representa a otro o a otros, y legal, es un representante	De la edad	Nominal: De 20 – 30 años De 31 a 45 años De 46 a 60 años Mayor a 60 años
		Del sexo	Nominal Masculino Femenino
		Grado de Instrucción	Nominal : Superior universitaria Magister Doctor
		Profesión	Nominal: Contador Administrador Ingeniero Otro, Economista
		¿Cuál es el cargo que ocupa Ud., en la empresa?	Nominal: Propietario Gerente Administrador Representante legal
		Tiempo que desempeña la actividad.	Nominal: De 3 a 5 años Más de 5 años

	que ha sido reconocido por la ley.	
--	------------------------------------	--

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
De las Empresas comercializadoras de Cervezas	Una empresa comercializadora es aquella que, como su mismo nombre lo dice, se encarga de comercializar un producto finalizado. Podríamos decir entonces, que la razón de ser de una empresa comercializadora es mercadear un producto y/o servicio ya existente o manufacturado. Así pues, la comercializadora se encarga de dar las condiciones y organización a un producto y/o servicio para su venta al público.	¿Tiempo de la empresa en la actividad comercial?	Nominal: 1 a 5 años 6 a 10 años Más de 10 años
		Constitución legal	Nominal Persona natural Persona jurídica
		Régimen tributario	Nominal : Régimen General Régimen Especial Nuevo RUS
		Tipo de comprobante de pago emite la empresa	Nominal: Facturas Boletas de venta Ticket de caja registradora
		¿Cuántas personas trabajan en su empresa?	Cuantitativa: 1 De 2 a 5 de 6 a 10 Más de 10
		Control contable	Nominal: -Personalmente -Contador -No lleva ningún registro contable.
		Tipo de Capital	Nominal: individual Social
		¿Cuántos establecimientos	Cuantitativa: ninguno

		tienen su empresa incluyendo éste?	1 más 2 más 3 más Más de 3 establecimientos
		Propiedad del local comercial	Nominal: Propio Alquilado
		Tipo de licencia	Nominal: Vigencia temporal Indefinida
		¿Cómo considera a su empresa en su localidad :	Nominal: Muy conocida Medianamente conocida Conocida Poco conocida Desconocida

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Los tributos	Los tributos son ingresos de derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente por el Estado, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible	¿A qué Régimen tributario pertenece?	Nominal: RUS Régimen especial Régimen general
		¿Dispone y mantiene actualizado los permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales?	Nominal Sí No
		¿Qué tipo de contribuyente sobre IR es su empresa?	Nominal : Persona natural Persona jurídica
		¿Qué rubros conforman sus ingresos percibidos durante el ejercicio gravable?	Nominal: Otra actividad Arrendamientos Venta de bienes y servicios
		¿Emite comprobantes de pago por toda venta?	Nominal: Sí No

<p>al que la ley vincule en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posibilidad de vinculación a otros fines.</p>		A veces
	¿A qué tributos se encuentra afectos su empresa?	Nominal: IGV IR 1era. Catg IR 2era. Catg IR 3era. Categ ISC
	¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?	Nominal: Sí No
	¿La elaboración y declaración de los impuestos selectivo al consumo e IGV son correctamente supervisadas?	Nominal: Sí No
	¿Cuenta la empresa con un especialista en el área tributaria?	Nominal: Sí No
	¿Ha sido fiscalizado y supervisado por SUNAT durante el último año?	Nominal: Sí No
	¿Se ha visto afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC?	Nominal: Sí No
	¿Existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias del ISC e IGV.	Nominal: Sí No
	¿La empresa retiene correctamente las retenciones de IGV?	Nominal: Sí No
	¿La empresa entrega los comprobantes de retenciones de IGV en el tiempo establecido por la administración tributaria?	Nominal: Sí No
	¿Existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV y retenciones?	Nominal: Sí No
	¿Existen controles posteriores en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV y retenciones?	Nominal: Sí No

	¿La empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada?	Nominal: Sí No Algunas veces
	¿Se encuentra informado de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias?	Nominal: Sí No
	¿Hace uso de la elusión tributaria para minimizar el pago de impuestos selectivo al consumo?	Nominal: Sí No Algunas veces
	¿Se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias	Nominal: Sí No
	¿Mantiene actualizados sus Estados Financieros?	Nominal: Sí No Algunas veces
	¿Considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiara de manera positiva al control y pago de sus tributos?	Nominal: Sí No
	¿Enfrenta actualmente procesos Administrativos o Judiciales por cobro o falta de pago de tributos?	Nominal: Sí No
	¿Si tributar no fuera obligatorio, pagaría impuestos?	Nominal: Sí No

3.5 Matriz de consistencia lógica

Enunciado del Problema	Objetivo general	Objetivos específicos	Variable	Metodología
¿Cuáles son los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016?	Determinar los tributos y su impacto en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. 2. Describir las principales características de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. 3. Describir los tributos de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. 4. Describir el impacto de los tributos en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. 	Tributos	<p>Diseño: No experimental Transeccional descriptivo, bibliográfico y documental.</p> <p>Técnica. Revisión bibliográfica y documental.</p> <p>Instrumento: Encuesta y cuestionario,</p>

3.6 Plan de análisis

Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva. Para la tabulación y gráfica de los resultados se utilizó los programas de Word y Excel. Y para la elaboración de las Diapositivas se hará uso de Power Point.

Tabulación: Después de aplicar las encuestas, se realizó la tabulación de los datos.

Elaboración de tablas estadísticas: Con los cuadros obtenidos de la tabulación, se procedió a elaborar las correspondientes tablas estadísticas.

Elaboración de gráficos: la elaboración de las tablas estadísticas permitió la elaboración de gráficos (de barras)

3.7 Principios Éticos

Los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. Los investigadores, las instituciones y de hecho, la sociedad están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación con seres humanos.

Respeto por las personas Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante. Es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables, como pobres, niños, marginados,

prisioneros Estos grupos pueden tomar decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades para salvaguardar su propia dignidad o libertad.

Beneficencia La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del paciente. De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Implica no hacer daño o reducir los riesgos al mínimo, por lo que también se le conoce como principio de no maleficencia.

Justicia El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

TABLA 1

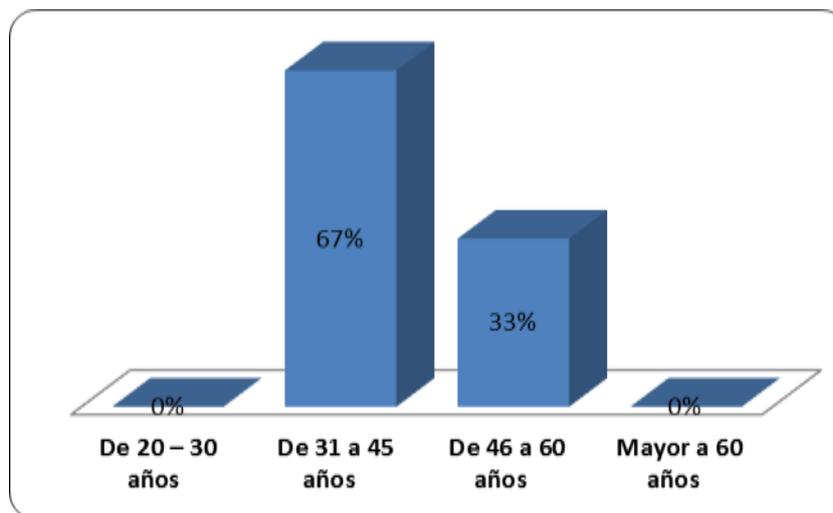
1. De la edad de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Fr.R	Fr.A
De 20 – 30 años	0	0%
De 31 a 45 años	4	67%
De 46 a 60 años	2	33%
Mayor a 60 años	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 1

Representación porcentual de la edad de los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 1

Interpretación:

El 67% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016; tienen entre 31-45 años de edad, mientras que el 33 % entre 46 a 60 años.

TABLA 2

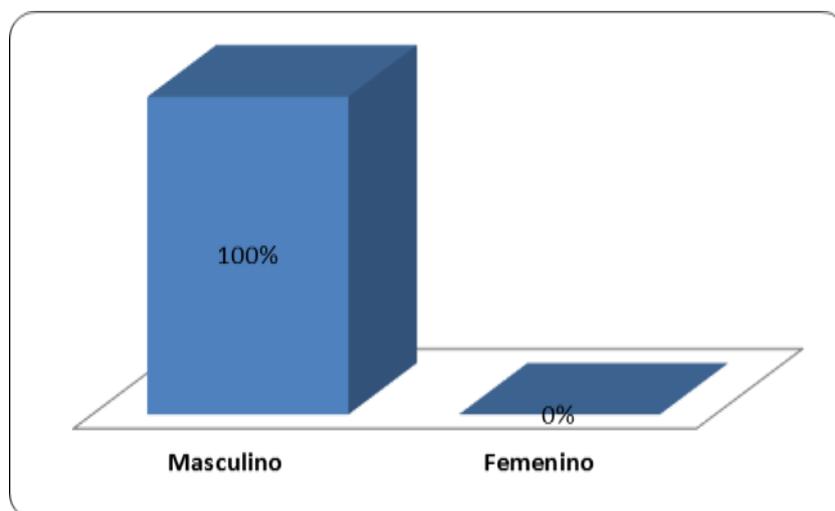
2. Del sexo de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Fr.R	Fr.A
Masculino	6	100%
Femenino	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 2

Representación porcentual del sexo de los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 2

Interpretación

El 100% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 son de sexo masculino.

TABLA 3

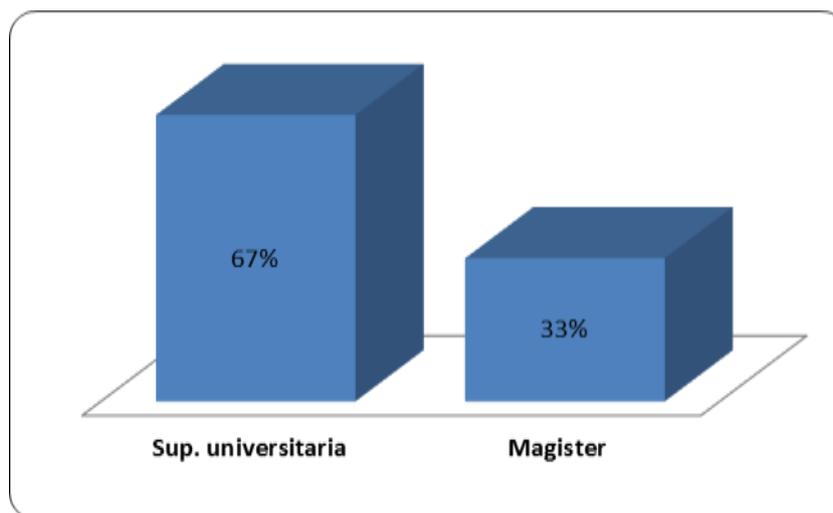
3. Del grado de instrucción de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Fr.R	Fr.A
Sup. Universitaria	4	67%
Magister	2	33%
Doctor	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 3

Representación porcentual del grado de instrucción de los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 3

Interpretación

El 67% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen grado instrucción universitario mientras que el 33% tiene Magister.

TABLA 4

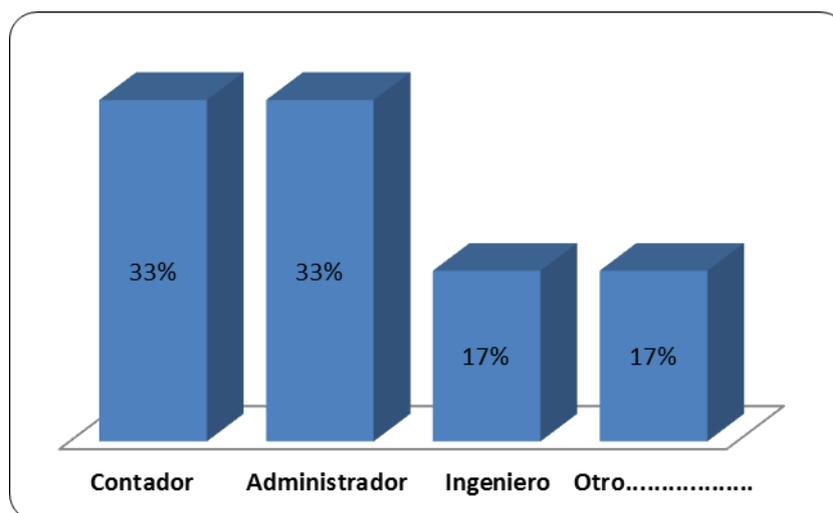
4. De la profesión de los propietarios, gerentes y/o representantes legales.

Alternativas	Fr.R	Fr.A
Contador	2	33%
Administrador	2	33%
Ingeniero	1	17%
Otro-Economista	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 4

Representación porcentual de la profesión de los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 4

Interpretación

El 33% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen como profesión Contador y Administrador, mientras que 17% son de profesión ingeniero y otro Economista.

TABLA 5

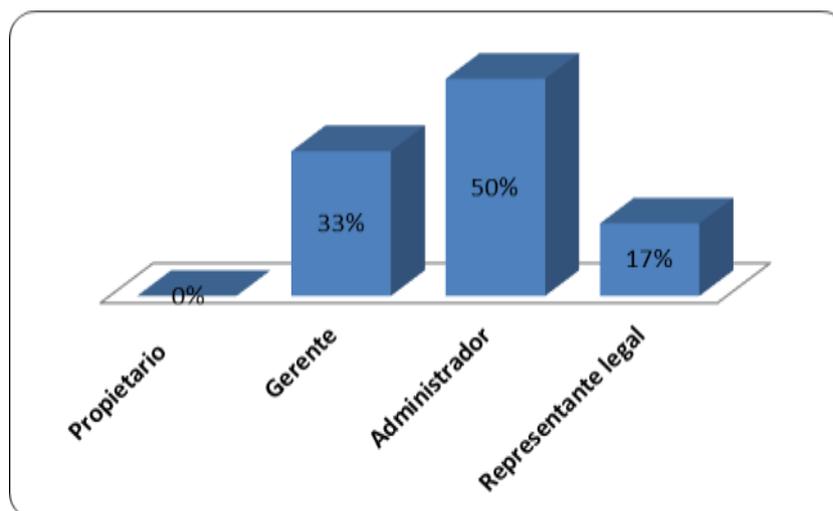
5. ¿qué cargo que ocupa en la empresa?

Alternativas	Fr.R	Fr.A
Propietario	0	0%
Gerente	2	33%
Administrador	3	50%
Representante legal	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 5

Representación porcentual del cargo que ocupa en la empresa de los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 5

Interpretación

El 50 % de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen cargo de administrado, mientras que el 33% cargo de gerente y el 17% como representante legal.

TABLA 6

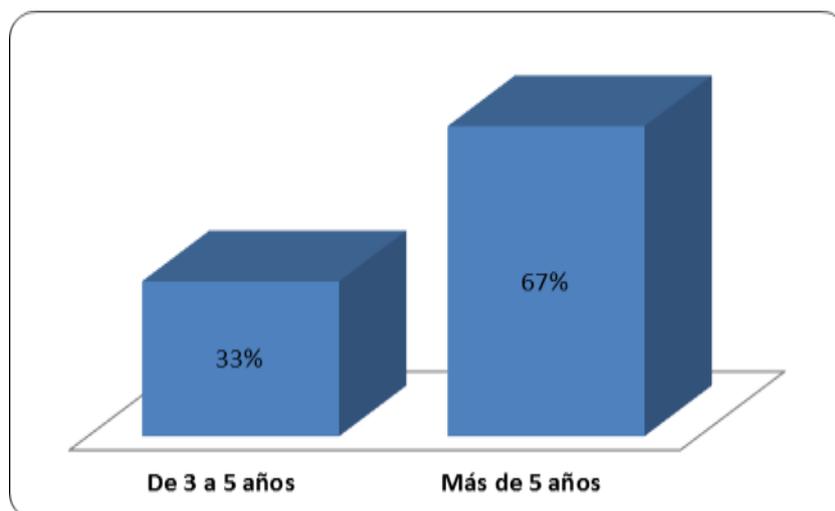
6. ¿Tiempo que desempeña la actividad?

Alternativas	Fr.R	Fr.A
De 3 a 5 años	2	33%
Más de 5 años	4	67%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 6

Representación porcentual del tiempo que desempeña la actividad los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 6

Interpretación

El 67% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen más de 5 años desempeñando en la actividad, mientras que el 33% tienen de 3 a 5 años.

4.1.2 Describir las principales características de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

TABLA 7

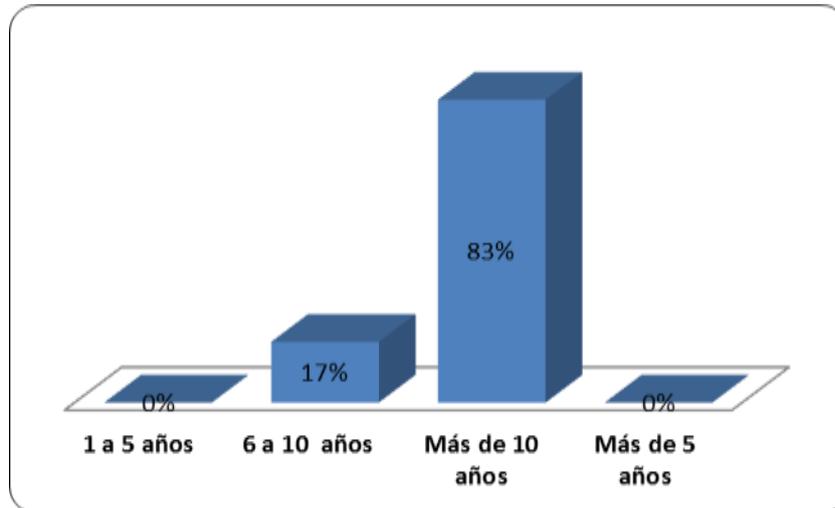
7. ¿Tiempo de la empresa en la actividad comercial?

Alternativas	Fr.R	Fr.A
1 a 5 años	0	0%
6 a 10 años	1	17%
Más de 10 años	5	83%
Más de 5 años	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 7

Representación porcentual del tiempo que desempeña la actividad los propietarios, gerente y/o representantes legales



Fuente: Tabla 7

Interpretación

El 83% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen más de 10 años en la actividad comercial, mientras que 17% de 6 a 10 años.

TABLA 8

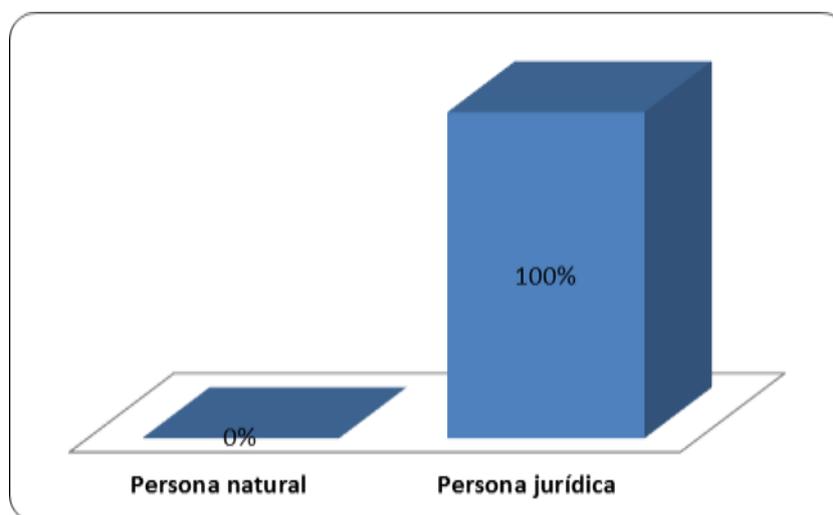
8. ¿Cuál es la constitución legal de la empresa?

Alternativas	Fr.R	Fr. A.
Persona natural	0	0%
Persona jurídica	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 8

Representación porcentual de la constitución legal de la empresa



Fuente: Tabla 8

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 su constitución legal de la empresa es persona jurídica.

TABLA 9

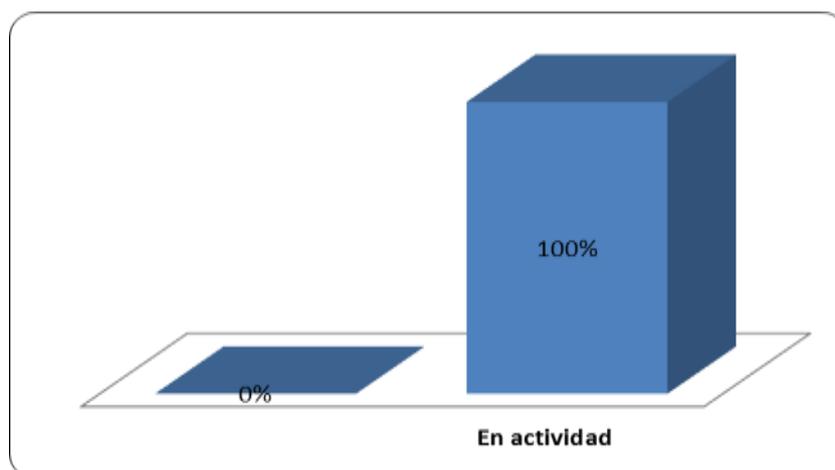
9. ¿Estado de la empresa?

Alternativas	Fr. R	Fr. A.
Estacionaria o sin movimiento	0	0%
En actividad	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 9

Representación porcentual del Estado de la empresa.



Fuente: Tabla 9

Interpretación

El 100 % de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 está en actividad económica.

TABLA 10

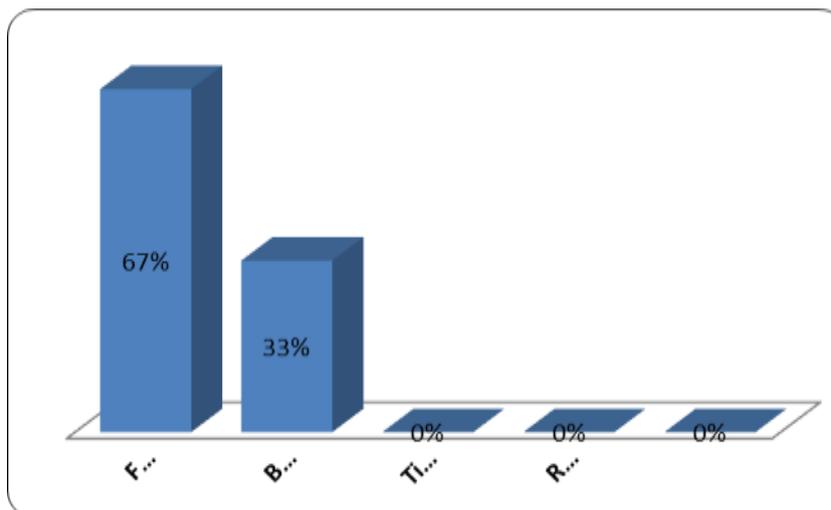
10. ¿Qué tipo de comprobante de pago emite la empresa?

Alternativas	Fr. R	Fr. A
Facturas	4	67%
Boletas de ventas	2	33%
Ticket de caja registradora	0	0%
Otros	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 10

Representación porcentual del Tipo de comprobante de pago que emite la empresa



Fuente: Tabla 10

Interpretación

El 67% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 emiten factura como tipo de comprobante, mientras que el 33% boletas.

TABLA 11

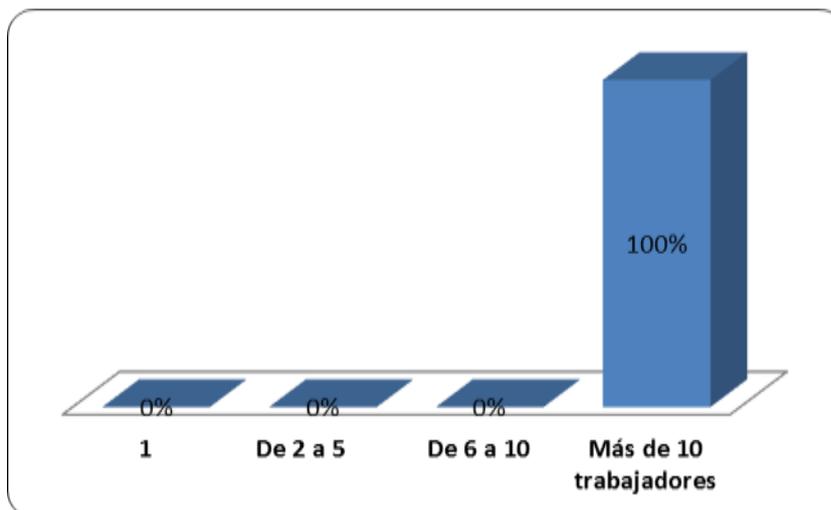
11. ¿Cuántas personas trabajan en su empresa?

Alternativas	Fr. R	Fr. A.
1	0	0%
De 2 a 5	0	0%
De 6 a 10	0	0%
Más de 10 trabajadores	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 11

Representación porcentual de cuantas personas trabajan en la empresa



Fuente: Tabla 11

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, trabajan más de 10 de trabajadores.

TABLA 12

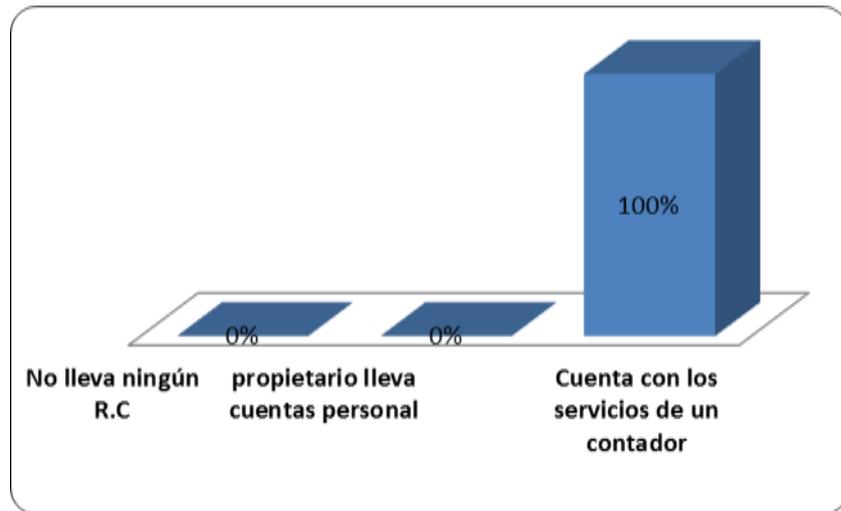
12. ¿Llevan un control contable?

Alternativas	Fr.R	Fr.A
No lleva ningún R.C	0	0%
propietario lleva cuentas personal	0	0%
Cuenta con los servicios de un contador	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 12

Representación porcentual llevan un control contable



Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 cuentan con los servicios de un contador.

TABLA 13

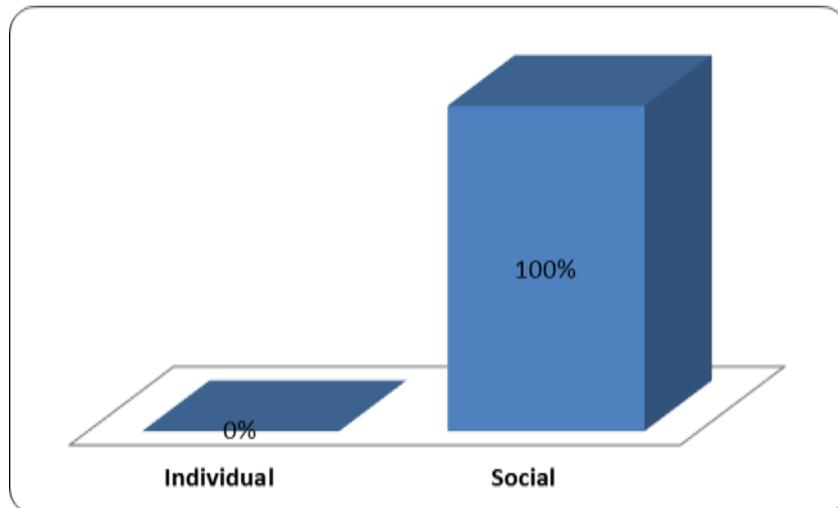
13. ¿Tipo de capital?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Individual	0	0%
Social	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 13

Representación porcentual del tipo de Capital



Fuente: Tabla 13

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen tipo de capital social.

TABLA 14

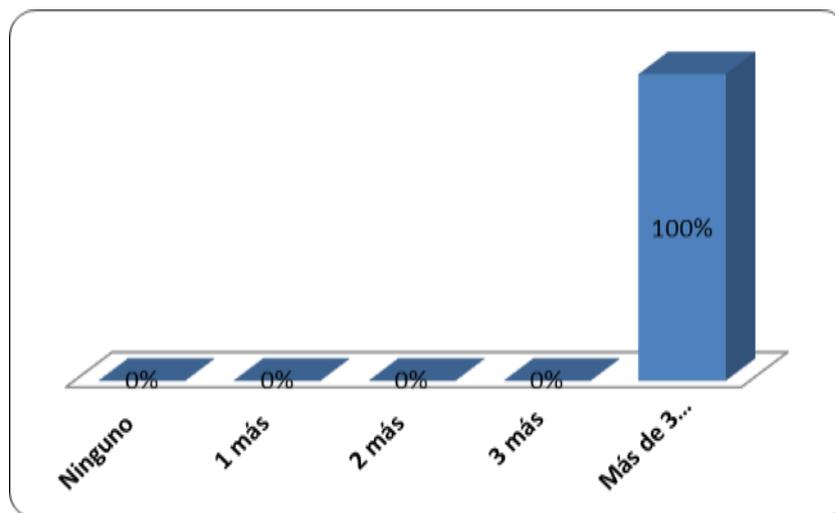
14. ¿Cuántos establecimientos tiene su empresa incluyendo éste?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Ninguno	0	0%
1 más	0	0%
2 más	0	0%
3 más	0	0%
Más de 3 establecimientos	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 14

Representación porcentual de cuantos establecimientos tiene su empresa incluyendo este.



Fuente: Tabla 14

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen más de 3 establecimiento.

TABLA 15

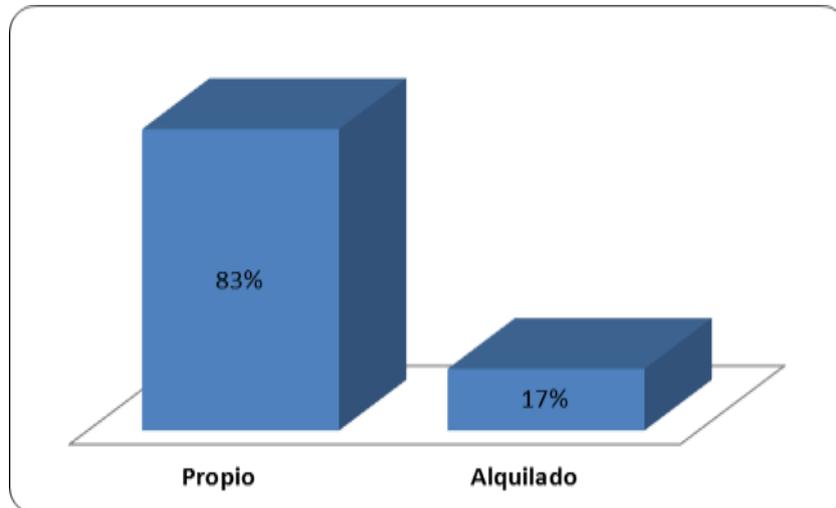
15. ¿Propiedad del local comercial?

Alternativas	Fr. R	Fr. A
Propio	5	83%
Alquilado	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 15

Representación porcentual de la propiedad del local comercial



Fuente: Tabla 15

Interpretación

El 83% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen local propio mientras que 17% es alquilado.

TABLA 16

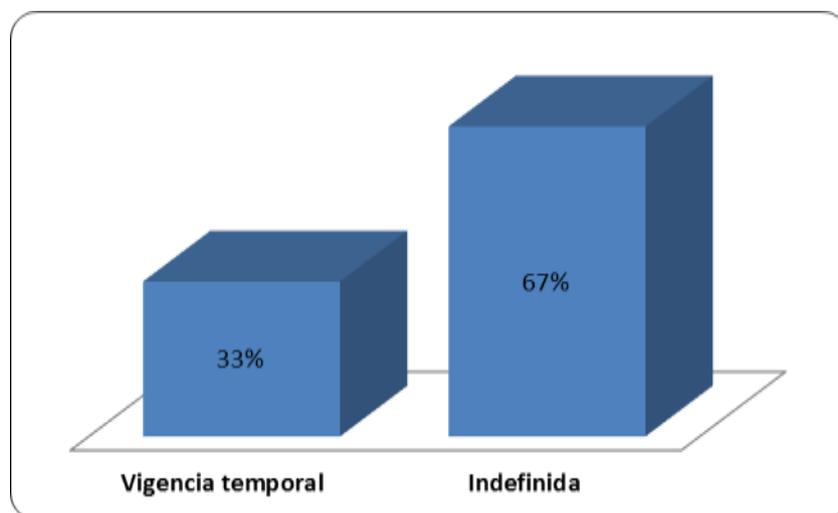
16. ¿Tipo de licencia?

Alternativas	Fr. R	Fr. A.
Vigencia temporal	2	33%
Indefinida	4	67%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 16

Representación porcentual del tipo de licencia



Fuente: Tabla 16

Interpretación

El 67% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen el tipo de licencia indefinida mientras que 33% es temporal.

TABLA 17

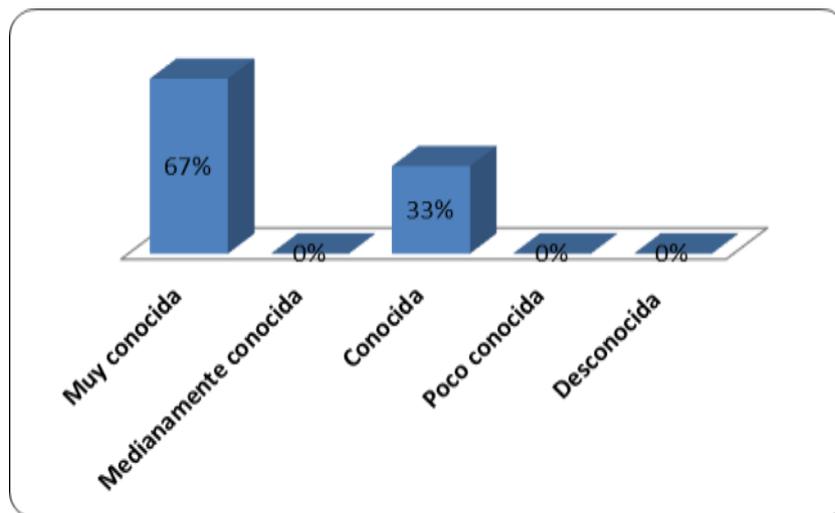
17. ¿Cómo considera a su empresa en su localidad?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Muy conocida	4	67%
Medianamente conocida	0	0%
Conocida	2	33%
Poco conocida	0	0%
Desconocida	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 17

Representación porcentual de como considera a su empresa en su localidad



Fuente: Tabla 17

Interpretación

El 67% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 dice que su empresa en la localidad es muy conocida mientras que el 33% solo conocida.

4.1.3 Describir los tributos de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

TABLA 18

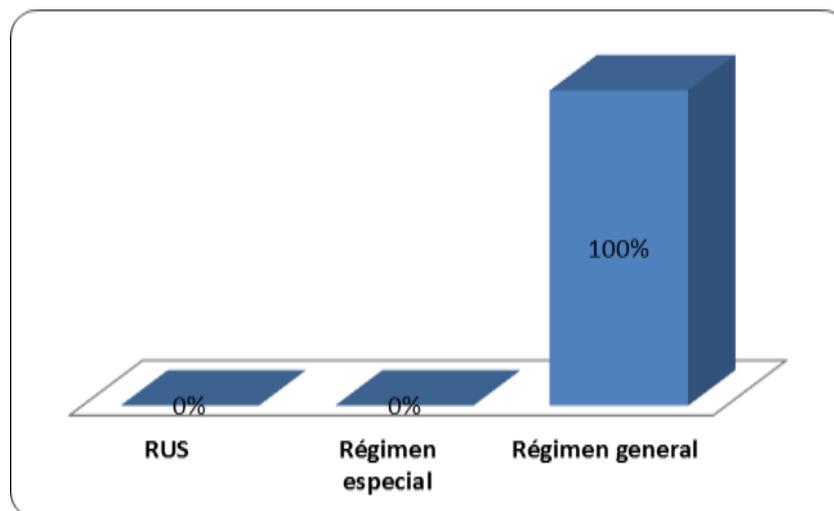
18. ¿A qué régimen tributario pertenece?

Alternativas	Fr. R	Fr. A.
RUS	0	0%
Régimen especial	0	0%
Régimen general	6	100%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 18

Representación porcentual de que régimen tributario pertenece



Fuente: Tabla 18

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 pertenecen al régimen tributario general.

TABLA 19

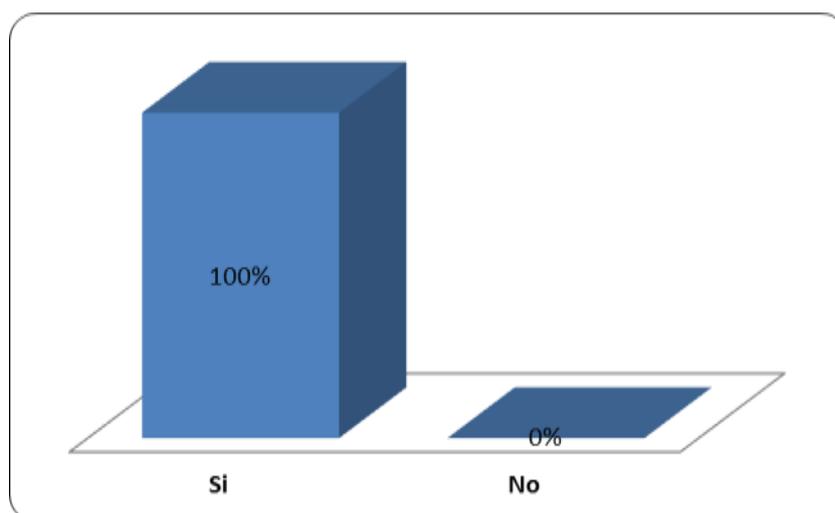
19. mantiene actualizado los permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales?

Alternativas	Fr. R	Fr. A
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 19

Representación porcentual permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales



Fuente: Tabla 19

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si mantienen actualizados los permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales.

TABLA 20

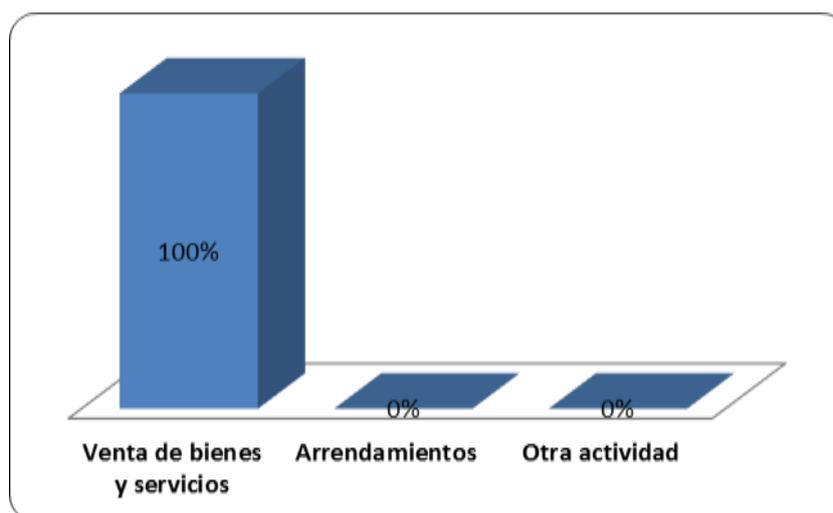
20. ¿Qué rubros conforman sus ingresos percibidos durante el ejercicio gravable?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Venta de bienes y servicios	6	100%
Arrendamientos	0	0%
Otra actividad	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 20

Representación porcentual de rubro ingreso percibidos durante el ejercicio



Fuente: Tabla 20

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 conforman sus ingresos percibidos durante el ejercicio gravable por la venta de bienes y servicios.

TABLA 21

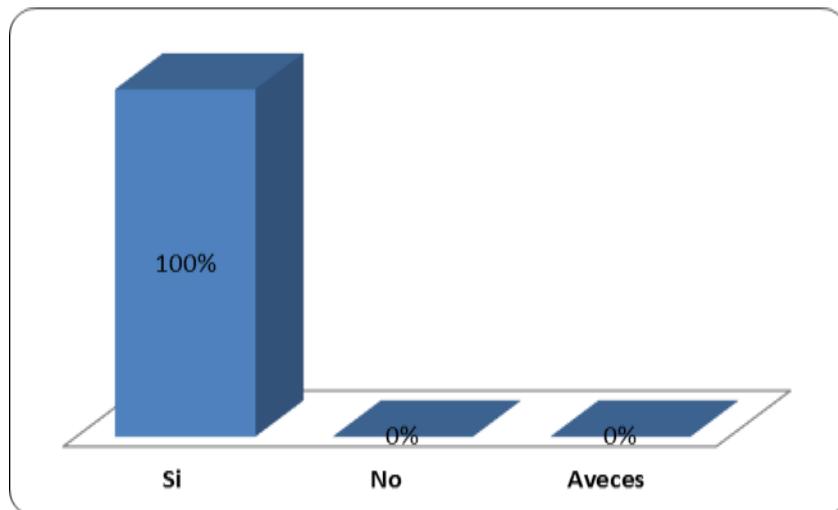
21. ¿Emite comprobantes de pago por toda venta?

Alternativas	Fr. R	Frec. A
Si	6	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 21

Representación porcentual de emisión de comprobante de pago toda venta



Fuente: Tabla 21

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 emiten comprobante de pago por toda venta.

TABLA 22

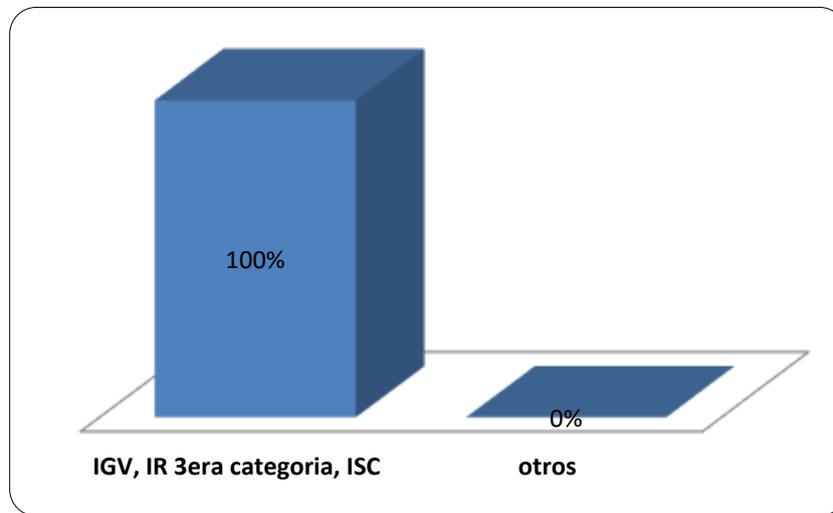
22. ¿A qué tributos se encuentra afectos su empresa?

Alternativas	Fr R.	Fr. A.
IGV, IR 3era categoría, ISC	6	100%
Otros	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 22

Representación porcentual de que tributos se encuentra afectos su empresa



Fuente: Tabla 22

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 esta afectos a los tributos del ISC, IGV y Renta de 3era categoría.

TABLA 23

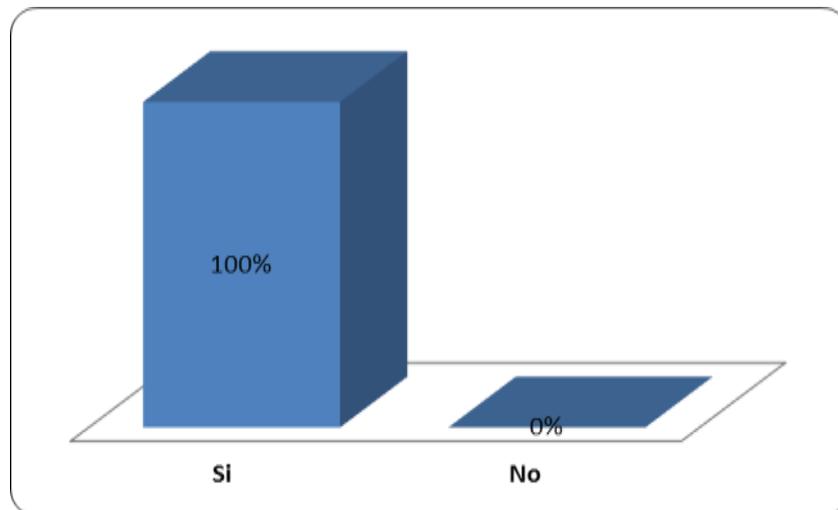
23. ¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 23

Representación porcentual cumplen las obligaciones tributarias



Fuente: Tabla 23

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si cumplen regularmente con sus obligaciones tributarias.

TABLA 24

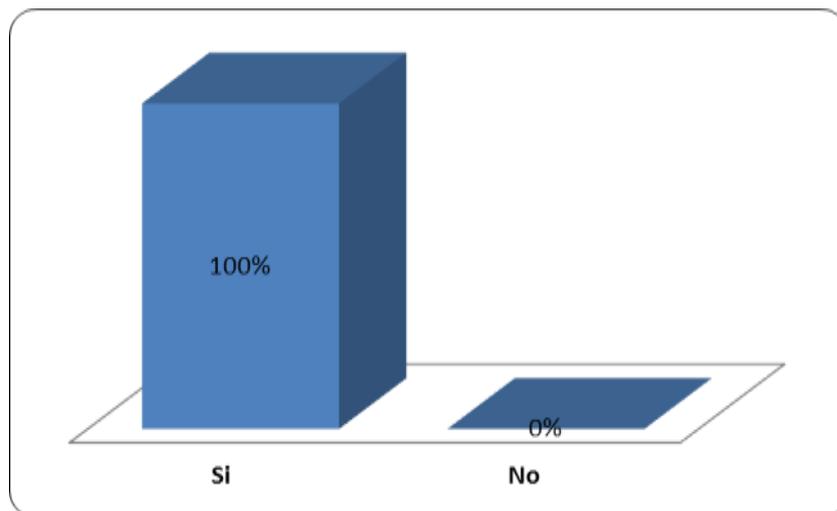
24. ¿La elaboración y declaración de los impuestos selectivo al consumo e igr son correctamente supervisadas?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 24

Representación porcentual de la elaboración y declaración de los ISC E IGV son correctamente supervisadas.



Fuente: Tabla 24

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 son supervisadas en la elaboración y declaración de ISC e IGV.

TABLA 25

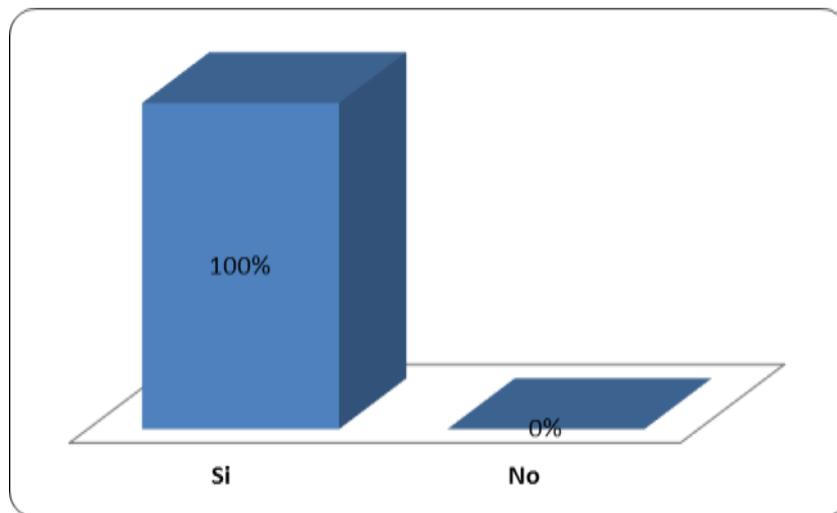
25. ¿Cuenta la empresa con un especialista en el área tributaria?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 25

Representación porcentual si la empresa cuenta con u especialista en el área tributaria



Fuente: Tabla 25

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, si cuenta con un especialista en el área tributaria.

TABLA 26

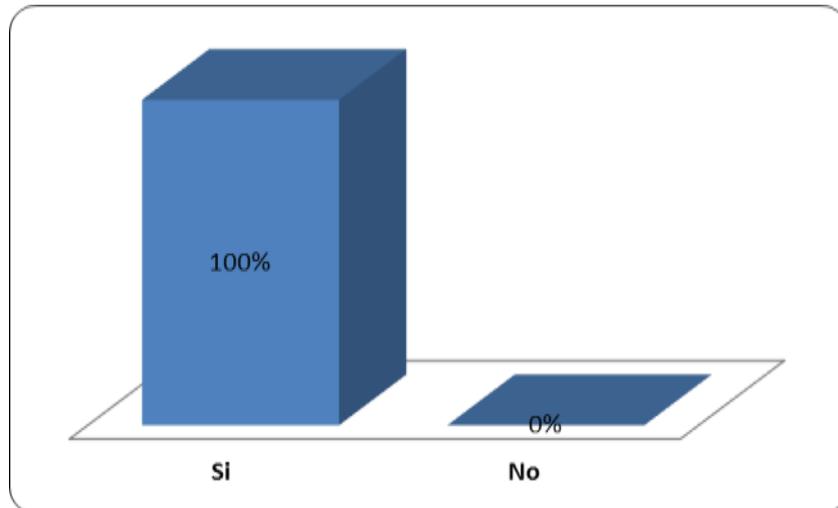
26. ¿Ha sido fiscalizado y supervisado por Sunat durante el último año?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 26

Representación porcentual si ha sido fiscalizado por SUNAT durante el último año



Fuente: Tabla 26

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si han sido fiscalizados y supervisado por SUNAT durante el último año.

TABLA 27

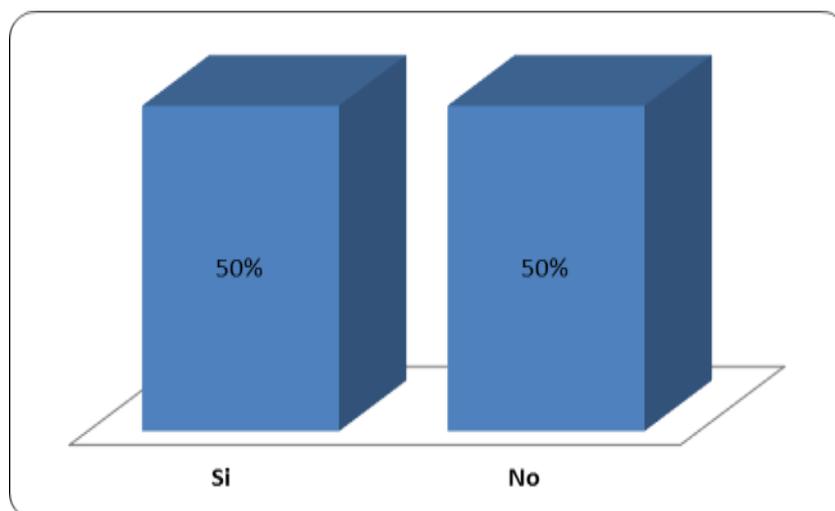
27. ¿Se ha visto afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	3	50%
No	3	50%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 27

Representación porcentual afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC



Fuente: Tabla 27

Interpretación

El 50% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si se han visto afectadas por las reformas de leyes tributarias del ISC, mientras que el 50% no.

TABLA 28

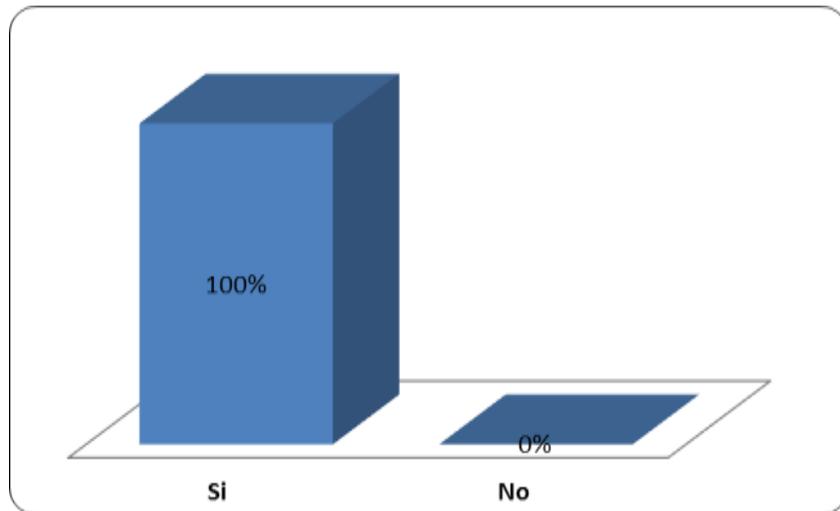
28. ¿Existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias del ISC e IGV?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

GRAFICO 28

Representación porcentual si existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias de ISC e IGV



Fuente: Tabla 28

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias del ISC e IGV.

4.1.4 Describir el impacto de los tributos en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

TABLA 29

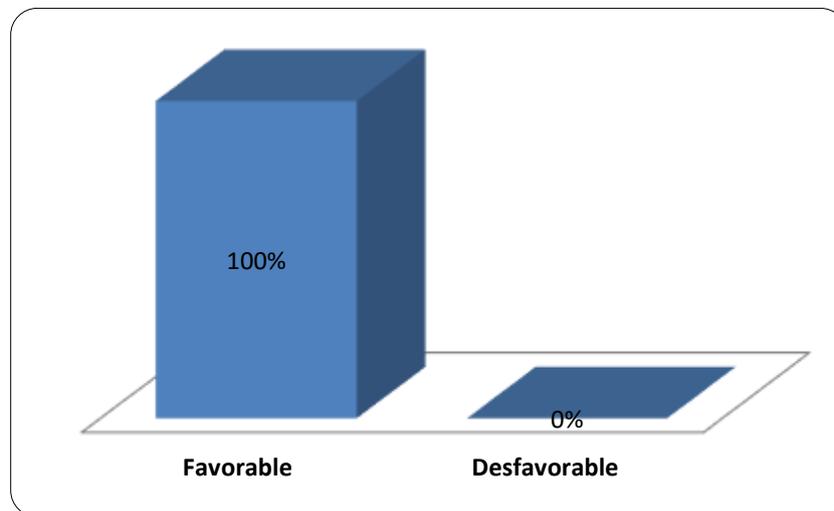
29. Opinión de la tasa del IGV

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Razonable	6	100%
Muy Alto	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 29

Representación porcentual de la opinión de la tasa del IGV



Fuente: Tabla 29

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 opinan que la tasa de IGV, es razonable.

TABLA 30

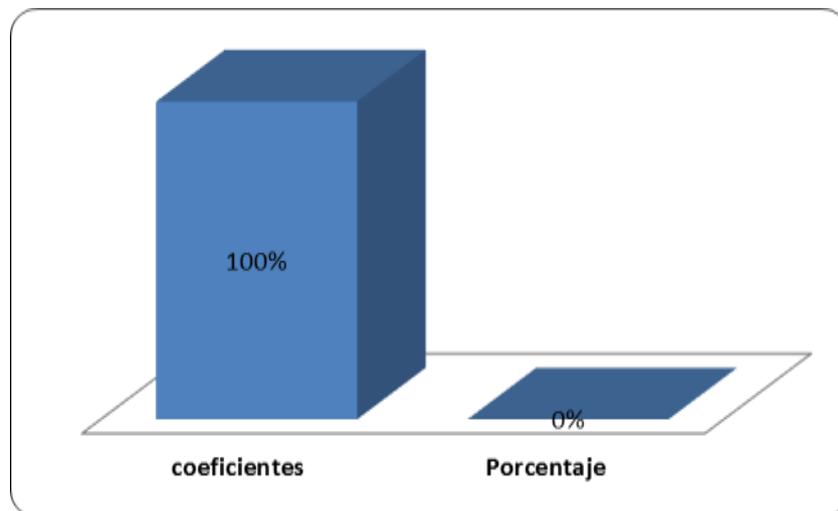
30. ¿Métodos del cálculo del pago a cuenta mensual?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Coeficientes	6	100%
Porcentaje	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 30

Representación porcentual de métodos de los cálculos del pago a cuenta mensuales



Fuente: Tabla 30

Interpretación

El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 .Utiliza el método de coeficiente en el año 2016.

TABLA 31

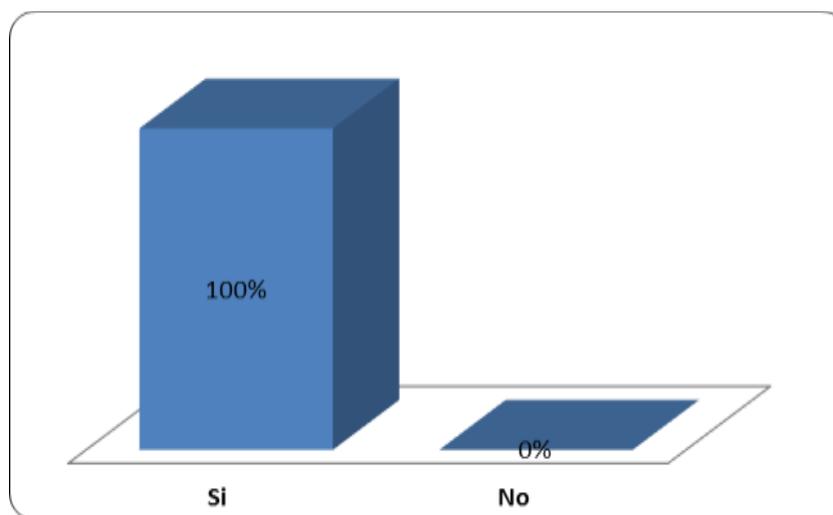
31. ¿Existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV y renta?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 31

Representación porcentual si existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV, Renta



Fuente: Tabla 31

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 tienen control previo en cuanto a las revisiones de la obligación tributaria en materia de IGV, Renta.

TABLA 32

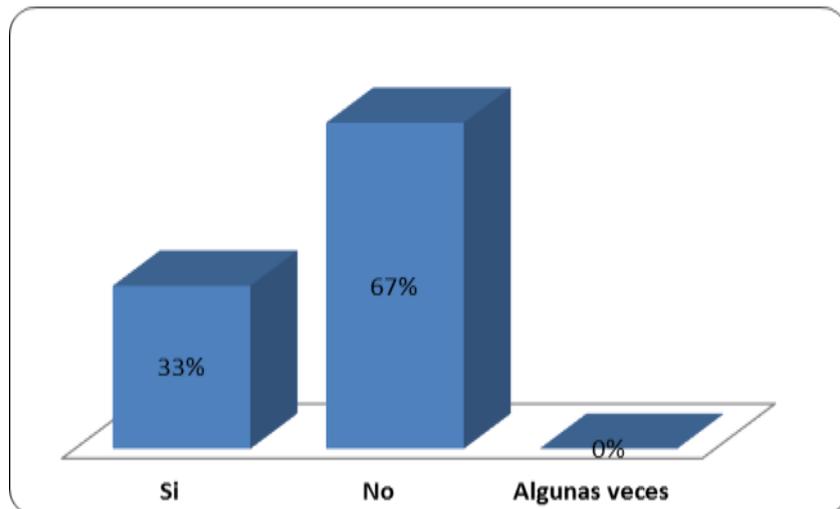
32. ¿La empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	2	33%
No	4	67%
Algunas veces	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 32

Representación porcentual si la empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada



Fuente: Tabla 32

Interpretación

El 67% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si han realizado declaraciones sustitutas por errores en declaración presentada mientras que el 33% no.

TABLA 33

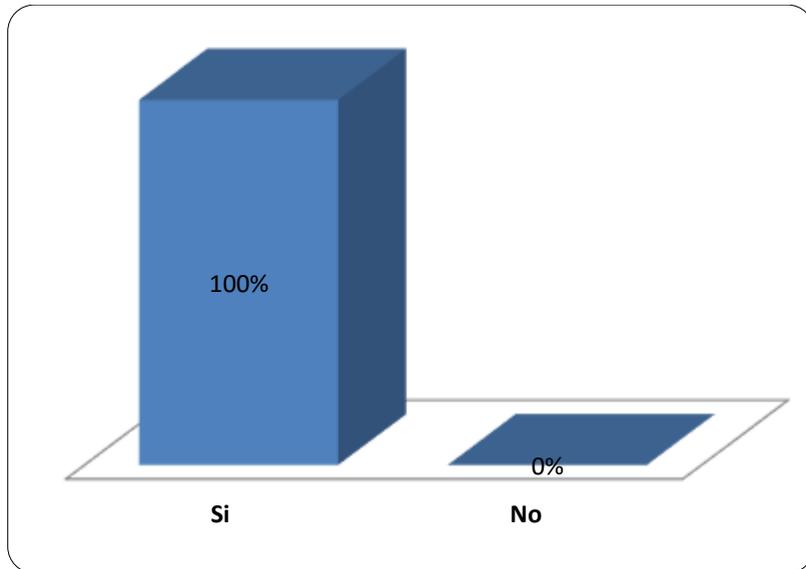
33. ¿Se encuentra informado de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 33

Representación porcentual se encuentra informada de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias



Fuente: Tabla 33

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, si están informados de las sanciones tributarias.

TABLA 34

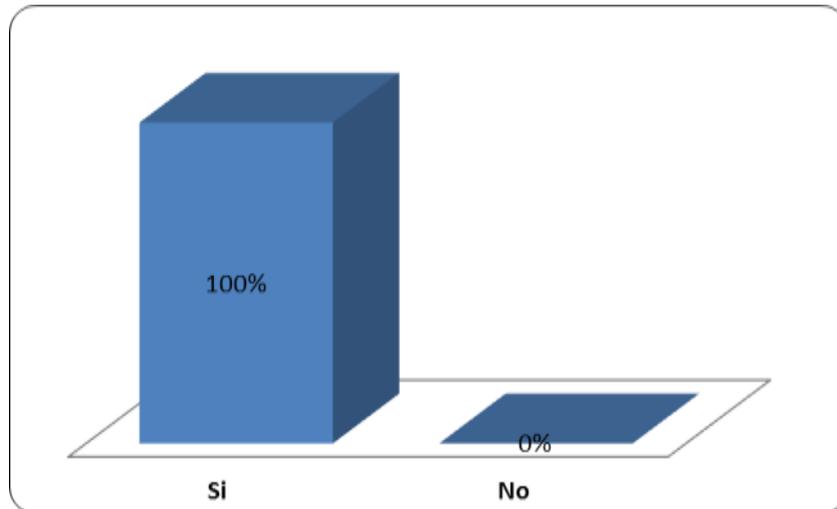
34. ¿Se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 34

Representación porcentual se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias



Fuente: Tabla 34

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias.

TABLA 35

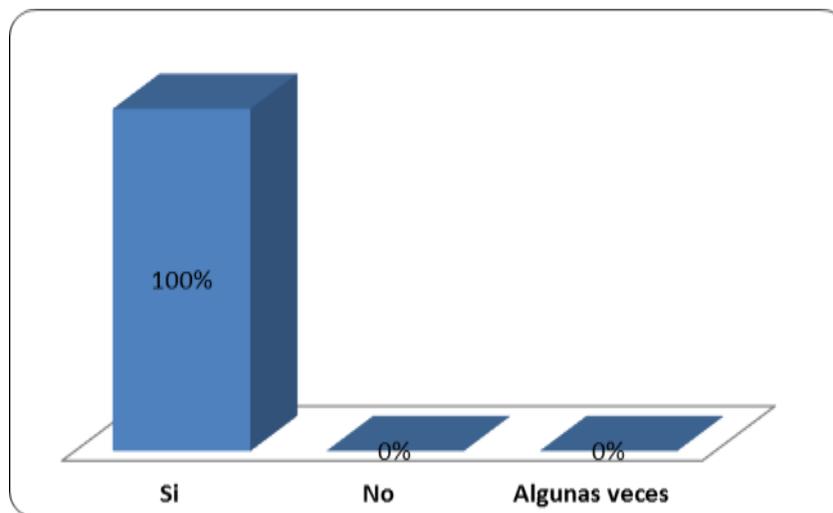
35. ¿Mantiene actualizados sus estados financieros?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	0%
Algunas veces	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 35

Representación porcentual mantienen actualizados sus estados financieros



Fuente: Tabla 35

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 mantiene actualizados sus estados financieros.

TABLA 36

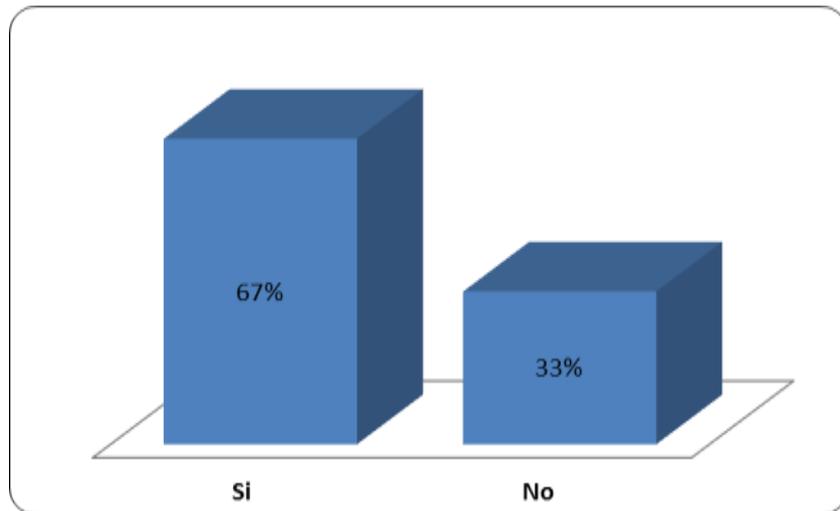
36. ¿Considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiara de manera positiva al control y pago de sus tributos?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	6	100%
No	0	00%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 36

Representación porcentual considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiara de manera positiva al control y pago de sus tributos



Fuente: Tabla 36

Interpretación

El 67% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, dicen que una auditoria de cumplimiento tributario si beneficiaria el control y pago de tributos mientras que el 33% no.

TABLA 37

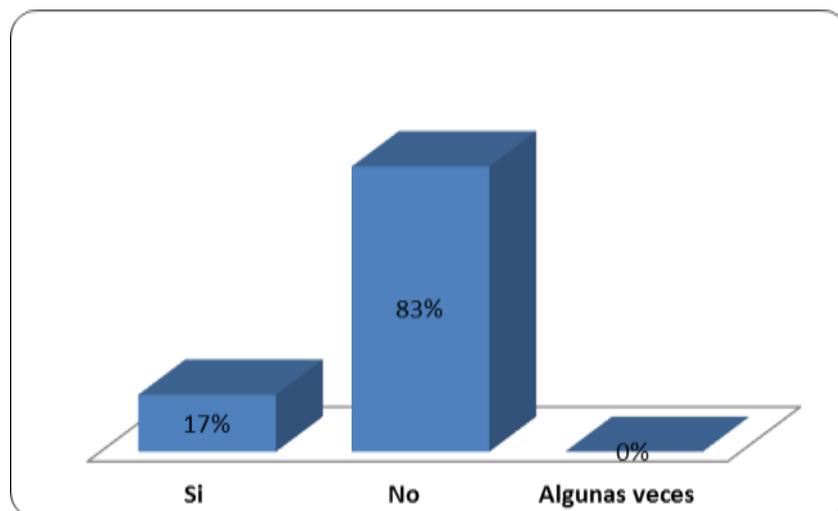
37. ¿Enfrenta actualmente procesos administrativos o judiciales por cobro o falta de pago de tributos?

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Si	1	17%
No	5	83%
Algunas veces	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 37

Representación porcentual enfrenta actualmente procesos administrativos o judiciales por cobro o falta de pago de tributos



Fuente: Tabla 37

Interpretación

El 83% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 enfrentan procesos administrativos o judicial, es por cobro o falta de tributos; mientras que el 17% no.

TABLA 38

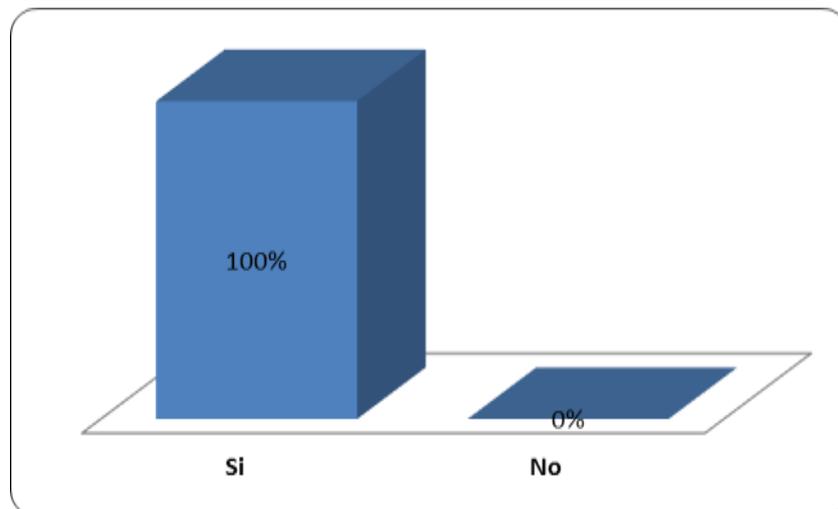
38. ¿La empresa efectúa correctamente la tasa del ISC y percepciones por cada venta realizada?

Alternativas	Fr. R	Fr. A
Si	6	100%
No	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 38

Representación porcentual si la empresa efectúa correctamente la tasa del ISC y Percepciones por cada venta realizada



Fuente: Tabla 38

Interpretación

El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 hace correctamente el uso de la tasa.

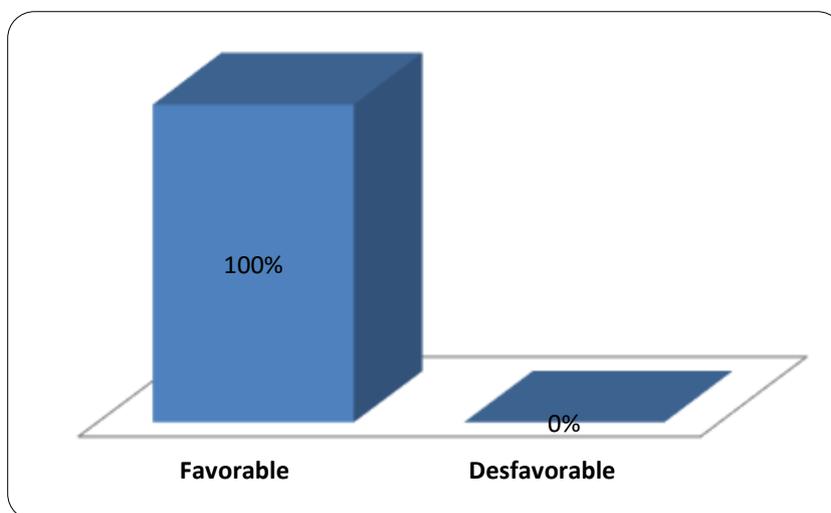
TABLA 39
39. Resultados de gestión en año 2016

Alternativas	Fr. R.	Fr. A.
Favorable	6	100%
Desfavorable	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado

GRAFICO 39

Representación porcentual resultados de gestión en el año 2016.



Interpretación:

El 100% de las encuestada manifestaron que tuvieron en el año 2016, un año de gestión favorable.

4.2 Análisis de los Resultados

4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Tabla 1: El 67% de los propietarios o representantes legales de comercializadoras de cerveza de la ciudad de Piura, cuenta con una edad entre 31-45 años, el 33 % tiene entre 46 a 60 años. Lo que permite apreciar que los porcentajes más altos corresponden a personas entre 31-45 con experiencia en el rubro de la comercialización de cerveza.

Tabla 2: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza encuestadas, sus representante legales son de sexo masculino. Este resultado se debe que los representantes legales de dichas comercializadoras son netamente de sexo masculino.

Tabla 3: El 67% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, los representantes legales su grado de instrucción es universitaria mientras que el 33% cuenta con estudios Magister. Los porcentajes más altos nos demuestran que la empresa comercializadora cuenta con profesionales competentes.

Tabla 4: El 33% de empresas comercializadoras encuestadas el gerente general es de profesión contador, el 33% es de profesión administrador, un 17% son de profesión ingeniero y un 17% economista. Esto es debido que su mayoría de las empresas la gerencia es su mayoría es de profesión contabilidad y administración.

Tabla 5: El 50 % de las encuestadas eran los administradores, el 33% el gerente y un 17% son representantes lega. Esto se debe que las empresas en estudio cuentan en su mayoría con administrador garantizando los objetivos previstos.

Tabla 6 El 67% de las empresas encuestadas tienen más de 5 años desempeñando en la actividad y el 33% tienen de 3 a 5 años. Esto se debe que la antigüedad en el sector comercial de cerveza garantiza la experiencia en el sector

4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Tabla 7: El 83% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, tienen más de 10 años en la actividad comercial y el 17% entre 6 a 10 años. Esto se debe a que en el rubro de comercialización de cerveza, las empresas con más 10 años son más competentes en el mercado de venta de cerveza.

.

Tabla 8: El 100% de empresas encuestadas, son de constitución legal como persona jurídica. Esto indica que los empresarios se asociación para formar una sociedad más competente en el sector comercio de cerveza.

Tabla 9: El 100 % de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, está en actividad económica. Esto se debe a la gran demanda de bebidas alcohólicas.

.

Tabla 10: El 67% de empresas encuestadas emiten factura por la venta de cerveza y el 33% emite boletas por dicha. Esto se debe que su mayoría de las empresas encuestadas comercializan con empresas formalizadas por lo cual emiten factura.

Tabla 11: El 100% de las empresas en estudio cuenta con más 10 de trabajadores a su cargo. Esto demuestra que la demanda en cerveza es progresiva y demanda de trabajo, por lo cual para su operatividad necesita contar con más 10 trabajadores según se ha necesario

Tabla 12: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 cuentan con los servicios de un contador. Ya que todas las empresas están obligadas a llevar contabilidad necesitan de los servicios profesionales de un contador competente.

Tabla 13: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, cuenta con capital social. Esto se debe que la mayoría son inversiones extranjeras con el objetivo de obtener una rentabilidad, dando trabajo a los lugareños para su operatividad de la misma.

Tabla 14: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, cuenta con más de 3 establecimiento. Indica que ha mayor demanda de cerveza han tenido que contar con más establecimiento alrededor del país para satisfacer al mercado.

Tabla 15: El 83% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura en el periodo 2016, cuenta con locales comerciales propios y un 17% con locales alquilados.

Tabla 16: El 67% de empresas comercializadoras encuestadas cuenta con el tipo de licencia indefinida y 33% cuenta con licencia temporal. Esto se debe en su mayoría los locales de comercialización es propio, han tenido que acudir a préstamos para su obtención.

Tabla 17: El 67% de las empresas en estudio son muy conocidas y el 33% solo conocida. Esto expresa que son empresas que tienen años en el sector comercial de cerveza, lo cual ha permitido ser muy conocida.

4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3

Describir los tributos de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Tabla 18: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 pertenecen al régimen tributario general, Esto se debe por el nivel de venta que perciben en el mes o periodo determinado, los ubican en este régimen.

Tabla 19: El 100% de las empresas encuestada expresan que si mantienen los permisos o autorizaciones actualizados, requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales. Esto se debe que en su mayoría para la operatividad de la

misma deben contar con permiso o autorizaciones para cumplir con los objetivos previsto

Tabla 20: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 sus ingresos son origen de la venta de cerveza. Esto se debe a que la mayoría de la encuestadas solo cuenta con capital propio dedicándose únicamente a la venta de cerveza al por mayor y menor.

Tabla 21: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 emiten comprobante de pago por toda venta. Esto se debe que en su mayoría tienen cultura tributaria emitiendo por cada venta su respectivo comprobante de pago.

Tabla 22: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 esta afectos a los tributos del impuesto selectivo al consumo e IGV. Además de ser una buena fuente generadora de empleo se encuentra sujeta a tres tipos de impuesto, que son el Impuesto General a las Ventas (IGV) de 16% sobre el valor de venta, el Impuesto de Promoción Municipal (IPM) de 2%, y el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC). Y con el resultado encontrado de (**Ramírez, 2014**).

Tabla 23: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si cumplen regularmente con sus obligaciones tributarias. Esto se debe que tienen mucha responsabilidad en presentación de sus declaraciones mensuales. No desean consecuencia futuras con el fisco.

Tabla 24: El 100% de las empresas encuestadas son supervisadas en la elaboración y declaración de ISC e IGV. Esto se debe que la mayoría gestiona cuenta con especialistas en materia de tributaria por lo cual hacen revisiones y supervisiones de declaraciones mensuales.

Tabla 25: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016. Si cuenta con profesional competente en la materia. Es porque las empresas en estudio si cuenta con un especialista en el área tributaria.

Tabla 26: El 100% de las empresas encuestadas has sido fiscalizada por SUNAT. Esto se debe que SUNAT está desempeñando su entidad recaudadora y verificadora en la determinación de los impuestos por parte de los contribuyentes.

Tabla 27: El 50% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 si se han visto afectadas por las reformas tributarias del ISC y el 50% no. Esto se debe que en la actualidad SUNAT está adecuando reformas de obligaciones formales y sustanciales de manera electrónicas. Es la razón que los empresarios se sienten afectados por el cambio de sus obligaciones de manera electrónicas. Y con el resultado encontrado **Portal Tributario (2016) Dice** que el gerente general de Ambev Perú, Alexandre Magno Franca, comentó que la modificación del ISC a la cerveza “le restaba la posibilidad de tomar decisiones estratégicas e impedía operar el negocio con normalidad”. También comentó la dificultad de una recuperación del negocio si de por medio no reducía drásticamente sus costos según lo especificó el Diario Gestión en el 2013.

Tabla 28: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 cuenta con la planificación para el cumplimiento de la obligación tributaria del ISC e IGV. Esto se debe que la mayoría cuenta con asesor tributario que su misión es cumplir con el cumplimiento de las obligaciones según los objetivos previstos.

4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4

Describir el impacto de los tributos en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

Tabla 29: El 83% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 opinan que la tasa de IGV, es muy alto y el 17% es razonable, Esto se debe que en su mayoría no tienen cultura tributaria sobre impuestos.

Tabla 30: El 100% de empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 encuestadas son contribuyentes que realizan sus pagos utilizando el coeficiente por que obtuvieron renta imponible en el año anterior.

Tabla 31: El 100% de las empresas encuestadas tienen control previo en cuanto a las revisiones de la obligación tributaria en materia de IGV, Renta. Esto se debe en su mayoría gestiona y cuenta con especialistas en materia de tributaria por lo cual hacen revisiones de declaraciones mensuales.

Tabla 32: El 67% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 no han realizado declaraciones sustitutas por errores en

declaración y el 33% si han realizado. Esto se debe que en su minoría ha sido afectada por los cambios drásticos según la normativa tributaria.

Tabla 33: El 87% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, está informado de las sanciones, en caso de no cumplir con las obligaciones tributarias y el 13% no está informado.

Tabla 34: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias. Cabe señalar que en su mayoría hacen frente a sus pagos de tributos de acuerdo a su planificación

Tabla 35: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 mantiene actualizados sus estados financieros. Cabe señalar que en su mayoría de las empresas mantienen los estados financieros actualizados para poder acceder a préstamos de las entidades que es uno de los requisitos.

Tabla 36: El 100% de las empresas encuestadas, refieren que una auditoria de cumplimiento tributario si beneficiaria el control. Indica de la encuestadas que sería beneficio solo corroboración del trabajo de profesional competente ante una auditoria

Tabla 37: El 83% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016 no enfrentan procesos administrativos o judicial es por cobro o falta de tributos mientras y el 17% si cuenta con acto administrativo. Esto se debe

que su mayoría cumple con su obligaciones ante SUNAT no desean ser perjudicados ante cualquier proceso administrativos de SUNAT.

Tabla 38: El 100% de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016, hace correctamente el uso de la tasa. Esto se debe a que las empresas encuestadas cuentan con profesionales competente ante la materia tributaria.

Tabla 39: El 100% de las encuestadas manifestó que el resultado de gestión fue favorable cumpliendo con todos sus objetivos y metas.

V. CONCLUSIONES

5.1 Respecto al Objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

1) La investigación determinó que el 67% de los propietarios o representantes legales de las empresas comercializadoras de cerveza de la ciudad de Piura, cuentan con una edad entre 31-45 años, lo que permite apreciar un rubro con experiencia en la comercialización. El 100% de ellos son de sexo masculino, se debe que los representantes legales de dicha comercialización son de sexo netamente varonil. El 67% de los empresarios tiene estudios universitarios, un 33% cuentan con estudios de magister. Los porcentajes más altos nos muestran que las empresas cuentan con profesionales competentes e idóneos en la administración garantizando de manera eficiente y eficaz los objetivos previstos.

El 33% de las encuestadas el Gerente General es de profesión contador. El 67% de las comercializadoras de cerveza cuentan con más de 3 a 5 años en la actividad de comercialización, lo cual garantiza la experiencia sector. (Tabla1, 2, 3,4.5 y 6)

5.2 Respecto al Objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

1) El 83% de las empresas comercializadora en estudio se encuentran constituidas desde hace más de diez años. Se debe que son empresas con bastante experiencia en rubro comercial, se han constituido y formalizado por obligación de la misma normativa vigente, además por lo mismo que tienen que comercializar formalmente con personas jurídica y natural. (Tabla 7, 8 y 9)

2) El 100% de la empresa encuestada está en actividad económica. Por la gran demanda de bebidas alcohólicas. Para su realización de la actividad económica el 67% emite factura y en su mayoría cuentan con más de 10 trabajadores para su operatividad (Tablas 9, 10 y 11).

3) El 100% de las empresas en estudios de acuerdo a su dimensión económica cuentan con los servicios profesionales de un contador. En su mayoría de las empresas su capital es social de acuerdo a la formación empresarial. La comercialización de cerveza es una actividad muy lucrativa por lo que el 100% de empresas encuestadas cuentan con más de 3 establecimientos y el 83% cuenta con local propio. Cabe indicar el 67%, de empresas cuentan con licencia indefinida porque en su mayoría los locales son propios. El 67% de las empresas en estudio son muy conocidas porque son empresas que tienen años en el sector comercial (Tabla 12, 13.14 .15, 16 y 17)

5.3 Respecto al Objetivo específico 3

Describir los tributos de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

1) El 100% de las empresas comercializadora se ubican en el Régimen General de Renta – Tercera Categoría, por los ingresos que perciben en el mes, ya que estas

superan las 150 de las UIT. El 100%, mantienen sus autorizaciones como permiso o licencias de funcionamiento para la venta de cerveza, sus ingresos son de origen de la venta de cerveza al por mayor y menor. El 100 % emiten comprobante de pago por toda venta de cerveza, porque acreditan la entrega de los bienes. Esto se debe que en su mayoría tienen cultura tributaria, (Tablas 18,19 y 20).

2) El 100% de empresas en estudio esta afecto a IGV, Renta 3era categoría, ISC y Percepciones. El 100% cumplen con las obligaciones tributarias; debidas a que existe planificación y presupuesto de tributos y por no generar gastos con sanciones por multas o moras por incumplimiento. Un 100% de las encuestadas si cumplen con sus obligaciones tributarias, tienen mucha responsabilidad en la presentación de sus declaraciones mensuales y el 100% hacen revisiones de materia de IGV, RENTA e ISC. En el año 2016 el 100% fueron fiscalizados por SUNAT por cumplir con su papel de entidad recaudadora y verificadora en la determinación de los impuestos. Cabe precisar que el 50% de los encuestados se ha visto afectado por las reformas tributarias y 50% no se han visto afectado por dichas reformas, es por esto que el 100% de la empresas cuentan con la planificación para el cumplimiento de la obligación tributaria del ISC e IGV (Tabla 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 Y 28).

5.4 Respecto al Objetivo específico 4

Describir el impacto de los tributos en los resultados de gestión de las empresas comercializadoras de cerveza en la ciudad de Piura, periodo 2016.

1) El 100% de la empresas comercializadora de cervezas de la ciudad de Piura, investigadas, presentaron un impacto favorable en los resultados de gestión del año 2016.(tabla 39).

2) Este resultado favorable se debió a que, El 100% de las empresas encuestadas se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias. El 100% de las empresas encuestadas mantiene sus estados financieros actualizados para la toma las decisiones correspondientes sobre sus futuras operaciones. El 100% de empresas, encuestadas son contribuyentes que realizan sus pagos utilizando el coeficiente por que obtuvieron renta imponible en el año anterior. Y el 100% cumplieron sus objetivos previsto haciendo correctamente el uso de la tasa de ISC y Percepciones por cada venta realizadas.

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1 Referencias bibliográficas

Aparicio, S. (2014). En su tesis Doctoral, “*Consumo y fiscalidad de bebidas alcohólicas en España*”, Disponible en:

https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/661013/aparicio_obregon_silvia.pdf?sequence=1

Andina del Perú para el mundo (2016). En su publicación, “*Cervecerías artesanales respaldan cambio del ISC a la cerveza*”. Disponible en:

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-cervecerias-artesanales-respaldan-cambio-del-isc-a-cerveza-611169.aspx>

Carrera, L. (2012). En su tesis para el grado académico de: Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales. “*La doble tributación en la ley del impuesto sobre la distribución de bebidas alcohólicas destiladas, cervezas y otras bebidas fermentadas*” Disponible en: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/07/01/Carrera-Luis.pdf>

Castro, M. (2003). En su tesis titulada. “*El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*”. (2ª.ed.). Caracas: Uyapal. Disponible en:

http://virtual.urbe.edu/librotexto/001_4_CAS_1/indice.pdf

Comercio (2016). En su publicación. “*Cómex entra en la batalla por cambios a ISC a la cerveza*”, Disponible en: <http://elcomercio.pe/economia/negocios/comex-critica-al-congreso-cambios-isc-cerveza-noticia-1895422>

Diario Gestión (2014). En su publicación: “*Sector licores cae entre cinco y diez puntos durante 2014*”, Disponible en:

<http://gestion.pe/mercados/sector-licores-cae-entre-5-y-10-puntos-durante-2014-2111817>

Diario Gestión (2016). En su publicación. *”Incrementan impuesto a cervezas, vinos y licores”*, Disponible en:

<http://gestion.pe/politica/incrementan-impuesto-selectivo-al-consumo-cervezas-vinos-y-licores-2066064>

Diario Gestión (2014). En su publicación. *“La cerveza y el impuesto que evita la competencia por precios”*, Disponible en:

<http://gestion.pe/economia/cerveza-y-impuesto-que-evita-competencia-precios-2110139>

Diario Gestión. (2014). En su publicación. *“Perú está entre los 10 primeros países cuya cerveza tiene mayor carga tributaria”*, Disponible en:

<http://gestion.pe/economia/peru-esta-entre-10-primeros-paises-cuya-cerveza-tiene-mayor-carga-tributaria-segun-comex-2109096>

Franco, A. (2011). En su tesis para optar el título de contador público, *“La bancarización y los efectos tributarios – económicos en las distribuidoras cerveceras del de, distrito de Trujillo en el ejercicio 2011”*. Disponible en:

http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/5322/franco_antony.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mellado, A. (2015). En su tesis optar el título de Ingeniero Comercial, Mención Economía: *“Análisis al nuevo impuesto a los alcoholes”*, Disponible en:

<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129680>

Portal Tributario: En su publicación: *“Dificultades en industria cervecera”*, Disponible en:

<http://www.portaltributario.com.pe/detalle.php?id=2164>

Peru21 (2013). En su publicación. “*Suben impuesto a cerveza y licores*”. Disponible en: <http://peru21/economía/suben-impuesto-cerveza-vinos-y-licores-2131155>

Ramírez, A. (2014). En su publicación. “*Fabricación de bebidas cerveza*”, Disponible en: <http://es.slideshare.net/crisrm1/fabricacin-de-bebidas-cerveza>

RPP Noticias (2016). En su publicación. “*Proyecto ley que cambia el ISC a la cerveza se debatiría el 5 de mayo*”, Disponible en:

<http://rpp.pe/economia/economia/proyecto-ley-que-cambia-el-isc-a-la-cerveza-se-debatiria-el-5-de-mayo-noticia-955498>

Vera, D. (2014). En su tesis para optar el título de Economista. “*Evolución del impuesto a los bienes de consumo especial, su impacto en la recaudación tributaria de la cerveza y su incidencia en la conformación del presupuesto general del estado*”. Disponible en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/5174/1/Vera%20Logacho%20Diana.pdf>

Zapata, J. & Sabogal, A. (2012). En su tesis titulada “*Una estimación de la adulteración y la falsificación de bebidas alcohólicas en Colombia*” Disponible en:

http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Una-estimaci%C3%B3n-de-la-adulteraci%C3%B3n-y-la-falsificaci%C3%B3n-de-bebidas-alcoh%C3%B3licas-en-Colombia-Libro-Bavaria_Impresi%C3%B3n.pdf

Linkografía:

<http://conceptodefinicion.de/comercializadora/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Tributo>

<http://www.gerencie.com/que-es-un-representante-legal.html>

http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/eticainv/eticainv_05.htm

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-selectivo-al-consumo-empresas>

<http://www.econlink.com.ar/tributo>

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas>

https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental

[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/211621/PROY-GRADO EN LINEA/leccin 37 investigaci%C3%B3n transeccional o transversal.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/211621/PROY-GRADO_EN_LINEA/leccin_37_investigaci%C3%B3n_transeccional_o_transversal.html)

https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_descriptiva

<http://www.monografias.com/trabajos74/investigacion-bibliografica/investigacion-bibliografica.shtml>

<http://geiuma-oax.net/invdoc/importanciaydef.htm>

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/titulo2.htm>

<http://www.altillo.com/examenes/uba/economicas/ciclogeneral/economia/econresu2009davidricardo.asp>

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20Tributaria%20de%20David%20Ricardo.htm>

<http://economiepoliticaucj.blogspot.pe/2008/09/>

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-de-percepciones-del-igv-empresas/regimen-de-percepciones-venta-interna-de-bienes>

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/titulo2.htm>

<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informag/tribadua.htm>

6.2 Anexos

Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información, sobre las empresas comercializadoras de cerveza el mismo que servirá para desarrollar mi trabajo de Investigación titulado: **“LOS TRIBUTOS Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CERVEZA EN LA CIUDAD DE PIURA, PERIODO 2016.”**

Encuestado por: Karina Peña Saldarriaga

Fecha : ...18.../.....12...../.....16.....

FORMATO DE ENCUESTA

	I. PERFIL DEL PROPIETARIO Y/O REPRESENTANTE LEGAL	SI	NO
1	Edad		
	a) De 20 – 30 años		
	b) De 31 a 45 años		
	c) De 46 a 60 años		

	d) Mayor a 60 años		
2	Sexo		
	a) Masculino		
	b) Femenino		
3	Grado de Instrucción		
	a) Secundaria		
	b) Superior técnica		
	c) Superior universitaria		
	d) Magister		
	e) Doctor		
4	Profesión		
	a) Contador		
	b) Administrador		
	c) Arquitecto		
	d) Ingeniero		
	e) otros...		
5	¿Cuál es el cargo que ocupa Ud., en la empresa?		
	a) Propietario		
	b) Gerente		
	c) Administrador		
	d) Representante legal		
6	¿Tiempo que desempeña la actividad?		
	b) De 3 a 5 años		
	c) Más de 5 años		
	II.- PERFIL DE LA EMPRESA		

7	¿Tiempo de la empresa en la actividad comercial?		
	a) 1 a 5 años		
	b) 6 a 10 años		
	c) Más de 10 años		
8	Constitución legal		
	a) Persona natural		
	b) Persona jurídica		
9	Actividad de la empresa		
	a) Estacionaria o sin movimiento		
	b) Con actividad		
10	¿Tipo de comprobante de pago emite la empresa?		
	a) Facturas		
	b) Boletas de ventas		
	c) Ticket de caja registradora		
	d) Otros		
11	¿Cuántas personas trabajan en su empresa?		
	a) 1		
	b) De 2 a 5		
	c) De 6 a 10		
	d) Más de 10 trabajadores		
12	¿Llevan un Control contable?		
	No lleva ningún R.C		
	propietario lleva cuentas personal		
	Cuenta con los servicios de un contador		
13	¿Tipo de Capital?		
	Individual		
	Social		
14	¿Cuántos establecimientos tiene su empresa incluyendo éste?		
	Ninguno		
	1 más		

	2 más		
	3 más		
	Más de 3 establecimientos		
15	¿Propiedad del local comercial?		
	Propio		
	Alquilado		
16	¿Tipo de licencia?		
	Vigencia temporal		
	Indefinida		
17	¿Cómo considera a su empresa en su localidad?		
	Muy conocida		
	Medianamente conocida		
	Conocida		
	Poco conocida		
	Desconocida		
	III TRIBUTOS		
18	¿A qué Régimen tributario pertenece?		
	RUS		
	Régimen especial		
	Régimen general		
19	¿Dispone y mantiene actualizado los permisos o autorizaciones requeridas para la ejecución de sus actividades comerciales?		
	Si		
	No		
20	¿Qué rubros conforman sus ingresos percibidos durante el ejercicio gravable?		
	Venta de bienes y servicios		
	Arrendamientos		

	Otra actividad		
21	¿Emite comprobantes de pago por toda venta?		
	a) Si		
	b) No		
	c) A veces		
22	¿A qué tributos se encuentra afectos su empresa?		
	IR 1era. Catg		
	IR 2era. Catg		
	IR 3era. Categ		
	ISC e IGV		
23	¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?		
	Si		
	No		
24	¿La elaboración y declaración de los impuestos selectivo al consumo e IGV son correctamente supervisadas		
	Si		
	No		
25	¿Cuenta la empresa con un especialista en el área tributaria?		
	Si		
	No		
26	¿Ha sido fiscalizado y supervisado por SUNAT durante el último año?		
	Si		
	No		
27	¿Se ha visto afectada la empresa por las reformas de leyes tributarias del ISC?		

	Si		
	No		
28	¿Existe una planificación para el cumplimiento de las obligaciones tributarias del ISC e IGV?		
	Si		
	No		
	IV IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTION		
29	Opinión de la tasa del impuesto a la renta		
	a) Muy Alto		
	b) Razonable		
	c) Bajo		
30	¿Métodos del cálculo del pago a cuenta mensual?		
	Coeficientes		
	Porcentaje		
31	¿Existen controles previos en cuanto a las revisiones de las obligaciones tributarias en materia de IGV, Renta?		
	a) SI		
	b) NO		
32	¿La empresa ha tenido que realizar declaraciones sustitutivas por errores en declaración presentada?		
	a) SI		
	b) NO		
	c)Algunas veces		
33	¿Se encuentra informado de las sanciones a las cuales puede estar sujeta la empresa, en caso de incumplir con las obligaciones tributarias?		
	a) SI		
	b) NO		

34	¿Se encuentra al día con el pago de las obligaciones tributarias?		
	Si		
	No		
35	¿Mantiene actualizados sus Estados Financieros?		
	a) SI		
	b) NO		
	c)Algunas veces		
36	¿Considera usted que una auditoria de cumplimiento tributario le beneficiara de manera positiva al control y pago de sus tributos?		
	a) SI		
	b) NO		
37	¿Enfrenta actualmente procesos Administrativos o Judiciales por cobro o falta de pago de tributos?		
	a) SI		
	b) NO		
	c) Algunas veces		
38	¿La empresa efectúa correctamente la tasa del ISC y Percepciones por cada venta realizada?		
	a) SI		
	b) NO		
39	Resultado de gestión en año 2016		
	a)favorable		
	c)desfavorable		

Gracias por su apoyo a la investigación.

Anexo 2

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de Revisión de Literatura												
Revisión Bibliográfica												
Elaboración de la Metodología												
Trabajo de campo												
Recolección e interpretación de Información												
Elaboración de Informe												
Presentación del Informe												
Pre Banca												
Sustentación												

Anexo 3

I. Presupuesto

Bienes

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio
Dispositivo USB	01	Unidad	40.00
PC	01	unidad	1,200.00
Lapicero	01	Unidad	1.00
TOTAL			1,601.00

Servicios

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	02	Meses	40	80.00
Movilidad	25	Pasaje	3.00	60.00
Copias	450	Unidad	0.10	45.00
Taller	01			1,800.00
Empastado	01	Unidad	25.00	25.00
CD	01	Unidad	6.00	6.00
TOTAL S./				2016.00

III. Resumen del presupuesto

RUBROS	IMPORTE S/.
Bienes	1601.00
Servicios	2016.00
TOTAL S/.	3540.00

III. Financiamiento

Tesis autofinanciada por el investigador.