



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

CARACTERÍSTICA CONTABLE TRIBUTARIO DEL RETIRO DE BIENES CON FINES PROMOCIONALES EFECTUADO POR LA EMPRESA CONSORCIO ORION CUSCO S.R.L. CUSCO PERIODO 2016.

PRESENTADO POR : Bach. Gabriela Jiménez Nina
Bach. Roberto D. Luna Arcos

Para Optar Al Título Profesional de
Contador Público.

ASESOR : MGT. CPCC. Juan Rubén Rodríguez Calderón

CUSCO – PERU

2018



PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO:

Dr. Fortunato Endara Mamani, presento a su consideración la siguiente investigación titulada: **“CARACTERÍSTICA CONTABLE TRIBUTARIO DEL RETIRO DE BIENES CON FINES PROMOCIONALES EFECTUADO POR EL CONSORCIO “ORIÓN” DE LA CIUDAD DEL CUSCO, AÑO 2016”**. En sus líneas específicas pretende, Determinar y analizar la aplicación contable y tributaria existente en el Retiro de Bienes con fines promocionales en Consorcio “ORIÓN” de la ciudad del Cusco, periodo 2016. Finalmente, Conocer la finalidad de la entrega de productos a título gratuito a los clientes por parte de Consorcio “ORIÓN” de la ciudad del Cusco.

En ese sentido, esta investigación está estructurada en cuatro capítulos, el capítulo primero es referente al planteamiento del problema, el mismo que aborda la descripción y formulación del problema, objetivos, justificación y delimitaciones de la investigación. El capítulo segundo trata sobre el marco teórico, consistente en los antecedentes de investigación, las bases teóricas, el marco conceptual y la hipótesis. El capítulo tercero consiste en la metodología aplicable a la investigación, tales como el tipo, nivel, población y muestra, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos. El capítulo cuarto estipula los resultados de la investigación. Finalmente el capítulo quinto desarrolla la discusión de los resultados.

Gabriela y Roberto



AGRADECIMIENTO

Debemos agradecer de manera especial y sincera al Magister CPCC Juan Rubén Rodríguez Calderón por aceptarnos para realizar esta tesis de titulación bajo su dirección. Su apoyo y confianza en nuestro trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en nuestra formación como Contadores. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de nuestra tesis. Muchas gracias Magister.

Gabriela y Roberto



DEDICATORIA

A Dios por la fuerza interior que me da día a día para lograr mis metas y propósitos cuidándome y dándome fortaleza, salud y amor.

A mis hermanos Juan Carlos y Miguel Ángel por ser mi alegría de todos los días a mi Mamita María por su apoyo incondicional en todo momento

A mis padres Walter y Flora por su dedicación por sus consejos y los buenos valores que me inculcaron, por ser para mí un gran ejemplo de perseverancia, superación profesional y emocional, por su único amor e incondicional apoyo.

Bach. Gabriela Jiménez Nina.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiv
CAPÍTULO I:	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos.....	2
1.3. Objetivos de la investigación	2
1.3.1. Objetivo general	2
1.3.2. Objetivos específicos	3
1.4. Justificación de la investigación.....	3
1.4.1. Conveniencia	3
1.4.2. Relevancia social	3
1.4.3. Implicancias prácticas	3
1.4.4. Valor teórico.....	4
1.4.5. Utilidad metodológica.....	4
1.5. Delimitación del estudio.....	4
1.5.1. Delimitación temporal.....	4
1.5.2. Delimitación espacial	4



1.5.3. Delimitación conceptual 4

CAPÍTULO II: 5

MARCO TEÓRICO 5

2.1. Antecedentes del estudio 5

 2.1.1. Antecedentes Internacionales 5

 2.1.2. Antecedentes Nacionales 5

 2.1.3. Antecedentes Locales 7

2.2. Bases legales 9

 2.2.1. TUO de la Ley del Impuesto a la Renta 9

 2.2.2. Reglamento del IGV 10

 2.2.3. Norma Internacional de Contabilidad 2 : Inventarios 11

2.3. Bases Teóricas 13

2.4. Marco Conceptual 27

2.5. Formulación de Hipótesis 30

 2.5.1. Hipótesis General 30

 2.5.2. Hipótesis Específicos 30

2.6. Variables 31

 2.6.1. Variable(s) 31

 2.6.2. Conceptualización de Variables 31

 2.6.3. Operacionalización de variables 33

CAPÍTULO III: 35

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 35

3.1. Tipo de investigación 35

3.2. Enfoque de investigación 35

3.3. Diseño de la investigación 35

3.4. Alcance de la investigación 35

3.5. Población y Muestra 35



3.5.1. Población 35

3.5.2. Muestra 35

3.6. Técnica(s) e Instrumento(s) de Recolección de Datos 36

3.6.1. Técnica(s) 36

La técnica del análisis documental..... 36

3.6.2. Instrumento(s)..... 36

3.7. Procesamiento de Datos 36

CAPITULO IV: 37

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 37

CAPÍTULO V: 61

DISCUSIÓN 61

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos 61

5.2. Limitaciones del Estudio 62

5.3. Comparación crítica con la literatura existente 62

A. CONCLUSIONES 63

B. RECOMENDACIONES 64

C. BIBLIOGRAFÍA..... 65

D. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS 70

ANEXOS 73



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Considera importante la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales?	37
Tabla 2 ¿Considera importante la aplicación de Resoluciones del Tribunal Fiscal sobre retiro de bienes con fines promocionales?	39
Tabla 3 ¿Considera importante la aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes con fines promocionales?	40
Tabla 4 ¿Considera importante las normas del impuesto a la renta para la deducción de gastos por retiro de bienes con fines promocionales?	42
Tabla 5 ¿Considera importante el establecimiento de procedimientos tributario relacionado a retiro de bienes con fines promocionales?.....	43
Tabla 6 ¿Aplicación sobre el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales?.....	45
Tabla 7 ¿Calificación de los procedimientos tributarios de la empresa relativa a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales?	46
Tabla 8 ¿Medidas en los que considera necesario efectuar el retiro de bienes con fines promocionales?.....	48
Tabla 9 ¿Medida en el que considera que aplicación contable afecta en la determinación del impuesto a la renta?.....	49
Tabla 10 ¿Medida en el que considera que la Administración Tributaria podrá generar cuestionamientos por retiro de bienes con fines promocionales?.....	51
Tabla 11 ¿Medida en el que consideran que la acreditación de gastos contribuye a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta?.....	52
Tabla 12 ¿Medida en el cual considera que las normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta?	54
Tabla 13: ¿Medida en el que considera que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por el retiro de bienes con fines promocionales?.....	55
Tabla 14 ¿Medida en el que considera preparada a la empresa para afrontar algún eventual cuestionamiento por el retiro de bienes con fines promocionales? .	57
Tabla 15 ¿La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto?.....	58



Tabla 16 ¿Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos
orión son emitidos por algún comprobante de pago?..... 59



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Considera importante la aplicación sobre el tratamiento tributario de los retiros de bienes con fines promocionales.	38
Gráfico 2 Considera importante el conocimiento de Resoluciones del Tribunal Fiscal sobre retiros de bienes con fines promocionales.	39
Gráfico 3 Considera importante aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes con fines promocionales.	41
Gráfico 4 Considera importante las normas del impuesto a la renta para la deducción de gastos por retiro de bienes con fines promocionales.	42
Gráfico 5 Considera importante el establecimiento de procedimientos tributario relacionado a retiro de bienes con fines promocionales.	44
Gráfico 6 Aplicación sobre el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales.	45
Gráfico 7 Calificación de los procedimientos tributarios de la empresa relativo a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales.	47
Gráfico 8 Medidas en los que considera necesario efectuar el retiro de bienes con fines promocionales.....	48
Gráfico 9 Medida en el que considera que aplicación contable afecta en la determinación del impuesto a la renta.....	50
Gráfico 10 Medida en el que considera que la Administración Tributaria podrá generar cuestionamientos por retiro de bienes con fines promocionales.	51
Gráfico 11 Medida en el que consideran que la acreditación de gastos contribuye a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta.	53
Gráfico 12 Medida en el cual considera que normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta.....	54
Gráfico 13 Medida en el que considera que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por el retiro de bienes con fines promocionales.	56
Gráfico 14 Medida en el que considera preparada a la empresa para afrontar algún eventual cuestionamiento por el retiro de bienes con fines promocionales ...	57
Gráfico 15 La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto.....	59



Gráfico 16 Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos
orión son emitidos por algún comprobante de pago..... 60



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “CARACTERÍSTICA CONTABLE TRIBUTARIO DEL RETIRO DE BIENES CON FINES PROMOCIONALES EFECTUADO POR EL CONSORCIO ORIÓN CUSCO S.R.L. CUSCO PERIODO 2016”, ha planteado cómo es el tratamiento contable y tributario sobre el retiro de bienes con fines promocionales de la empresa CONSORCIO ORION CUSCO S.R.L. – Periodo 2016.

La investigación tiene un enfoque Cuantitativo, descriptiva, y no experimental; la población de estudio está conformada la Empresa Consorcio “ORION” S.R.L. con sus 10 trabajadores, en las cuales se aplicó un cuestionario con calificación basada en la Escala de Likert, cuyos datos se procesaron utilizando el software SPSS versión 22.

Los resultados obtenidos nos indican el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales no se realiza correctamente la contabilización en la empresa Consorcio “ORION” S.R.L Cusco - Periodo 2016., ya que al poseer bajos conocimientos sobre dicho tema, conlleva a las empresas de supermercado a la mala praxis e identificación de dichas operaciones, lo cual puede generar cuestionamientos por parte de la Administración Tributaria.

El presente estudio consta de cinco capítulos:

El capítulo I: Introducción, contiene el planteamiento del problema, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación de la investigación y la delimitación de la investigación.

El capítulo II: Marco Teórico, contiene los antecedentes de la investigación, las bases legales, bases teóricas, marco conceptual, la formulación de la hipótesis y la variable e indicadores.

El capítulo III: Método de Investigación, contiene el tipo de investigación, el enfoque de la investigación, diseño de la investigación, alcance de la investigación, población y muestra, las técnicas de recolección de datos u el procesamiento de datos.



El capítulo IV: Resultado de la Investigación, contiene tablas y graficas con sus respectivas interpretaciones.

El capítulo V: Discusión, contiene las descripciones los hallazgos más relevantes y significativos, las limitaciones del estudio, la comparación critica con la literatura actual y las implicancias del estudio.

Palabras Clave: Característica contable y tributaria del retiro de bienes con fines promocionales.

Los Autores.



ABSTRACT

The present research work entitled "Tax accounting characteristic of the retirement of goods for promotional purposes carried out by the Orion Cusco SRL Cusco 2016" consortium, has raised how is the accounting and tax treatment on the retirement of goods for promotional purposes of the company CONSORCIO ORION CUSCO SRL - Period 2016.

The research has a Quantitative, descriptive, and not experimental approach; the study population is made up of the "ORION" Consortium Company S.R.L. with its 10 workers, in which a questionnaire was applied with a rating based on the Likert Scale, whose data was processed using the software SPSS version 22.

The results obtained indicate the accounting and tax treatment of the removal of goods for promotional purposes, not being correctly recorded in the company Consorcio "ORION" SRL Cusco - Period 2016., since having low knowledge of this subject, leads to Supermarket companies to malpractice and identify such operations, which may generate questions by the Tax Administration.

The present study consists of five chapters:

Chapter I: Introduction contains the approach to the problem, the formulation of the problem, the objectives of the research, the justification of the research and the delimitation of the research.

Chapter II: Theoretical Framework contains the background of the research, the legal bases, theoretical bases, and conceptual framework, the formulation of the hypothesis and the variable and indicators.

Chapter III: Research Method, contains the type of research, the focus of the research, the design of the research, the scope of the research, the population and the sample, the data collection techniques and the data processing.

Chapter IV: Result of the Research, contains tables and graphs with their respective interpretations.

Chapter V: Discussion contains the descriptions of the most relevant and significant findings, the limitations of the study, the critical comparison with the current literature and the implications of the study.



Key Words: Accounting and tax characteristic of the withdrawal of goods for promotional purposes.

The authors.



CAPÍTULO I:

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente vivimos un ambiente económico muy competitivo, en el cual las empresas deben innovar constantemente sus políticas empresariales y asimismo deben afrontar con mayor rapidez los cambios en el mercado interno y externo con la finalidad de fidelizar y buscar nuevos clientes, que les permita crecer.

En la región de Cusco se encuentran establecidas muchas empresas de diferentes rubros y en la que se centra la presente investigación son en las empresas de supermercados, que tienen como principal finalidad acercar a los consumidores una importante variedad de productos de diversas marcas, precios y estilos. A diferencia de lo que sucede con gran parte de los negocios, un supermercado se caracteriza por exponer estos productos al alcance de los consumidores, quienes recurren al sistema de autoservicio y abonan la cantidad de ítems elegidos al final en la zona de cajas.

Los supermercados más reconocidos en la ciudad del Cusco son: Supermercados Orión, y Supermercado la Canasta. Estos tienden a captar clientes usando estrategias de ventas, como son las ofertas y promociones de sus bienes, tales actividades son nominadas como retiro de bienes con fines promocionales, y por ello con la presente investigación se trata de conocer acerca del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales así como también la implicancia que generan en el impuesto a la Renta que pagan las empresas de supermercados de la región del Cusco.

En ese sentido, las empresas buscan acercarse a un mercado que cada vez es más cambiante, dinámico y exigente, por lo que para afrontar este reto, un gran número de empresas recurre a ciertas estrategias comerciales como son el retiro de bienes con fines promocionales dirigidos tanto a sus clientes tradicionales como a sus clientes potenciales, con el fin, por ejemplo,



de dar a conocer nuevos productos o con la expectativa de posicionar una determinada marca.

Las Empresas de Supermercados ubicadas en la Región del Cusco se dedican al expendio de abarrotes, carnes, verduras, embutidos, limpieza y otros productos de calidad, por lo que es necesario que estas empresas apliquen diversas políticas de ventas con el fin de captar nuevos clientes y elevar su nivel de ventas.

En ese sentido, el problema está relacionado al tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales que las empresas de supermercados efectúan al público que conforma su mercado objetivo, con la finalidad de dar a conocer nuevos productos, promocionar nuevas marcas, otorgar bonificaciones por volumen u otros mecanismos similares.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa CONSORCIO ORION CUSCO S.R.L. – Periodo 2016?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo es el tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORION” S.R.L. – Periodo 2016?
- b) ¿Cómo es el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORION” S.R.L. – Periodo 2016?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Describir el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio “ORION” S.R.L Cusco-periodo 2016.



1.3.2. Objetivos específicos

- a) Describir el tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORION” S.R.L. – Periodo 2016.
- b) Describir el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORION” S.R.L. – Periodo 2016.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Conveniencia

Aplicar las normas contables que van a permitir obtener información que ayude al crecimiento de la empresa de Consorcio “ORION” S.R.L, y las técnicas que son parte de los procedimientos, pero se expresan en estas destrezas y pericias que dispone el personal contable para llevar a cabo los Registros Contables, de acuerdo a las normas y que sea de mucha utilidad para los responsables de la gestión empresarial.

1.4.2. Relevancia social

Será de mucha importancia para las MYPES, disponer de la información contable y tributaria como ayuda para tomar las decisiones que convengan para plasmar las estrategias en las metas y objetivos que se han previsto hasta lograr la misión y visión empresarial.

1.4.3. Implicancias prácticas

Asimismo este trabajo, contribuirá a mejorar la seguridad jurídica en materia tributaria, para efectos de que la empresa pueda conocer de antemano los efectos tributarios de estas operaciones y evitar futuras contingencias tributarias, que pueden devenir en tributos omitidos, infracciones, sanciones e inclusive en delitos tributarios.



1.4.4. Valor teórico

Tomar conocimiento de las NICS para la implementación de los aspectos administrativos, tributarios y contables en el manejo adecuado de la empresa referidos a la entrega de bienes para fines promocionales.

1.4.5. Utilidad metodológica

Los Procedimientos son las secuencias, los modos de aplicar las normas contables que van a permitir obtener información que ayude al crecimiento de la empresa Consorcio “ORION” S.R.L

1.5. Delimitación del estudio

La delimitación del presente trabajo es la siguiente:

1.5.1. Delimitación temporal

Se analizarán los datos del período del 2016.

1.5.2. Delimitación espacial

La Empresa Consorcio “ORION” S.R.L está ubicada en la ciudad de Cusco, departamento del Cusco.

1.5.3. Delimitación conceptual

Las empresas comerciales en la ciudad del Cusco no aplican correctamente el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales en los supermercados locales por lo que no se tiene antecedentes de investigación en la ciudad del cusco



CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

El marco Teórico está completamente determinado por las características y necesidades de la investigación. Lo constituye la presentación de postulados según autores e investigadores que hacen referencia al problema investigado. A continuación se presentan tanto los antecedentes de investigación, como las bases teóricas y legales que sustentan el estudio.

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes Internacionales

No existen antecedentes para este caso

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Antecedente Nacional N° 01: Autor: (López y Vigil, 2013) UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, CHICLAYO Tesis: ANÁLISIS DE LOS EFECTOS TRIBUTARIOS DE LA POSIBLE APLICACIÓN DEL IMPUESTO A LAS TRANSFERENCIAS GRATUITAS DE BIENES PROVENIENTES DE HERENCIAS EN EL PERÚ

CONCLUSIONES: • El impuesto que fue establecido por el Ex Presidente Fernando Belaúnde Terry (Ley Derogada N° 2227), se aplicó con muchas limitaciones que no surtieron el efecto deseado, porque su aplicación no fue debidamente analizada en todo su contexto legal y económico. • El actual Presidente del País Ollanta Humala Taso pretende restituir este impuesto mediante Ley, para lo cual deberá tomar en cuenta las experiencias internacionales sobre este tema teniendo en cuenta que en algunos países que lo recaudan se han generado problemas sobre todo con los herederos, ello por el hecho que al recibir un patrimonio se han visto obligados a vender parte del mismo para poder cancelar el tributo. Esta posibilidad es mayor cuanto más improductiva sea esa propiedad. Siguiendo este argumento, la estructura productiva del país podría verse afectada, al destruirse negocios en marcha y desincentivarse futuras inversiones. • La iniciativa presidencial es buena si



tenemos en cuenta que este impuesto generara ingresos adicionales para su respectiva asignación y distribución, pero previamente deberá someterse a un análisis minucioso por parte de los expertos en esta materia. • Los Ingresos que se recauden por este Impuesto generarán un ordenamiento legal sobre las herencias, donaciones y legados propiciando que se eviten problemas en su aplicación y evasión. • El problema de la evasión es quizás el más relevante ya que podría socavar la recaudación, limitando al mismo tiempo el potencial redistributivo. Esto sucedería debido a que es probable que aquellos que posean un mayor nivel de riqueza cuenten a la vez con mayores oportunidades de lograr evadir el pago del tributo. Es esperable que la evasión se concentre principalmente en los bienes líquidos (dinero y títulos-valores), considerando el contexto de gran movilidad de capitales bajo la dinámica de la globalización financiera.

RECOMENDACIONES: • Para la aplicación del Impuesto a las Herencia, es indispensable que dentro de las normativas del gravamen sucesorio deban incluirse cláusulas que afronten futuras limitaciones en la aplicación, las cuales debilitan el argumento. Es decir que se considere inicialmente un impuesto mínimo hasta generar confianza en los contribuyentes, de igual manera en casos como exenciones o facilidades de pago para cada caso y de esta forma, se evitan las ventas de bienes que pertenecen a individuos que no pueden efectuar el pago del impuesto sin destruir la actividad productiva en cuestión.

- En base al análisis de la experiencia internacional, se recomienda que la legislación Peruana, se encuentre dotada con la flexibilidad suficiente para adecuarse al cambiante entorno, verificando un nivel mínimo de inafectación, pero sin dejar de recoger principios fundamentales tales como el de la eficiencia, equidad, neutralidad y simplicidad, evitando las distorsiones que pueda provocar el propio sistema de decisiones de los agentes económicos que soportan la carga de los tributos. Es importante resaltar que además de estos daños directos hay efectos indirectos sobre la sociedad. El impuesto al patrimonio, por ejemplo, puede disminuir los ahorros y bajar las cantidades que se destinan a la caridad. • Con respecto al tema de la Doble imposición es importante que la Legislación Peruana contemplen en la normativa ciertos casos de exención tributaria, y de esta manera la doble imposición, no



constituya en realidad un problema. • Para el problema de la evasión y/o elusión corresponde tener en cuenta, que los esfuerzos en la gestión deberán estar dirigidos hacia este tipo de propiedad (bienes líquidos), reduciendo de ésta manera los mecanismos elusivos, estableciendo un mayor control a efecto de elevar los niveles de recaudación; y obtener así mayor claridad de la normativa, reduciendo costos y simplificando su aplicación. • Si bien es cierto la equidad se asocia a la igualdad en el nivel de ingresos, por lo tanto los efectos de determinar conveniencia o no del impuesto a la Herencia en el Perú se torna relevante poder establecer sobre quién recae efectivamente ésta aplicación. • Respecto a la nueva reforma tributaria que modifica la Ley del Impuesto a la renta, es necesario que el Ejecutivo ordene el esquema tributario en base a criterios técnicos, pues no es buena idea subir la carga impositiva en medio de una previsible contracción del crecimiento.

2.1.3. Antecedentes Locales

Antecedente Local N° 01: Tesis: UNIVERSIDAD SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO Autor: (Ccallo y Leva, 2011-2012), TRATAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO DE LAS PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO, Y LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DEL CUSCO, 2011-2012
Objetivos: Determinar el grado de influencia del tratamiento contable y tributario de las propiedades, planta y equipo en los estados financieros de las empresas comerciales de la ciudad del Cusco. Objetivo Especifico Analizar el cálculo de la depreciación y deterioro de las propiedades planta y equipo y su influencia en los estados financieros de las empresas comerciales de la ciudad del Cusco.
Conclusión: De la contratación de la hipótesis podemos concluir que si existe influencia del tratamiento contable y tributario de las propiedades, planta y quipo en los estados financieros de las empresas comerciales de la ciudad del Cusco. El cálculo de la depreciación y deterioro de las propiedades, planta y equipo influye en los estados financieros de las empresas comerciales de la ciudad del Cusco. Las diferencias temporales que se originan por aplicación de las normas tributarias de las Propiedades, Plantas y Equipo influyen en los Estados Financieros de las Empresas Comerciales de la Ciudad del Cusco. La expresión Cuantitativa en los estados financieros de las Propiedades, Planta y Equipo;



está influenciada por el tratamiento contable y tributario que se le da a dichos bienes, por la forma de calcular su vida útil y su depreciación; por las diferencias temporales y permanentes producto de la aplicación de las normas tributarias.

Antecedente Local N° 02: Autor: (Humpire y Quiño, 2012), UNIVERSIDAD SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO Tesis: TRATAMIENTO ADMINISTRATIVO, TRIBUTARIO Y CONTABLE DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES, SEGÚN NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD 38 Y EL DECRETO LEGISLATIVO 1075: LEY GENERAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DEL CUSCO-2012 Objetivos: Estudio, análisis y evaluación correcta de los procedimientos administrativos, tributarios y contables de los activos intangibles acorde a la norma internacional de contabilidad 38: Activos Intangibles y el Decreto Legislativo 1075: Ley General de Propiedad Industrial en las empresas de la ciudad del Cusco. Objetivo Específico: Aplicar correctamente los procedimientos administrativos para la inscripción de los activos intangibles ante INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) en las empresas del Cusco Conclusiones: Los activos intangibles constituyen los principales factores de competitividad de las empresas debido a que son únicos e impredecibles y en particular para las empresas industriales; pues es en ellos donde se concentra la inversión que dichas empresas realizan para mantener y potenciar sus niveles de desempeño organizacional. Las empresas confrontan problemas para valorar sus activos intangibles, la mayoría no lo hace, debido a que resultan desconocidos o no definidos claramente. Para las pocas empresas que si lo hacen, estos problemas se relacionan con las posibilidades de diferenciar entre gastos y costos relacionados con su adquisición y gestión, así como los procesos de amortización y revalorización, la diferenciación entre activos para su reconocimiento contable y su presentación en los estados contables de las empresas, todos ellos concordantes en gran medida con los problemas identificados en la Ciudad del Cusco.

El tratamiento administrativo para la inscripción de los derechos de autor, signos distintivo marcas y patentes no siempre es el conocimiento general para los contadores y la población en general lo cual implica una vulneración de los

derechos y el provecho que se sacaría de estos, así como los beneficios que obtendría la empresa en el futuro.

Es claro que algunos empresarios y quienes llevan la contabilidad de ellas, no prestan una atención especial a los activos intangibles por cuanto esto implicaría una visión de crecimiento en el futuro y competitividad para que dichas marcas y patentes sean reconocidas y e inscritas en INDECOPI.

2.2. Bases legales

2.2.1. TUO de la Ley del Impuesto a la Renta

De acuerdo al inciso q) del artículo 37º del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta:

Son deducibles los gastos de representación propios del giro o negocio, en la parte que, en conjunto, no exceda del medio por ciento (0.5%) de los ingresos brutos, con un límite máximo de cuarenta (40) Unidades Impositivas Tributarias.

El reglamento a su vez considera como gastos de representación propios del giro del negocio a los obsequios y agasajos a clientes según el artículo 21 inciso m) numeral 2.

Los gastos destinados a presentar una imagen que le permita mantener o mejorar su posición de mercado, incluidos los obsequios y agasajos a clientes.

No se encuentran comprendidos en el concepto de gastos de representación, los gastos de viaje y las erogaciones dirigidas a la masa de consumidores reales o potenciales, tales como los gastos de propaganda.

Para efecto del límite a la deducción por gastos de representación propios del giro del negocio, se considerará los ingresos brutos menos las devoluciones, bonificaciones, descuentos y demás conceptos de naturaleza similar que respondan a la costumbre de la plaza.

La deducción de los gastos que no excedan del límite a que alude el párrafo anterior, procederá en la medida en que aquéllos se encuentren acreditados fehacientemente mediante comprobantes de pago que den derecho a sustentar costo o gasto y siempre que pueda demostrarse su relación de causalidad con las rentas gravadas. (SUNAT, TUO de la Ley del Impuesto a la Renta, 2015)



2.2.2. Reglamento del IGV

El inciso c) del numeral 3 del artículo 2 del Reglamento del IGV.

- ✓ Todo acto por el que se transfiere la propiedad de bienes a título gratuito tales como obsequios, muestras comerciales y bonificaciones, entre otros
- ✓ La apropiación de los bienes de la empresa que realice el propietario, socio o titular de la misma.
- ✓ El consumo que realice la empresa de los bienes de su producción del giro de su negocio, salvo que sea necesario para la realización de operaciones gravadas.
- ✓ La entrega de los bienes a los trabajadores de la empresa cuando sean de su libre disposición y no sean necesarios para la prestación de sus servicios.
- ✓ La entrega de bienes pactada por Convenios Colectivos que no se consideren condición de trabajo y que a su vez no sean indispensables para la prestación de servicios.

Agrega que, no se considera venta, los siguientes retiros:

Los casos precisados como excepciones en el numeral 2, inciso a) del artículo 3° del Decreto.

- ✓ La apropiación de los bienes de la empresa que realice el propietario, socio o titular de la misma.
- ✓ Los que se efectúen como consecuencia de mermas o desmedros debidamente acreditados conforme a las disposiciones del impuesto a la Renta.
- ✓ La entrega a título gratuito de bienes que efectúen las empresas con la finalidad de promocionar la venta de bienes muebles, inmuebles, prestación de servicios o contratos de construcción, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes, no exceda de| uno

por ciento (1%) de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce (12) meses, con un límite máximo de veinte (20) UITs

De la revisión planteada, podemos apreciar que dicho cuerpo legal no señala una definición explícita sobre el retiro de bienes con fines promocionales, sólo limitándose a definir cuáles son los conceptos considerados retiros de bienes para efectos del impuesto general a las ventas. (SUNAT Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas, s.f.)

2.2.3. Norma Internacional de Contabilidad 2 : Inventarios

Definición: esta norma contable, define los inventarios de la siguiente manera: • Inventarios son activos poseídos para ser vendidos en el curso normal de la operación; en proceso de producción con vistas a esa venta; o en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

Reconocimiento inicial de los inventarios: los inventarios deben reconocerse (registrarse) a su costo de adquisición o producción, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

- **Costo de adquisición:** comprende el precio de compra, aranceles de importación y otros impuestos (que no sean recuperables posteriormente de las autoridades fiscales), transportes, almacenamiento y otros costos directamente atribuibles a la adquisición de las mercaderías, materiales o servicios. Los descuentos comerciales, rebajas y otras partidas similares se deducirán para determinar el costo de adquisición.
- **Costo de producción:** comprende aquellos costos directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte calculada de forma sistemática de los costos indirectos variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados.

Respecto de la distribución de los costos indirectos fijos a los costos de producción estará basada a la capacidad normal instalada. Son costos indirectos variables los que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta. Son



costos indirectos fijos los que permanecen relativamente constantes, con independencia del volumen de producción, tales como la depreciación y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el costo de gestión y administración de la planta. La capacidad normal instalada, corresponde a aquella capacidad de producción estimada en circunstancias normales durante un periodo específico, considerando además el tiempo ocioso, y posibles fluctuaciones, que sean cíclicas y estacionales.

Desembolsos que no se atribuyen como costo: según los señala el párrafo 16 de la NIC 2, tenemos los siguientes: - Cantidades anormales de desperdicio de materiales, mano de obra y otros costos de producción (mermas anormales). - Costos de almacenamiento, a menos que sean necesarios para el proceso de producción, previa a un proceso o etapa de producción más avanzada. - Gastos indirectos de administración que no contribuyan a poner las existencias en condiciones y ubicaciones actuales. - Costos de comercialización o venta. - Costos de Financiamiento, a menos que se trate de un activo calificado o activo apto en aplicación a la NIC 23 Costos de Financiamiento. Reconocimiento como gasto: la NIC 2, en sus párrafos 34 y 35, señala en qué oportunidad el costo de los inventarios se reconoce como gasto y su adecuada presentación en los estados financieros se desarrolla en el párrafo 38: “P. 34.- Cuando los inventarios sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación”.

El importe de los inventarios reconocido como gasto durante el periodo, denominado generalmente costo de las ventas, comprende los costos previamente incluidos en la medición de los productos que se han vendido, así como los costos indirectos no distribuidos y los costos de producción de los inventarios por importes anómalos”. En ese sentido, el importe en libros de los bienes entregados a título gratuito se reconocerá como gastos en la oportunidad en que se hubiere efectuado la entrega al adquiriente (esto es cuando se produce el retiro de bienes); la naturaleza del gasto variará en consideración al motivo por el cual se realizó el retiro de bienes; por ejemplo, se otorga un obsequio al mejor cliente de la campaña de venta 2013 es gasto de representación; se entrega un obsequio al personal por el día del trabajador, es



gasto de atención al personal; etc. (Norma internacional de contabilidad 2, s.f., pág. 38)

2.3. Bases Teóricas.

Consortio Orión:

Cadena cusqueña de supermercados líderes de la ciudad del Cusco.

a) Misión

Escuchar al cliente para estar siempre un paso adelante, de forma sostenible.

b) Visión

Supermercados Orión está en Perú para ser el mayorista que genera progreso al cliente profesional de alimentos.

c) ¿Porque comprar en supermercados ORION?

Supermercados Orión es la mayor organización que opera en el mercado cusqueño, vendiendo productos alimenticios y no alimenticios a sus clientes. Su objetivo es abastecer a las empresas, comercios pequeños y medianos, al mercado profesional (comerciantes) y público en general sin distinción.

d) ¿Porque ORION?

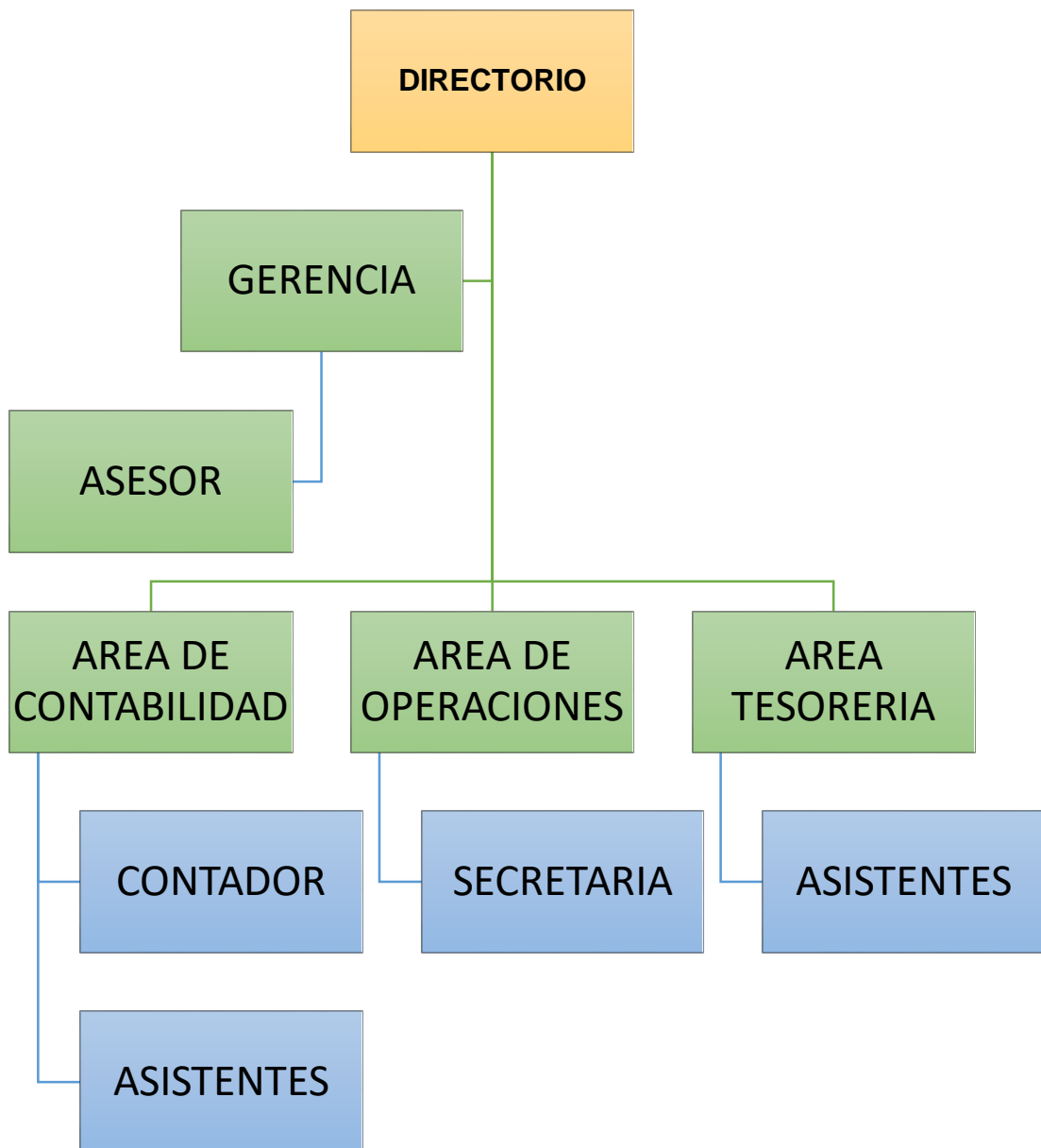
- Más de 8, 000 productos bajo un mismo techo, lo que le permite ahorrar tiempo comprando.
- Variedad y grandes alternativas en un solo lugar.
- Competitividad de precios debido a su poder de compras.
- Apertura los 7 días de la semana en un amplio horario.

e) Los elementos fundamentales de la fórmula ORION son:

- Bajos precios con la mejor calidad.
- Garantía de productos.
- Amplia área de ventas, en un entorno profesional.

- Disponibilidad de una amplia y adecuada gama de productos para profesionales en Alimentos y No Alimentos.
- Estructura de bajo costo.
- Transporte de la mercadería, por el cliente.
- Gran volumen de inventario.
- Horarios de atención convenientes.

f) Organigrama



La empresa, Consorcio “ORION” S.R.L está constituida por un directorio donde asume el cargo el Gerente Sr. Farfán Díaz Alejandro Juvenal que cuenta con un



asesor externo y al mismo tiempo está dividido por áreas: Área de Contabilidad donde se tiene a un contador y sus respectivos asistentes, luego tenemos el Área de Operación que cuenta con una Secretaria General Área de Tesorería donde solo contamos con asistentes. (<http://orion.com.pe/>, 2017).

Tratamiento tributario de los retiros de bienes con fines promocionales

El retiro de bienes, considerando como tal a:

- ✓ Todo acto por el que se transfiere la propiedad de bienes a título gratuito tales como obsequios, muestras comerciales y bonificaciones, entre otros.
- ✓ La apropiación de los bienes de la empresa que realice el propietario, socio o titular de la misma.
- ✓ El consumo que realice la empresa de los bienes de su producción del giro de su negocio, salvo que sea necesario para la realización de operaciones gravadas.
- ✓ La entrega de los bienes a los trabajadores de la empresa cuando sean de su libre disposición y no sean necesarios para la prestación de sus servicios.
- ✓ La entrega de bienes pactada por Convenios Colectivos que no se consideren condición de trabajo y que a su vez no sean indispensables para la prestación de servicios.

Agrega que, no se considera venta, los siguientes retiros:

Los casos precisados como excepciones en el numeral 2, inciso a) del artículo 3° del Decreto.

- ✓ La apropiación de los bienes de la empresa que realice el propietario, socio o titular de la misma.
- ✓ Los que se efectúen como consecuencia de mermas o desmedros debidamente acreditados conforme a las disposiciones del impuesto a la Renta.
- ✓ La entrega a título gratuito de bienes que efectúen las empresas con la finalidad de promocionar la venta de bienes muebles, inmuebles,



prestación de servicios o contratos de construcción, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes, no exceda del uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce (12) meses, con un límite máximo de veinte (20) UITs

De la revisión planteada, podemos apreciar que dicho cuerpo legal no señala una definición explícita sobre el retiro de bienes con fines promocionales, sólo limitándose a definir cuáles son los conceptos considerados retiros de bienes para efectos del impuesto general a las ventas. (Actualidad Empresarial, s.f.)

(Gomez, 2010), señala que, son formas de retiros de bienes las siguientes expresiones.

- Autoconsumo
- Muestras
- Bonificaciones

De la misma forma al revisar una serie de informes o resoluciones emitidas por los organismos competentes en materia tributaria, así como algunos autores se puede apreciar algunos criterios vertidos sobre dicho concepto.

La RTF N° 1215-5-2002 (6 de Marzo) señala que, los fines promocionales comprende a aquellas entregas gratuitas efectuadas con la finalidad de difundir las ventajas específicas de los bienes o servicios de una línea de producción, comercialización o prestación de servicios de una empresa, lo que en última instancia implica acciones tendientes a incrementar las ventas (promoción de venta) o motivar algún tipo de comportamiento en relación con alguno de los productos o servicios objeto de transacciones por parte de la empresa (actividades de promoción estratégica).

La RTF N 03559954-2008 (9 de mayo) sostiene que, los gastos de promoción son aquellos que se realizan de manera masiva a consumidores (publicidad y promoción de ventas), los cuales pueden ser desarrollados a través de instituciones o público en general.

La RTF N° 7445-3-2008 (25 de Febrero) señala que, los retiros promocionales son los dirigidas a informar respecto al rendimiento o beneficios del producto o servicio ofertado, es decir, que tenga por propósito incrementar la venta o



generar un determinado comportamiento en relación del producto o del servicio objeto de las operaciones realizadas por la empresa.

(Ruiz de Castilla y Robles, 2010), señalan que, las muestras comerciales se tratan de bienes (mercaderías) que la empresa produce o comercializa respecto de los cuales se busca obtener una posición exitosa en el mercado, para lograr este fin (posición exitosa en el mercado) el medio consiste en dar a conocer al público dicha mercadería para que descubra sus bondades y decida comprarlas.

La RTF N 035756-2-2000 (29 de Agosto) sostiene que, si bien una empresa tiene como principal cliente al distribuidor, la demanda de sus artículos dependerá no del gustos o demandas del distribuidor, si no de los requerimientos de los consumidos finales o potenciales, en todo caso de los que participan en el proceso de decisión de compra a quienes va dirigida la estrategia de mercadotecnia.

(Bustamante, 2011), señala que, de acuerdo a Philip Kotler (Padre de marketing moderno). La entrega de bienes a consumidores reales o potenciales, tienen un fin de recordación del producto en la mente de los consumidores con la finalidad de posicionarlo en el mercado y poder ser consumido.

(Ruiz de Castilla y Robles, 2010), agregan que, en la promoción, no se tiene como condición la venta previa de mercadería; La promoción puede incidir sobre clientes reales y clientes potenciales.

(Román, 2010), indica que, las principales características que deben tener este tipo de transferencias son las siguientes:

- Se encuentren dirigidos a clientes en general, reales y potenciales, aunque estos últimos nunca lleguen a comprar un producto.
- Se realizan sobre bienes iguales o distintos a los que comercializa la empresa.

(Gomez, 2010), sostiene que, encontraremos una acción de publicidad asociada a esta forma de retiro de bienes cuando la empresa incurre en estos gastos debido a que desea promocionar a la empresa o a productos de la empresa, lo cual se logra en la mayoría de casos trasladando la propiedad de bienes o en



otras permitiendo que el potencial cliente pruebe las cualidades del producto de forma inmediata.

(Gomez, 2010). Afirma que, desde la perspectiva de la Ley del impuesto a la Renta los retiros de bienes serán considerados como deducciones tributarias en tanto cumplan con los requisitos generales y específicos de la norma, del mismo modo señala que estas operaciones producen un gasto o un ingreso negativo, tanto desde el punto de vista contable como tributario.

Como se indicó anteriormente, se puede concluir que para proceder a un adecuado tratamiento tributario se debe determinar y definir, si las entregas gratuitas de bienes son necesarias para difundir las ventajas o beneficios de productos ofrecidos, por lo se procederé a enfocar tales operaciones a través del marketing y la publicidad, las cuales se consideran un medio necesario para determinar las necesidades de los clientes y así poder concientizar a la adquisición de los diversos productos que se ofrecen.

(Diego, 2013), señala que, la publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo, en la que el emisor se identifica con una finalidad determinada.

(Requeno y Alvarado, 2007), señalan que, la publicidad, en la actualidad, sigue evolucionando y ya no solo nos comunica emociones, sino que busca la empatía compartida con el producto, o con la marca, estableciendo una relación y compartiendo experiencias.

(Hermoza, 2014), Sostiene que actualmente existen dos formas de publicidad; una de tipo directa, llamada tradicional (spots en radio y televisión), y otra de tipo indirecta, conocida también como publicidad de retorno”, debido a que esta publicidad regresa a la empresa mediante actividades que no son publicitarias en si por naturaleza ya que no incita al consumo del producto, al menos no directamente.

(Requeno y Alvarado, 2007), indican que, en la publicidad queda la opción de ofrecer promociones, campañas que resalten alguna novedad del producto o relanzarlo de nuevo.



(Kotler y Armstrong, 2008), afirman que la mezcla de promoción de una compañía, también llamada mezcla de comunicaciones de marketing, consiste en la combinación de las herramientas específicas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales, y marketing directo que la compañía utiliza para comunicar de manera persuasiva el valor a los clientes y crear relaciones con ellos.

Acciones de la Administración Tributaria

La RTF N° 1372-3-97 (28 de Abril) señala que, le corresponde a la Administración efectuar la inspección, investigación y control de las Obligaciones tributarias, con el objeto de determinar la certeza de las operaciones que desarrollan el supuesto de hecho previsto en la norma.

El Código Tributario, en el artículo 61° señala: “/La determinación de la obligación tributaria efectuada por el deudor tributario esté sujeta a fiscalización o verificación por la Administración Tributaria, la que podrá modificar cuando constate la omisión o Inexactitud en la información proporcionada, emitiendo la Resolución de Determinación, Orden de Pago o Resolución de Multa.../

El Código Tributario, en el artículo 62° señala: “/El ejercicio de la función fiscalizadora incluye la inspección, investigación y el control del cumplimiento de obligaciones tributarias, incluso de aquellos sujetos que gocen de inafectación, exoneración o beneficios tributarios. Para tal efecto, dispone de las siguientes facultades discrecionales:

1. Exigir a los deudores tributarios la exhibición y/o presentación de:
 - a) Sus libros, registros y/o documentos que sustenten la contabilidad y/o que se encuentren relacionados con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias, los mismos que deberán ser llevados de acuerdo con las normas correspondientes.
 - b) Su documentación relacionada con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias en el supuesto de deudores tributarios que de acuerdo a las normas legales no se encuentren obligados a llevar contabilidad,



- c) Sus documentos y correspondencia comercial relacionada con hechos susceptibles de generar obligaciones tributarias.

Sostiene que, parece no existir procedimiento de fiscalización que no determine algún reparo en los gastos que las empresas han deducido; agrega que, en efecto, entendemos que ello es consecuencia de las constantes innovaciones legislativas, la compleja y en ocasiones contrapuesta interpretación y aplicación de las normas y la falta de un adecuado control administrativo y contable que suelen generar una serie de errores en la determinación de un gasto deducible.

De lo mencionado anteriormente, podemos señalar que, la Administración Tributaria posee la facultad de requerir a los contribuyentes toda la información pertinente y necesaria que permita validar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, esto a efectos de levantar o no las observaciones y reparos que les formulen; de otro lado, los contribuyentes se encuentran facultados a presentar medios probatorios que acrediten la realidad de sus operaciones.

La Ley del impuesto a la Renta, en el artículo 44° señala:

No son deducibles para la determinación de la renta imponible de tercera categoría:

- d) Las donaciones y cualquier otro acto de liberalidad en dinero o en especie, salvo lo dispuesto en el inciso x) del Artículo 37° de la Ley...

(Cossio, 2010), sostiene que, las empresas que otorgan liberalidades estén favoreciendo gratuitamente a terceros, incrementando estos sus ingresos, ya sea mediante el aumento de sus activos.

La RTF N° 1246-5-2013 (18 de Enero) afirma que, califica como acto de liberalidad, aquellos gastos en los que el deudor tributario no demuestra la necesidad del gasto, esto es que el gasto realizado se origine por el cumplimiento de obligación legal o comercial que lo obligue a entregar existencias a potenciales clientes, clientes y/o trabajadores.

Es pertinente indicar que lo mencionado en dicho artículo 44° de la Ley del impuesto a la Renta, es que las liberalidades como regalos o dádivas no resultan aplicables para determinar gasto.



(Fernando, 2011), afirma que, tratándose del retiro de bienes, el gasto generado por la entrega gratuita de los bienes, no será considerado deducible a efecto de determinar la renta neta imponible, en tanto esa entrega califique como una liberalidad.

La RTF N° 7445-3-2008 (17 de Junio) indica que, la entrega gratuita de bienes en calidad de obsequio será gravada como retiro de bienes en la medida que estos sean susceptibles, por su naturaleza, de ser utilizados por quienes los reciben; y que por el contrario, si su uso no puede ir más allá que de lo publicitario, tales entregas califican como retiros.

La RTF N° 11822-3-2009 (10 de Noviembre) señala que, si bien la entrega de polos, casacas, gorros, fundas de computadora con el logotipo pueden constituir un medio publicitario, dada la naturaleza de los bienes, su utilidad no habría quedado agotada en la propia empresa y al haber sido entregado a sus clientes, el uso y consumo final de éstos corresponde a terceros.

La RTF 0342200-5-2005 (8 de Abril) señala que, al no haberse acreditado la vinculación de los gastos de promoción con la generación de la renta gravada, corresponde mantener el reparo por dichas operaciones.

De lo mencionado, podemos indicar que la entrega de bienes con fines promocionales sin el sustento o acreditación correspondiente, puede ser considerada como un acto de liberalidad por la Administración tributaria, lo cual esté sujeto a determinación por parte de esta.

El tratamiento tributario de los gastos promocionales en el Impuesto a la Renta

En concordancia con lo señalado en el literal d) del artículo 44° de la Ley del Impuesto a la Renta, no resultan deducibles para la determinación de la renta neta de tercera categoría las donaciones y cualquier otro acto de liberalidad en dinero o en especie, salvo lo dispuesto en el inciso x) del Artículo 37° de la Ley del Impuesto a la Renta.

Es pertinente señalar que en este literal lo que se está señalando es que las liberalidades como regalos o dádivas no resultan aplicables para determinar gasto. La única salvedad se presenta cuando las donaciones cumplen los



requisitos establecidos en el literal x) del artículo 37° de la mencionada norma, lo cual implica que se realice la donación de bienes a las entidades del sector público o a las instituciones que sean calificadas como receptoras de donaciones y exoneradas del Impuesto a la Renta.

Sin embargo, entendemos que la entrega de los bienes a terceros, bajo la figura de promociones, implica la entrega gratuita de éstos, con la única finalidad que sean utilizados para poder presentar las bondades y características de los bienes a entregar a posibles compradores, en un futuro no muy cercano.

Si se llega a demostrar la causalidad necesaria del gasto relacionado con la promoción de determinados bienes, como parte de una campaña para dar a conocer sus atributos y características, con el objetivo de influenciar en su posterior adquisición o cambio de conducta del consumidor, otorgando predilección hacia el nuevo producto.

En ese caso, el desembolso de dinero relacionado con todo el proceso ligado a la promoción de los bienes o nuevos productos será considerado causal y por ende, bajo los alcances de lo indicado por el artículo 37° de la Ley del Impuesto a la Renta, sería gasto aceptable y no materia de reparo alguno. Ello implica que no sería considerado como liberalidad.

¿Se debe emitir comprobante de pago por la entrega de bienes por promociones?

En concordancia con lo indicado en el párrafo anterior apreciamos el texto del artículo 15° del Reglamento de Comprobantes de Pago, aprobado por la Resolución de Superintendencia N° 007-99/SUNAT, el cual indica que en operaciones con consumidores finales que no excedan la suma de cinco soles (S/ 5.00), la obligación de emitir comprobante de pago es facultativa, pero si el consumidor lo exige deberá entregársele. El sujeto obligado deberá llevar diariamente un control de dichas operaciones, emitiendo una boleta de venta al final del día por el importe total de aquellas por las que no se hubiera emitido el comprobante de pago respectivo, conservando en su poder el original y la copia.

En este sentido, si se efectúa la entrega de bienes a terceros bajo la figura de promociones, debería cumplirse con la entrega del respectivo comprobante de

pago, sea éste una factura (en caso que sea un contribuyente que genere rentas empresariales) o una boleta de venta (si se trata de un consumidor final). Ello sería obligatorio si el bien que se entrega como mecanismo de promoción supere los cinco soles S/ 5.00

¿Qué sucede si los bienes entregados a terceros bajo la figura de promociones no superan S/ 5.00?

En este caso sería pertinente indicar que se deberá cumplir con la emisión de una boleta de venta al finalizar el día, totalizando la entrega de los bienes a terceros como promociones, debiendo conservarse el original y la copia de dicha boleta de venta.

(Lucero, 2017), precisa que dentro de los mecanismos de promoción se encuentran las muestras gratuitas, entendidas éstas del siguiente modo: “Es la entrega gratuita y limitada de cierta cantidad de un producto o servicio (de casa en casa, se envía por correo, se entrega en una tienda, se regala al comprar otro producto o se anuncia en una oferta publicitaria), para su prueba por parte de los consumidores. Es una manera de lograr que un cliente potencial pruebe el producto, ya sea gratis o mediante el pago de una suma mínima”.

Al tratarse de la entrega gratuita de bienes ello representa una liberalidad, toda vez que no se está percibiendo monto alguno de dinero al momento de su entrega.

De manera inmediata cuando escuchamos el término liberalidad se asocia a un gasto no deducible, lo cual originaría un reparo que conlleva a una adición que se verá reflejado en la Declaración Jurada Anual del Impuesto a la Renta del ejercicio en el cual se reparó.

Sin embargo, debemos considerar que uno de los elementos necesarios para poder justificar la posterior venta de un bien a terceras personas es que éstas verifiquen su contenido, las cualidades inherentes a dicho bien, su textura, color, entre otros elementos.

Por lo cual, podemos afirmar que si se llega a demostrar la causalidad necesaria del gasto relacionado con la promoción de determinados bienes, como parte de



una campaña para dar a conocer sus atributos y características, con el objetivo de influenciar en su posterior adquisición o cambio de conducta del consumidor, otorgando predilección hacia el nuevo producto.

En ese caso, el desembolso de dinero relacionado con todo el proceso ligado a la promoción de los bienes o nuevos productos será considerado causal y por ende, bajo los alcances de lo indicado por el artículo 37° de la Ley del Impuesto a la Renta, sería gasto aceptable y no materia de reparo alguno

¿Cuál es el fundamento para gravar el retiro de bienes?

Debido a que el IGV tiene como fundamento gravar las operaciones realizadas en el territorio nacional en igualdad de condiciones para los consumidores finales, encontramos razones para gravar con IGV a las operaciones que configuran retiro de bienes.

En este sentido coincidimos con (Villanueva, 2014), cuando señala lo siguiente: “Como se trata de un impuesto cuyo propósito es recaer sobre el consumo final de bienes y servicios, con la sujeción de los retiros de bienes se pretende igualar las condiciones entre consumidores finales.

Ello ocurre cuando el sujeto del impuesto auto consume bienes fuera de sus actividades empresariales, esto es, cuando realiza autoconsumos no necesarios para realizar las actividades gravadas del contribuyente.

Según: (Román, 2010), en estos casos, la premisa para gravar el autoconsumo de bienes es que el sujeto del impuesto ha computado previamente el IGV de compras de los bienes auto consumidos como crédito fiscal. De manera que la sujeción del autoconsumo pretende igualar las condiciones impositivas entre el consumidor final común y el consumidor final empresa. Ello hace que este último también soporte la carga económica del IGV.

En sentido contrario, como bien menciona (Giribaldi, 2013). “Si no se gravara con IGV el retiro de bienes, se propiciaría que las empresas transfieran gratuitamente bienes a sus socios o trabajadores, lo cual traería como consecuencia un tratamiento tributario inequitativo entre aquellos sujetos que compran bienes en el mercado y aquellos que los reciben gratuitamente de las



empresas a las que pertenecen”, debido a que estos últimos no tendrían que pagar IGV como los primeros, siendo ambos para efectos del impuesto “consumidores finales. Retiros calificados como venta para el IGV.

Conforme a lo establecido en el inciso c) del numeral 3 del artículo 2° del Reglamento del IGV, entre los retiros calificados como venta tenemos a los siguientes supuestos:

Transferencia de propiedad a título gratuito, obsequios, muestras comerciales y bonificaciones entre otros

La transferencia de bienes a título gratuito como los obsequios, muestras comerciales y bonificaciones, son aquellos actos por los cuales se transfieren la propiedad del bien mueble a terceros, sin que exista una contraprestación por parte de dicho tercero (a título gratuito).

Es conocido también como autoconsumo externo y son gravadas con el impuesto porque los bienes salen del ámbito empresarial al privado.

Con referencia al término “entre otros” que señala el primer guion del inciso c) del numeral 3 del artículo 2° del Reglamento de la Ley del IGV, es necesario precisar que incluye a supuestos como las donaciones.

Al respecto, debemos afirmar que las donaciones al constituir actos de liberalidad estarán afectas al IGV como retiro de bienes salvo que se done un bien a una entidad religiosa, se donen bienes a favor de entidades y dependencias del sector público (excepto empresas), así como de entidades e instituciones extranjeras de Cooperación Técnica Internacional (ENIEX), ONG de desarrollo e instituciones sin fines de lucro receptoras de donaciones. (Matteucci, s.f.)

Bonificaciones

(Ruiz de Castilla y Robles, 2010), indican que “En cambio las bonificaciones sólo pueden ocurrir cuando existe una venta concreta. Es decir que constituye un requisito esencial para que una bonificación como tal, que éste se dé de manera conjunta con una venta de un bien de manera real.

En relación a la oportunidad de la promoción, éstas se realizan antes de la venta de mercadería. Así, las promociones constituyen entregas de bienes previas a la venta. En cambio las bonificaciones se realizan en el momento de la venta”

Descuentos

En concordancia con lo anterior, apreciamos que el numeral 13 del artículo 5º del Reglamento de la Ley del IGV señala lo siguiente:

“Los descuentos que se concedan u otorguen no forman parte de la base imponible, siempre que:

- a) Se trate de prácticas usuales en el mercado o que respondan a determinadas circunstancias tales como pago anticipado, monto, volumen u otros;
- b) Se otorguen con carácter general en todos los casos en que ocurran iguales condiciones;
- c) No constituyan retiro de bienes; y,
- d) Conste en el comprobante de pago o en la nota de crédito respectiva”.

Tratamiento contable en el caso de los bienes promocionales

El inciso c) del numeral 3 del artículo 2 del Reglamento del IGV establece que no es considerado venta «la entrega a título gratuito de bienes que efectúen las empresas con la finalidad de promocionar la venta de bienes muebles, inmuebles, prestación de servicios o contratos de construcción, siempre que el valor de mercado de la totalidad de dichos bienes, no exceda del uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos promedios mensuales de los últimos doce (12) meses, con un límite máximo de veinte (20) Unidades Impositivas Tributarias. En los casos en que se exceda este límite, sólo se encontrará gravado dicho exceso, el cual se determina en cada período tributario. Entiéndase que para efecto del cómputo de los ingresos brutos promedios mensuales, deben incluirse los ingresos correspondientes al mes respecto del cual será de aplicación dicho límite».



Respecto al Impuesto a la Renta, se recomienda conservar muestras de los bienes entregados, a fin de contar con un medio probatorio en una eventual por parte de la Administración Tributaria para así poder sustentar el gasto.

En cuanto al Comprobante de Pago debe detallarse los bienes que se está transfiriendo y consignarse la leyenda: "Transferencia a Título Gratuito"

2.4. Marco Conceptual

Administración Tributaria - SUNAT

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, es un organismo técnico especializado encargado de administrar los tributos internos y tributos aduaneros.

Acto de liberalidad

Aquellos gastos en los que el deudor tributario no demuestra la necesidad del gasto o Acto a título gratuito:

Son aquellos:

- 1) Cuya causa es el ánimo liberal, la mera liberalidad del bien.
- 2) Aquellos por los que una persona proporciona a otro algún beneficio sin contraprestación.

Causalidad

Es la relación existente entre un hecho (egreso, gasto o costo) y su efecto deseado o finalidad (generación de rentas gravadas o el mantenimiento de la fuente).

Cuestionamiento

Son acciones realizadas a través de preguntas que buscan echar luz sobre aquello que no lo tiene y de lo cual se desea saber más, o bien demostrar su real cara o aspecto que por supuesto difiere.

Documento

Todo escrito u objeto que sirve para acreditar un hecho.



Empresas de supermercado

Un supermercado (también llamado auto mercado) es un establecimiento comercial de venta al por menor que ofrece bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Estas tiendas pueden ser parte de una cadena, generalmente en forma de franquicia, que puede tener más sedes en la misma ciudad, estado, país. Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio. Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas.

Otras clases de tiendas de autoservicio como los hipermercados, venden también ropa y accesorios vehiculares como llantas.

Obligación tributaria

Es un vínculo de naturaleza jurídica entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente

Procedimientos tributarios

Es aquel conjunto de normas o actuaciones dirigidas a garantizar el efectivo cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Promoción

Son todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo.

Publicidad

Es la comunicación no personal, realizada a través de un patrocinador identificado, relativa a su organización, producto, servicio o idea.

Retiro de bienes

Disposición de los bienes que efectuó el propietario, socio o titular de la empresa o la empresa misma.

**Característica**

Es una cualidad que permite identificar a algo o alguien, distinguiéndolo de sus semejantes

Característica Contable

Información que permite registrar, medir, clasificar, analizar y evaluar de manera sistemática y ordenada todas las operaciones o actividades que se hacen en una organización. Considerando la utilidad, objetividad, confiabilidad

Característica Tributaria

Administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos del Gobierno Nacional y proponer la reglamentación de las normas tributarias y aduaneras.

Retiro de Bienes con Fines Promocionales

Los retiros con bienes promocionales comprenden aquellas entregas gratuitas efectuadas con la finalidad de difundir las ventajas específicas de los bienes o servicios

Tratamiento contable y tributario

Es aquella acción que permite realizar un estudio, análisis desde el ámbito de la contabilidad y de la tributación sobre ciertos bienes, productos o servicios, los mismos que se encuentren regulados en el impuesto general a las ventas.

Tratamiento contable

El reconocimiento de los hechos económicos de una entidad, se realizan considerando el postulado del devengado, esto quiere decir, que el reconocimiento contable de los hechos económicos se realizan cuando estos ocurren, sin interesar, si se hubiera cobrado o pagado.

Tratamiento tributario

Es necesario precisar que tanto los bienes producidos como aquellos adquiridos de terceros pueden calificar como retiro de bienes, esto dependerá de los fines para los cuales se produjeron o adquirieron, y que se produzca la transferencia a título gratuito, o la liberalidad de parte del propietario del bien a favor de terceros con fines específicos. Sin embargo, resulta necesario que el contribuyente



evalúe si se encuentra ante una operación gravada o no con IGV, de la misma forma si la Administración Tributaria permite o no la deducción de costo o gasto realizado en aplicación a la Ley del Impuesto a la Renta.

Norma Internacional de Contabilidad Nº 2

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo, y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese coste, así como para el posterior reconocimiento como un gasto del ejercicio, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas de coste que se utilizan para atribuir costes a las existencias.

2.5. Formulación de Hipótesis

2.5.1. Hipótesis General

El tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales no se realiza correctamente en la empresa Consorcio “ORIÓN” S.R.L Cusco-periodo 2016.

2.5.2. Hipótesis Específicos

- a) El tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales no se registra correctamente en la empresa consorcio “ORIÓN” S.R.L. – Periodo 2016.
- b) En el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales, no se aplica la Ley del Impuesto a la Renta correctamente en la empresa consorcio “ORIÓN” S.R.L. – Periodo 2016.



2.6. Variables

2.6.1. Variable(s)

En el presente trabajo de investigación, se ha identificado las siguientes variables:

- ✓ Variable 1: Características contable y tributario
- ✓ Variable 2: Retiro de bienes con fines promocionales

Dimensiones:

- ✓ Procedimiento Contable
- ✓ Procedimiento Tributario
- ✓ Bonificación
- ✓ Promoción

Indicadores:

- ✓ Resoluciones del Tribunal Fiscal
- ✓ Aplicación sobre los principios para deducción de gastos
- ✓ Aplicación sobre procedimientos tributarios
- ✓ Contabilización del Retiro de Bienes Promocionales
- ✓ Norma Internacional de Contabilidad 2
- ✓ Norma Internacional de Contabilidad 12

2.6.2. Conceptualización de Variables

Variable 1 Característica contable y tributaria:

Característica Contable: Información que permite registrar, medir, clasificar, analizar y evaluar de manera sistemática y ordenada todas las operaciones o actividades que se hacen en una organización. Considerando la utilidad, objetividad, confiabilidad

Característica Tributaria: Información que permite administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos del Gobierno Nacional y proponer la reglamentación de las normas tributarias y aduaneras.

(Características Contables)



Variable 2. Retiro de bienes de con fines promocionales:

Los retiros con bienes promocionales comprende aquellas entregas gratuitas efectuadas con la finalidad de difundir las ventajas específicas de los bienes o servicios (Retiro de Bienes con fines promocionales , 2014)



2.6.3. Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<p>Variable 1</p> <p>Características contable tributaria y</p>	<p>Característica Contable: Información que permite registrar, medir, clasificar, analizar y evaluar de manera sistemática y ordenada todas las operaciones o actividades que se hacen en una organización. Considerando la utilidad, objetividad, confiabilidad. Fuente https://www.caracteristicas.co/informacion-contable/</p> <p>Característica Tributaria: Información que permite administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos del Gobierno Nacional y proponer la reglamentación de las normas tributarias y aduaneras. Fuente www.sunat.gob.pe</p>	<p>Tratamiento Contable: El reconocimiento de los hechos económicos de una entidad, se realizan considerando el postulado del devengado, esto quiere decir, que el reconocimiento contable de los hechos económicos se realizan cuando estos ocurren, sin interesar, si se hubiera cobrado o pagado. Fuente (Luz, 2013)</p> <p>Tratamiento Tributario: Es necesario precisar que tanto los bienes producidos como aquellos adquiridos de terceros pueden calificar como retiro de bienes, esto dependerá de los fines para los cuales se produjeron o adquirieron, y que se produzca la transferencia a título gratuito., o la liberalidad de parte del propietario del bien a favor de terceros con fines específicos.</p> <p>Fuente: Actualidad Empresarial Año: 2015</p>	<p>Procedimiento Contable</p> <p>Procedimiento Tributario</p>	<p>Contabilización del retiro de bienes con fines promocionales</p> <p>Norma Internacional de Contabilidad 2</p> <p>Resoluciones del Tribunal Fiscal</p> <p>Aplicación de la ley del impuesto a la renta para la deducción de gastos</p> <p>Aplicación sobre procedimientos tributarios para el retiro de bienes con fines promocionales</p> <p>Norma Internacional de Contabilidad 12</p>



<p>Variable 2. Retiro de Bienes con fines promocionales</p>	<p>Los retiros con bienes promocionales comprenden aquellas entregas gratuitas efectuadas con la finalidad de difundir las ventajas específicas de los bienes o servicios. Fuente (Asesor Empresarial)</p>	<p>El retiro de bienes es aquel concepto estipulado dentro del supuesto de venta a efectos de compensar desigualdades entre los consumidores finales, como el caso del retiro de bienes manteniendo el impuesto la neutralidad que es una característica esencial del mismo. Fuente (Asesor Empresarial, s.f.)</p>	<p>Bonificación Promoción</p>	<ul style="list-style-type: none">-Transferencia a Título Gratuito- Apropiación de Bienes-Autoconsumo de Bienes-Entrega de bienes a los Trabajadores-Entrega de Bienes pactado por los colectivos
--	--	--	--	---



CAPÍTULO III:

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo Básica porque buscaremos acrecentar los conocimientos teóricos, sin mostrar ningún interés en posibles aplicaciones prácticas. (SAMPIERI, 1994)

3.2. Enfoque de investigación

El presente estudio tiene el enfoque cuantitativo, porque permite contrastar las hipótesis y aplica la estadística (SAMPIERI, 1994)

3.3. Diseño de la investigación

El estudio tiene un diseño no experimental, con características longitudinales, en vista de que no se manipularan las variables independientes y los datos se obtendrán de un periodo. (SAMPIERI, 1994)

3.4. Alcance de la investigación

Descriptivo.- Desde el punto de vista cognoscitivo su finalidad es describir las circunstancias que ocurren dentro del ámbito del impuesto a la renta en el retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio "ORION" S.R.L Cusco, por lo tanto, nos permitirá conocer a fondo, aspectos importantes de esta problemática.

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

La población en el presente trabajo de investigación está constituida por la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L.

3.5.2. Muestra

La muestra en el presente trabajo de investigación lo constituye la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L. con sus trabajadores en el área de contabilidad (10) de la ciudad del cusco.



3.6. Técnica(s) e Instrumento(s) de Recolección de Datos

3.6.1. Técnica(s)

La técnica del análisis documental.

Se utilizara como instrumentos: fichas textuales y de resumen; recurriendo como fuentes a consignar información sobre el tema de investigación, otros relacionados al tema. (Marco teórico), en base a la información secundaria.

La técnica de la encuesta.

Se utilizara como instrumento el cuestionario, recurriendo como informantes a los trabajadores de la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L en el área de contabilidad (10), en la ciudad del Cusco, que a futuro usaremos para obtener los datos de los dominios de las variables, sobre selección de técnicas, instrumentos e informantes o fuentes, en base a los indicadores.

La técnica de la entrevista.

También se utilizara como instrumento la guía de entrevistas, recurriendo a los trabajadores de la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L de la ciudad del Cusco, que usaremos para obtener los datos de los dominios de las variables, entonces ya sabemos que los instrumentos a utilizar son: para la investigación de gabinete o biblioteca, fichas textuales y de resumen; y para la investigación de campo; un cuestionario y una guía de entrevista, en base a los indicadores.

3.6.2. Instrumento(s)

Recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, serán incorporados al programa computarizado "SPSS".

3.7. Procesamiento de Datos

Los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas e instrumentos antes mencionados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, serán incorporados al programa computarizado "SPSS"; y con ellos se elaborarán informaciones en la forma de gráficos de barras así como tablas, con precisiones porcentuales.

CAPITULO IV:**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Durante el desarrollo de la investigación, se estudió la aplicación del tratamiento contable y tributario de los retiros de bienes con fines promocionales en la determinación del impuesto a la renta de la empresa Consorcio Orión

A continuación, se darán a conocer los resultados y los hallazgos más importantes de esta investigación, los resultados cuantitativos se obtuvieron después de aplicar el instrumento (cuestionario).

Luego del tratamiento de la información a través del programa estadístico SPSS, se elaboró las tablas y gráficos correspondientes.

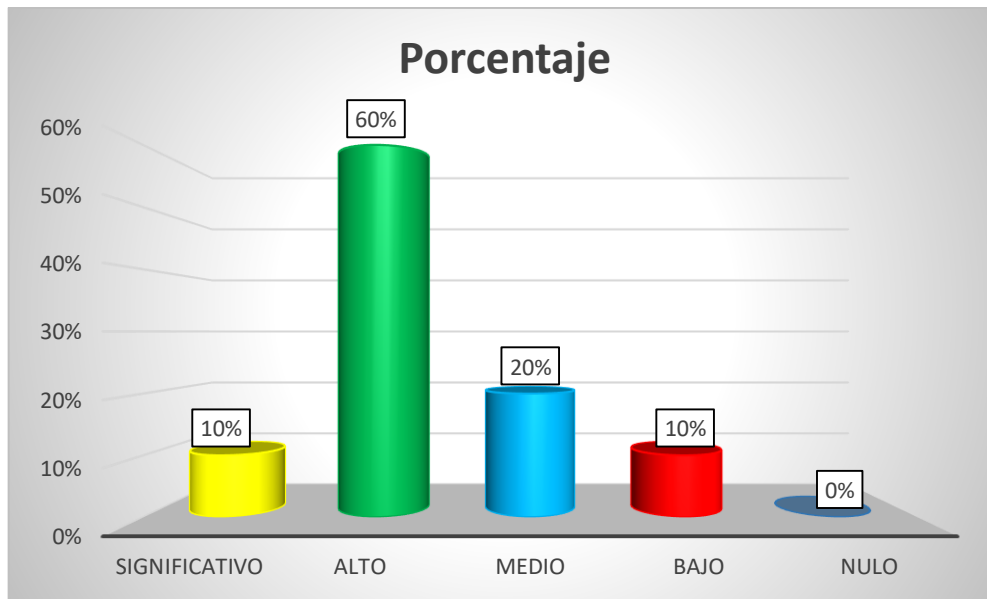
Tabla N°1

¿Considera importante la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales?

¿En qué grado considera importante la aplicación contable y tributaria del retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	1	10%
Alto	6	60%
Medio	2	20%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N°1 Considera importante la aplicación sobre el tratamiento tributario de los retiros de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 1 nos da a conocer en un 10% de encuestados que la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes es significativo, mientras que el 60% de los encuestados indicaron que es alto la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes, el 20% de encuestados nos dieron a conocer que tienen un nivel medio de aplicación en el tratamiento contable y tributario, y el 10% de los encuestados demostraron la aplicación bajo del tratamiento contable y tributario de bienes promocionales en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N° 2

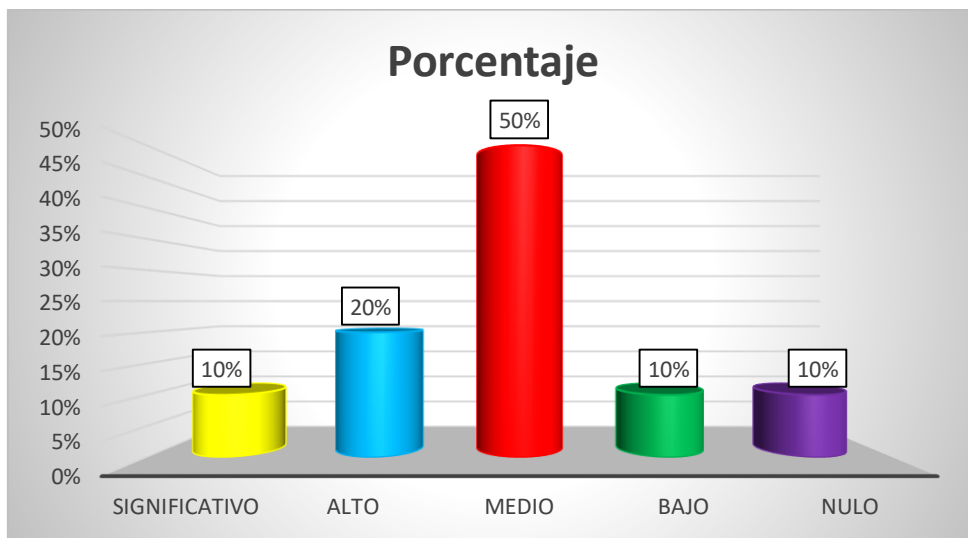
¿Considera importante la aplicación de Resoluciones del Tribunal Fiscal sobre retiro de bienes con fines promocionales?

¿Qué grado es importante la aplicación de Resoluciones del tribunal fiscal sobre retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	1	10%
Alto	2	20%
Medio	5	50%
Bajo	1	10%
Nulo	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°2

Considera importante el conocimiento de Resoluciones del Tribunal Fiscal sobre retiros de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 2 nos demuestra en un 10% de encuestados que es significativo la importancia de conocimientos de resoluciones de tribunal fiscal, mientras que el 20% de encuestados nos dio a conocer que es alto el conocimiento de resoluciones de tribunal fiscal sobre retiros de bienes con fines promocionales, en un 50% de encuestados nos demostraron que la importancia de los conocimientos en resoluciones está en un nivel medio y los otros 10% de los encuestados indicaron que son bajos los conocimientos como también es nulo las resoluciones de tribunal fiscal en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

TABLA N° 3

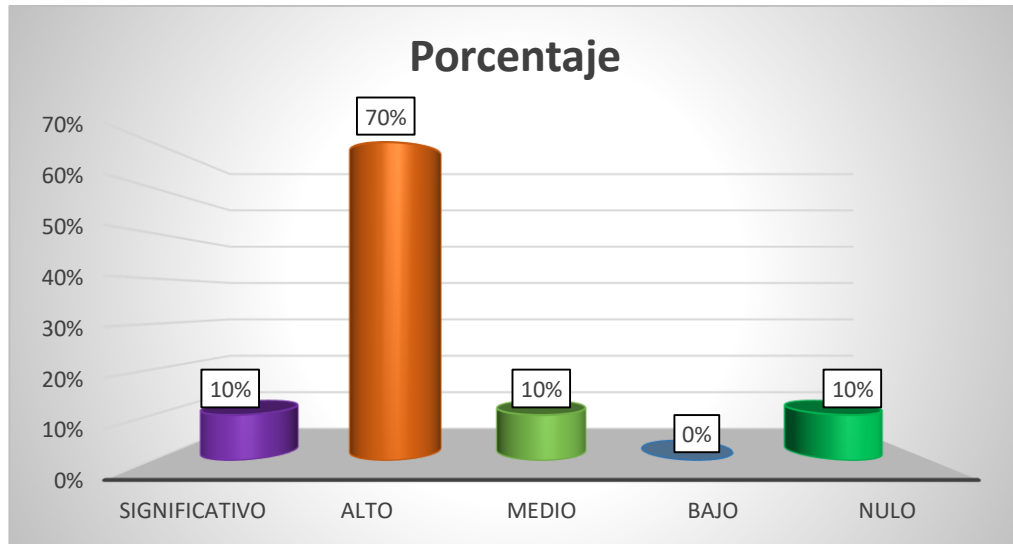
¿Considera importante la aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes con fines promocionales?

¿Considera importante la aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	1	10%
Alto	7	70%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N°3

Considera importante aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 3 nos dio a conocer en un 10% de encuestados que significativamente consideran importante los conocimientos sobre acreditación de gastos por retiros de los bienes con fines promocionales, en un 70% de los encuestados indicaron que es alto la importancia del conocimiento sobre la acreditación de estos gastos mientras que solo el 10% de encuestados señalaron que esta en un nivel medio los conocimientos sobre acreditación de gastos como también indicaron que es nulo en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N° 4

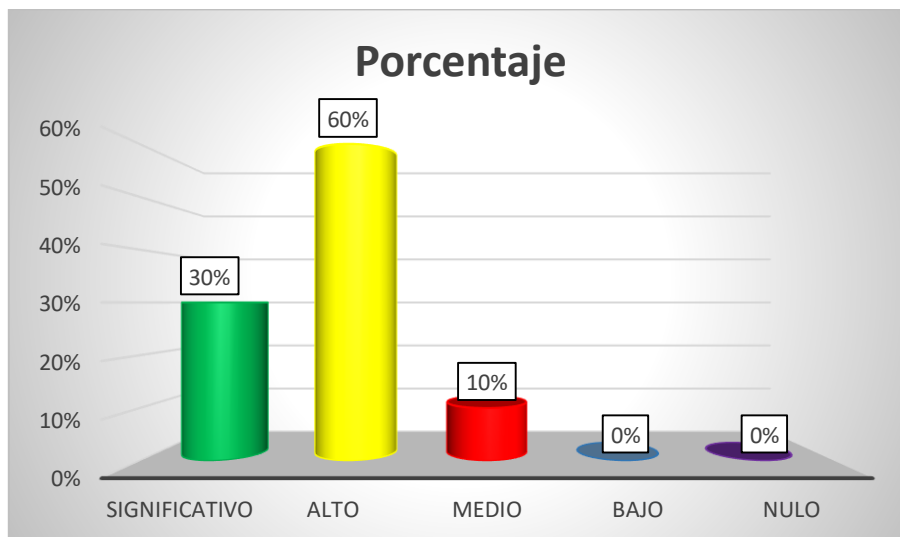
¿Considera importante las normas del impuesto a la renta para la deducción de gastos por retiro de bienes con fines promocionales?

¿Es importante las normas del impuesto a la renta para deducción de gasto por retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	3	30%
Alto	6	60%
Medio	1	10%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 4

Considera importante las normas del impuesto a la renta para la deducción de gastos por retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 4 nos demuestra en un 30% de los encuestados que consideran significativamente importante los principios del impuesto a la renta para la deducción de gasto por retiro de bienes con fines promocionales, mientras que el 60% de los otros encuestados indicaron que efectivamente es alto la importancia de los principios del impuesto a la renta para deducir los gastos por retiro en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N° 5

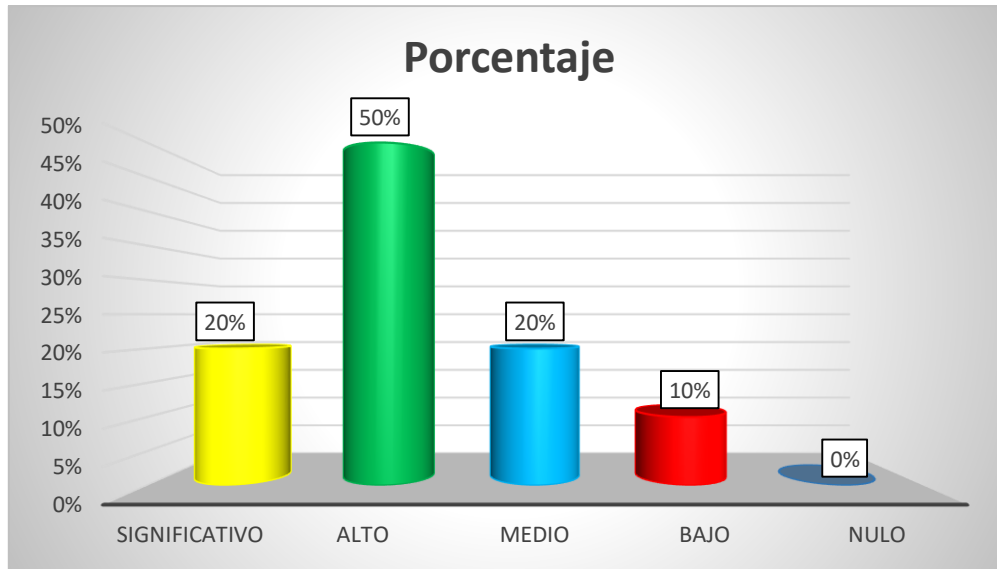
¿Considera importante el establecimiento de procedimientos tributario relacionado a retiro de bienes con fines promocionales?

¿Es importante el establecimiento de procedimientos tributarios relacionados a retiros de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	2	20%
Alto	5	50%
Medio	2	20%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 5

Considera importante el establecimiento de procedimientos tributario relacionado a retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 5 nos demuestra en un 20% de encuestados que la importancia en el establecimiento de procedimientos tributarios relacionados es significativo mientras que el 50% de los otros encuestados afirmaron que efectivamente consideran alto la importancia de establecer procedimientos tributario relacionados a retiro de bienes con fines promocionales, el otro 20% de los encuestados señalaron esta importancia se encuentra en un nivel medio esto se debe a que tienen poco conocimiento tributario así como también un nivel bajo con un 10% de encuestados en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N° 6

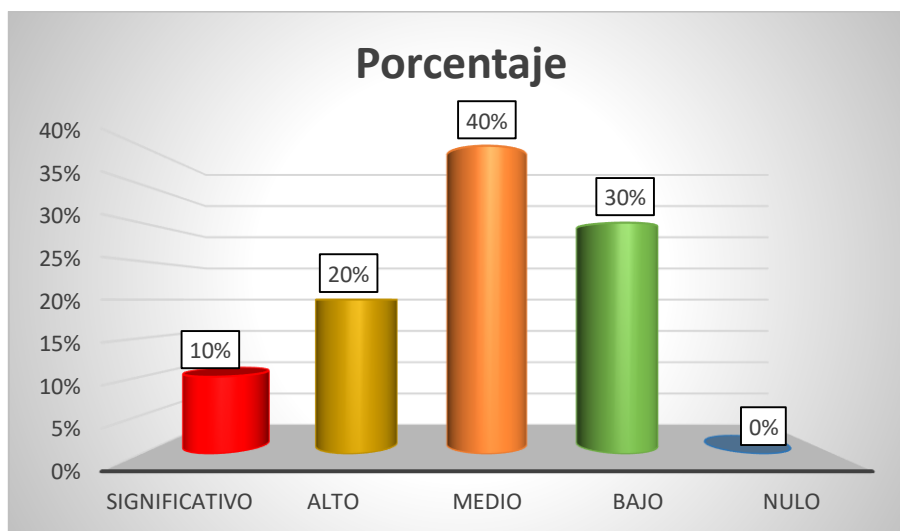
¿Cómo califica el grado de aplicación sobre tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales?

¿Cómo califica el grado de aplicación sobre tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	1	10%
Alto	2	20%
Medio	4	40%
Bajo	3	30%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N° 6

Aplicación sobre el tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 6 nos da a conocer los conocimientos de tratamientos tributarios en donde un 10% de los encuestados nos demostraron que su nivel de conocimientos sobre el tratamiento tributario es significativo mientras que el 20% de los encuestados indicaron que califican con un nivel alto los conocimientos sobre el tratamiento tributario de los retiros de bienes con fines promocionales, el 40% de los otros encuestados señalaron que califican con un nivel medio los conocimientos sobre tratamientos tributarios de retiros y el otro 30% de los encuestados indicaron es bajo su nivel de conocimientos sobre retiros tributarios en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

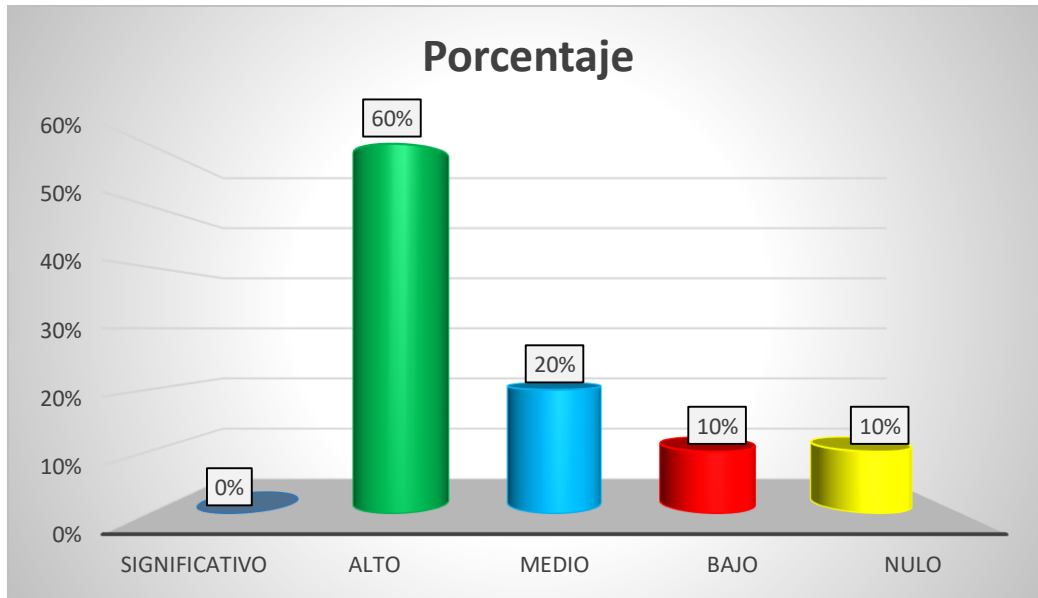
Tabla N° 7**¿Calificación de los procedimientos tributarios de la empresa relativa a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales?**

¿Cómo es la calificación de los procedimientos tributarios de la empresa relativa a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	0	0%
Alto	6	60%
Medio	2	20%
Bajo	1	10%
Nulo	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N° 7

Calificación de los procedimientos tributarios de la empresa relativo a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada a la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L. en donde un 60% de los encuestados nos dieron a conocer que la calificación es alta en los procedimientos tributarios de la empresa relativo a la acreditación de los retiros de bienes con fines promocionales, mientras que el 20% de los encuestados indicaron que la calificación es media en los procedimientos tributarios de la empresa y solo el 10% de los encuestados señalaron que la calificación es baja en los procedimientos como también es nula con un 10% según a lo que señalaron los encuestados de la empresa.

Tabla N°8

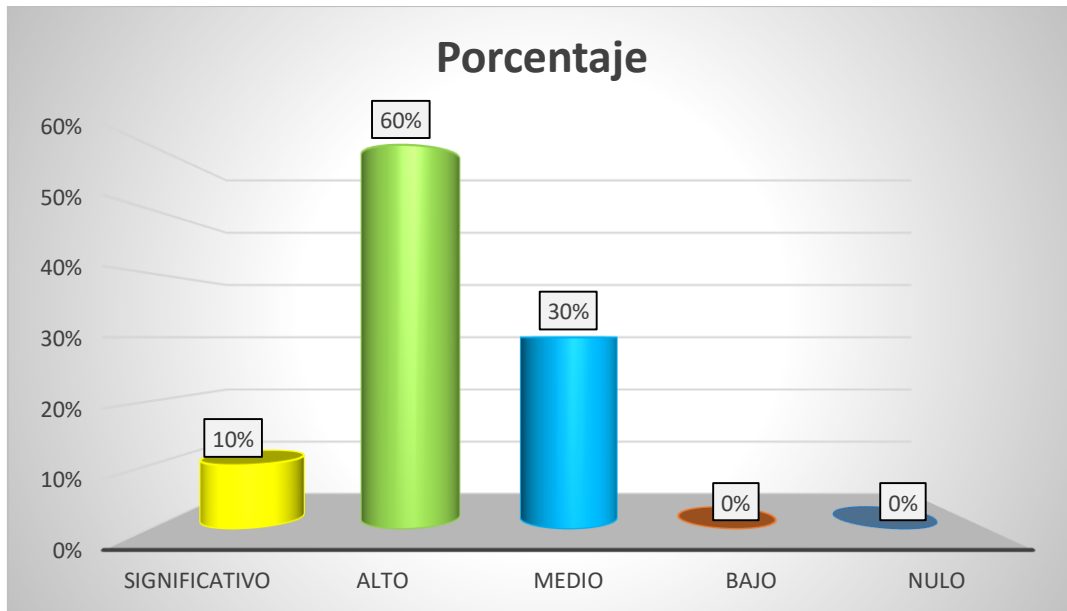
¿Medidas en los que considera necesario efectuar el retiro de bienes con fines promocionales?

¿En qué medida considera necesarios efectuar el retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	1	10%
Alto	6	60%
Medio	3	30%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: elaboración propia.

Gráfico N°8

Medidas en los que considera necesario efectuar el retiro de bienes con fines promocionales



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 8 nos da a conocer que la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L. señala en un nivel significativo la necesidad de efectuar los retiros de bienes con fines promocionales mientras que el 60% de los encuestados indicaron que su medida es alta para efectuar los retiros de bienes y el otro 30% de los encuestados demostraron que su medida para considerar necesaria efectuar los retiros de bienes con fines promocionales es un nivel medio en la empresa Orión.

Tabla N°9

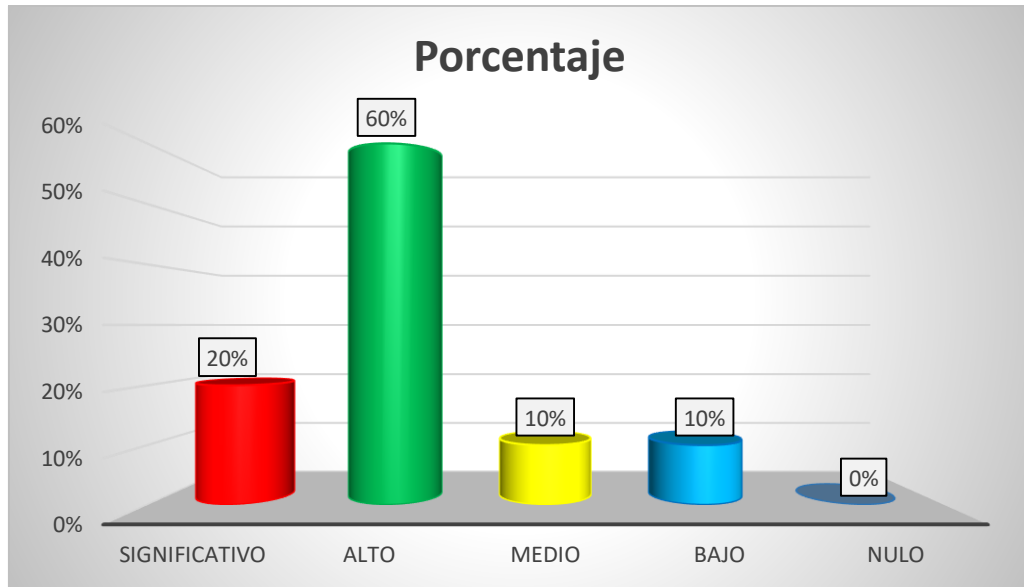
¿Medida en el que considera que aplicación contable afecta en la determinación del impuesto a la renta?

¿En qué medida considera que la aplicación contable afecta en el Impuesto a la Renta?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	2	20%
Alto	6	60%
Medio	1	10%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N°9

Medida en el que considera que aplicación contable afecta en la determinación del impuesto a la renta.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 9 nos demuestra que la medida es significativa en un 20% de encuestados en el que considera los conocimientos tributarios afecta en la determinación del Impuesto a la Renta, mientras que el 60% de los encuestados señalaron que la medida es alta en donde considera que el conocimiento tributario afectaría en la determinación del impuesto a la renta y solo el 10% de los otros encuestados indicaron que la medida que considera es en un nivel medio para los conocimientos tributarios en el impuesto a la renta.

Tabla N° 10

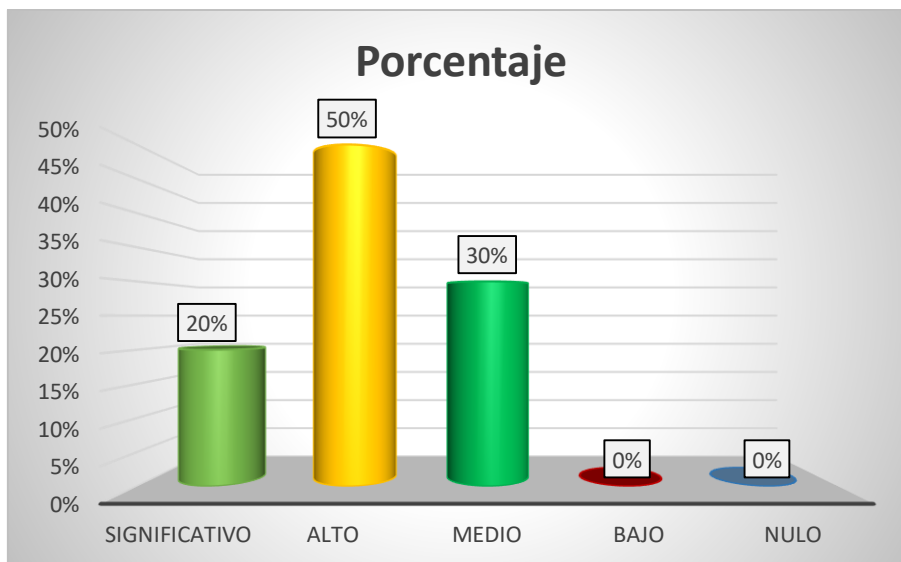
¿Medida en el que considera que la Administración Tributaria podrá generar cuestionamientos por retiro de bienes con fines promocionales?

¿En qué medida considera la administración tributaria en el cuestionamiento por retiro de bienes con fines promocionales?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	2	20%
Alto	5	50%
Medio	3	30%
Bajo	0	0%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N°10

Medida en el que considera que la Administración Tributaria podrá generar cuestionamientos por retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada a la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L. nos dieron a conocer como es la administración tributaria al generar cuestionamientos en donde el 20% de los encuestados señalaron que la medida es significativa cuando consideran que la administración tributaria podrá generar cuestionamiento por retiro de bienes, mientras que el 50% de los encuestados indicaron que su medida es bastante alta para considerar que la administración tributaria podrá generar cuestionamiento por retiro y el otro 30% de los encuestados señalaron que su nivel de medida que considera la administración tributaria en los retiros de bienes con fines promocionales es media.

Tabla N°11

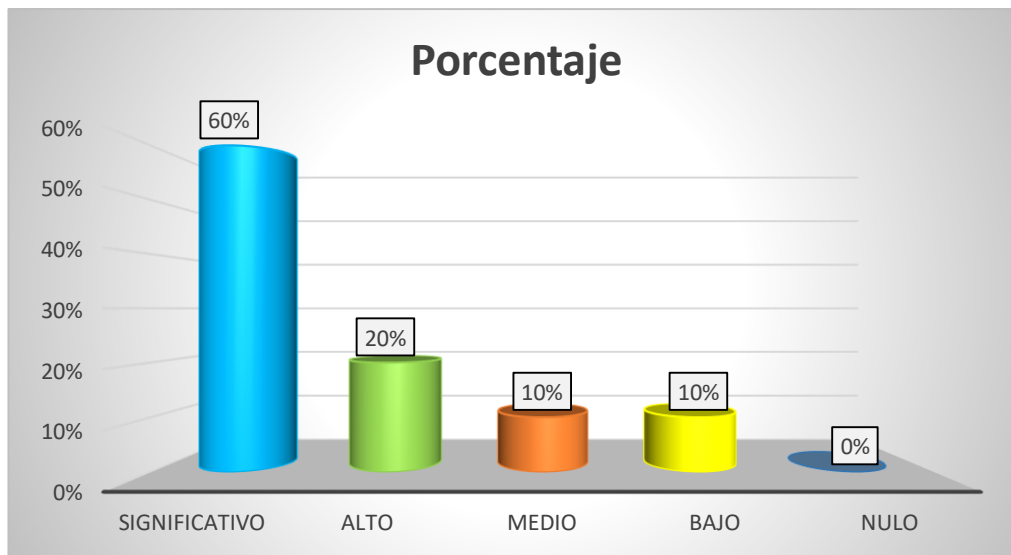
¿Medida en el que consideran que la acreditación de gastos contribuye a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta?

¿En qué medida consideran que la acreditación de gasto contribuye a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta?	Frecuencia	Porcentaje
Significativo	6	60%
Alto	2	20%
Medio	1	10%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°11

Medida en el que consideran que la acreditación de gastos contribuye a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 11 nos da a conocer en un 60% de los encuestados que las medidas en las que consideran que la acreditación de gasto contribuye a su reconocimiento es significativo para determinar el impuesto a la renta, mientras que el 20% de los encuestados indicaron que tienen un nivel de medida alta en el que consideran que la acreditación de gasto contribuye a su reconocimiento y solo el 10% de los encuestados señalaron que su nivel de medida es media como también es baja para el reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta.

Tabla N°12

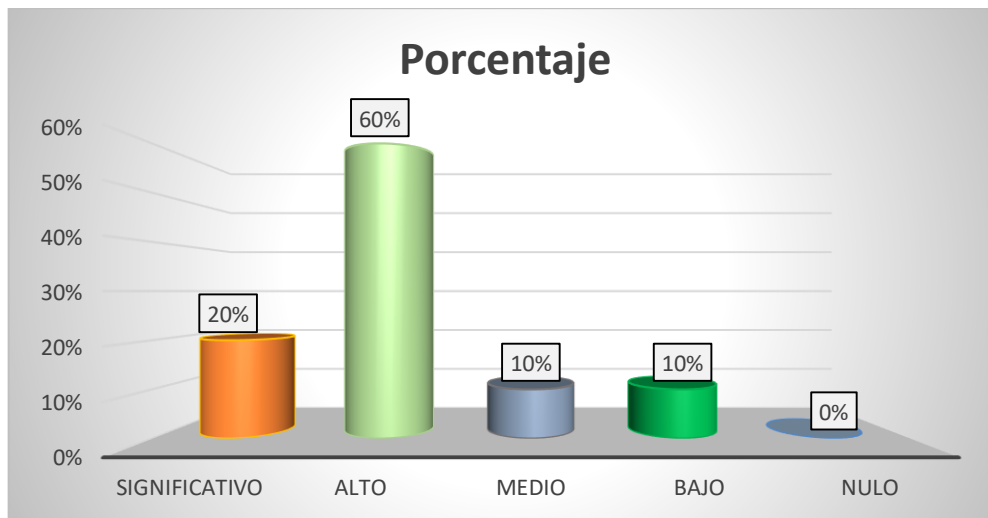
¿Medida en el cual considera que las normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta?

¿En qué medida considera las normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Significativo	2	20%
Alto	6	60%
Medio	1	10%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Grafico N°12

Medida en el cual considera que normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 12 nos da a conocer en un 20% de los encuestados que significativamente consideran que los principios tributarios del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad de gasto en la determinación del impuesto a la renta, también demostramos en un 60% de los encuestados que el nivel de medida es bastante alto para los principios tributarios en la deducibilidad de gasto mientras que solo el 10% de los encuestados indicaron que el nivel de medida para demostrar la deducibilidad de los gastos es media como también es baja con un 10% de encuestados en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N°13

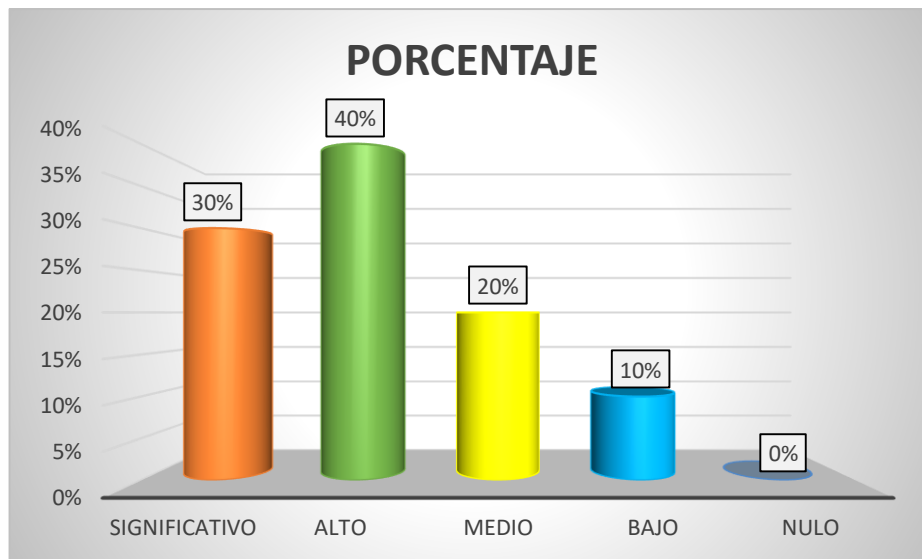
¿Medida en el que considera que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por el retiro de bienes con fines promocionales?

¿En qué medida la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto en el retiro de bienes con fines promocionales?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Significativo	3	30%
Alto	4	40%
Medio	2	20%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°13

Medida en el que considera que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por el retiro de bienes con fines promocionales.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 13, nos señala en un 30% de encuestados que su medida es significativa para considerar que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto mientras que el 40% de los encuestados indicaron en un nivel de medida muy alto que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por la entrega de bienes, el 20% de los encuestados señalaron que la empresa tiene un nivel de medida media para acreditar correctamente la deducibilidad del gasto y solo el 10% de los encuestados afirmaron que su nivel es bajo para acreditar la deducibilidad del gasto.

Tabla N°14

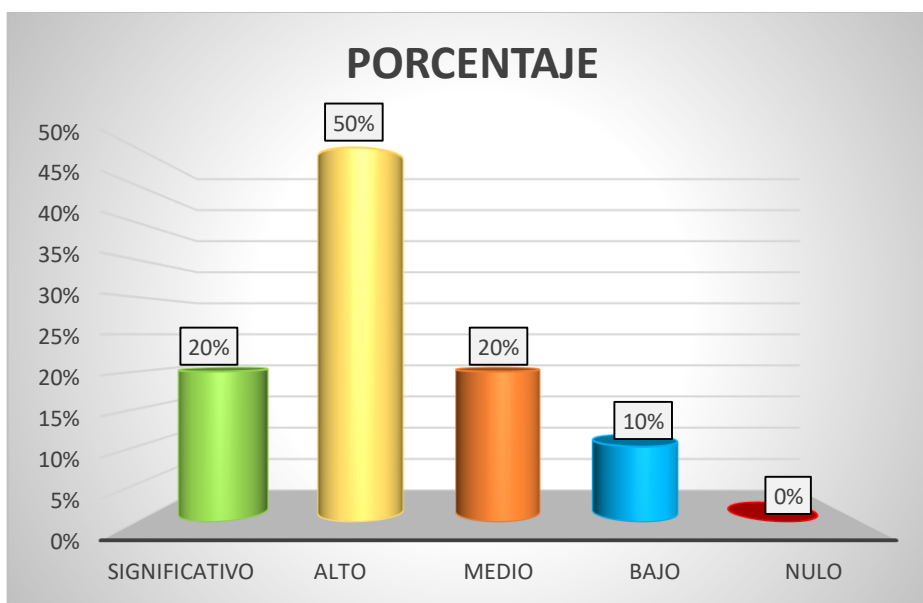
¿Medida en el que considera preparada a la empresa para afrontar algún eventual cuestionamiento por el retiro de bienes con fines promocionales?

¿En qué medida está preparada la empresa para afrontar cuestionamientos por el retiro de bienes con fines promocionales?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Significativo	2	20%
Alto	5	50%
Medio	2	20%
Bajo	1	10%
Nulo	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Grafico N°14

Medida en el que considera preparada a la empresa para afrontar algún eventual cuestionamiento por el retiro de bienes con fines promocionales



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 14 nos demuestra en un 20% de encuestados que su media es significativa para considerar preparada a la empresa para afrontar cuestionamientos por retiro de bienes con fines promocionales mientras que el 50% de los encuestados señalaron que su medida que considera es muy alta para que la empresa pueda afrontar algún eventual cuestionamiento por retiro de bienes, el otro 20% de encuestados afirmaron que tienen un nivel medio en la medida que considera preparada a la empresa para afrontar este eventual cuestionamiento y solo el 10% señalaron que su nivel es muy bajo para tal cuestionamiento en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N°15

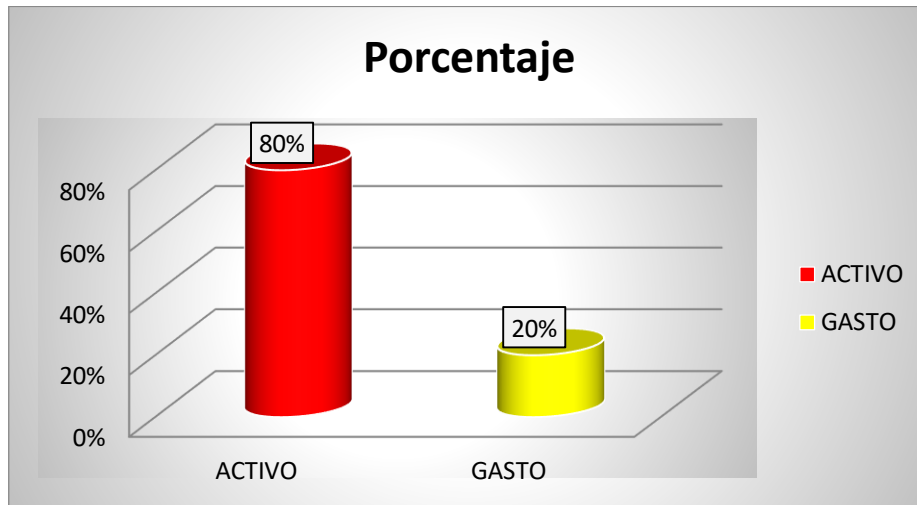
¿La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto?

¿La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACTIVO	7	70%
GASTO	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Grafico N°15

La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto.



INTERPRETACIÓN:

En la tabla y gráfico N° 15 nos demuestra en un 80% de encuestados considera la salida de bienes con fines promocionales, mientras que el 20% de los encuestados consideran la salida de bienes con fines promocionales como gasto en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

Tabla N°16

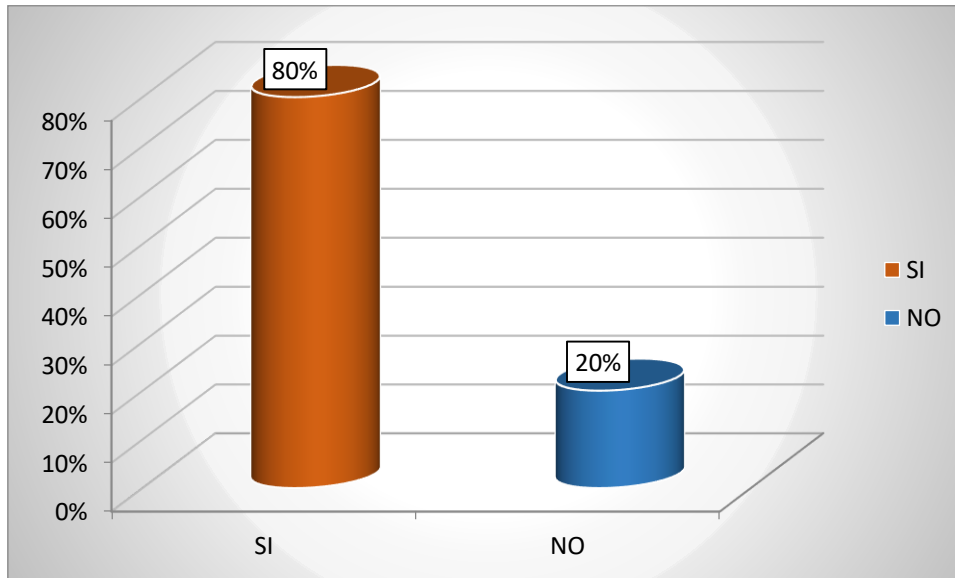
¿Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos orión son emitidos por algún comprobante de pago?

¿Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos orión son emitidos por algún comprobante de pago?	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Grafico N°16

Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos ori3n son emitidos por alg3n comprobante de pago.



INTERPRETACI3N

En la tabla y gr3fico N° 16 nos demuestra en un 80% de encuestados da a conocer que el canje por puntos ori3n si entrega comprobante de pago mientras que el 20% de los encuestados se3alaron la Empresa Consorcio Ori3n Cusco S.R.L. no entrega comprobante de pago.



CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se incluye información sobre la relación de resultados y el problema de investigación; la relación entre los resultados y los de otras investigaciones presentadas en los antecedentes teóricos, en el cual se pretende validar los objetivos de estudio.

Según lo establece (BP., 2000), la discusión y análisis de datos encontrados se basan principalmente en la pregunta y objetivos desarrollados en el trabajo de investigación.

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

- ✓ Como se observa en la tabla y figura N° 2 podemos ver que los propietarios y trabajadores al tener desconocimiento sobre las resoluciones del tribunal fiscal no aplican correctamente las normas de esta.
- ✓ Como se observa en la tabla y figura N° 4 del total de encuestados indicaron que efectivamente es alto la importancia de la aplicación de la Ley del impuesto a la renta para deducir los gastos por retiro de bienes con fines promocionales en la Empresa Consorcio Orión Cusco S.R.L.

También se pudo determinar que el establecimiento de procedimientos tributarios relativo a estas operaciones es significativa o alta, pero gran parte de las empresas poseen unos procedimientos bajos e inclusive nulos, lo cual podría conllevar a las Empresas de supermercados a diversos problemas ante alguna eventual fiscalización por parte de la administración tributaria puesto que sus procedimientos no son los suficientes o adecuados, por lo cual urge de establecer las políticas tributarias correctas para evitar alguna contingencia o cuestionamiento por parte de la Administración Tributaria.



5.2. Limitaciones del Estudio

- A) Referencias bibliográficas del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio "ORION" S.R.L
- B) El tiempo de investigación que se realiza

5.3. Comparación crítica con la literatura existente

Según lo enuncia Humpire Quispe Karen María y Quiño Quispe Vilma , en su trabajo de investigación titulado: "TRATAMIENTO ADMINISTRATIVO, TRIBUTARIO Y CONTABLE DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES ,SEGÚN LA NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD 38 Y EL DECRETO LEGISLATIVO 1075: LEY GENERAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DEL CUSCO-2012"

Los autores llegaron a la siguiente conclusión:

Es claro que algunos empresarios y quienes llevan la contabilidad de ellas, no prestan una atención especial a los activos intangibles por cuanto esto implicaría una visión de crecimiento en el futuro y competitividad para que dichas marcas y patentes sean reconocidas y e inscritas en INDECOPI.

En nuestro trabajo de investigación se pudo observar que:

Los trabajadores tienen desconocimiento del tratamiento contable y tributario de los retiros de bienes con fines promocionales. Tal como se observa en la tabla y figura N°6, en consecuencia se afirma la hipótesis



A. CONCLUSIONES

1. Parte de los artífices en el reconocimiento tributario de las principales supermercados, poseen deficientes conocimientos sobre el correcto tratamiento tributario de los retiros de bienes con fines promocionales, tal como se muestra en la (tabla y gráfico N°1) lo que ha llevado a algunas empresas a reparar el gasto de los bienes entregados en la determinación de su impuesto a la renta por pagar, así como a no poseer el respaldo debido para poder acreditar adecuadamente la necesidad y veracidad de dichas operaciones.
2. La Administración Tributaria al no acreditarse la necesidad de la entrega de bienes con fines promocionales, puede generar cuestionamientos por dichas operaciones tal como se muestra en la (tabla y gráfico N° 3), considerándolas como actos de liberalidad; por lo cual, los principios tributarios del impuesto a la renta para la deducción de gastos, como es el principio de causalidad y sus criterios adyacentes, contribuyen a que la Administración Tributaria reconozca la deducibilidad de los gastos, en función a la necesidad y acreditación de las empresas que requieran efectuarlo.
3. Algunas empresas de supermercado tienen deficientes o escasos procedimientos tributarios relacionados a la entrega de bienes con fines promocionales así como se muestra en la (tabla y gráfico N°3), lo cual es perjudicial puesto que no pueden determinar con exactitud la veracidad de la entrega de estas operaciones; debido que al contar con políticas o procedimientos tributarios dentro de una empresa contribuyen a realizar labores que ayuden a evitar cuestionamientos por parte de la Administración Tributaria ante alguna fiscalización.



B. RECOMENDACIONES

1. Los principales artífices del reconocimiento tributario deben ser conscientes del nivel de exigencia que tiene nuestra profesión, por ello deben capacitarse y prepararse en el desarrollo de las diversas operaciones efectuadas por las diversas empresas al momento determinar el impuesto a la renta, en este caso específicamente sobre la necesidad y acreditación de los retiros de bienes con fines promocionales.
2. Evaluar el impacto de la entrega gratuita de bienes con fines promocionales, determinando la necesidad de éstas en las empresas de supermercado, mediante la aplicación de la norma del Impuesto a la Renta para poder acreditar la deducibilidad en dichos gastos incurridos y evitar cuestionamientos por parte de la Administración Tributaria.
3. Elaborar procedimientos y políticas tributarias internas que contribuyan al correcto reconocimiento tributario y la debida sustentación de la entrega de bienes con fines promocionales para evitar cuestionamientos por parte de la Administración Tributaria ante alguna eventual fiscalización en la formación profesional de los contadores se debe incluir la temática que aborde explícitamente la deducibilidad de los gastos incurridos ante la Administración Tributaria, y la correcta acreditación tributaria de las operaciones efectuadas por las diversas empresas acorde a los sectores en que se desarrollan, como la demostrada en el presente estudio.

**C. BIBLIOGRAFÍA**

- 055-99-EF, D. s. (1999). *TUO de la Ley del impuesto General a las Ventas e impuesto selectivo al consumo*. lima- peru .
- 1125, D. L. (2012). *DECRETO LEGISLATIVO QUE MODIFICA LA LEY DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS E IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO*. Lima.
- Actualidad Empresarial*. (s.f.). Recuperado el 21 de febrero de 2018, de Actualidad Empresarial: http://aempresarial.com/web/adicionales/files-iv/pdf/2016_trib_21_tratamiento_tributario.pdf
- Asesor Empresarial*. (s.f.). Recuperado el 24 de febrero de 2018, de Asesor Empresarial: http://aempresarial.com/web/adicionales/files-iv/pdf/2016_trib_21_tratamiento_tributario.pdf
- bellmont, E. (27 de JUNIO de 2016). miercoles del exportador . *PROMPERU* .
- BP., P. D. (2000). *“Introducción a la investigación en ciencias de la salud”*.
- Bustamante, C. (Julio de 2011). Acreditacion de entregas con fines promocionales a fin de calificar como gastos deducibles. *Informativo Caballero Bustamante*, Volumen 715.
- BUSTAMANTE, C. (2015). MANUAL PRACTICO DE EXPORTACION E IMPORTACION. *EDITORIAL CABALLERO BUSTAMANTE* , 17-35.
- Características*. (s.f.). Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de Características: <https://www.caracteristicas.co/informacion-contable/>
- Características Contables*. (s.f.). Recuperado el 17 de 11 de 2017, de Características Contables: <https://www.caracteristicas.co/informacion-contable/#ixzz4ykkDYKjY>
- Ccallo y Leva. (2011-2012). Tratamiento Contable y Tributario de las Propiedades,Planta y Equipo y los estados financieros de las empresas comerciales del cusco. En Y. L. Marianel Ccallo Lopez, *Tratamiento Contable y Tributario de las Propiedades,Planta y Equipo y los estados financieros de las empresas comerciales del cusco*.
- Cossio, V. (2010). *Errores frecuentes en la deducccion de gastos de una empresa*. Lima: El Buho.
- Diego, M. T. (2013). Fundamentos de Marketing. En M. T. Diego, *Fundamentos de Marketing*. Universitat Jaume Primera Edicion.
- Fernando, E. P. (2011). ¿Cual es el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes? *Asesor Empresarial* , 5-8.



- Giribaldi, G. (2013). *Aproximaciones al retiro de bienes gravado con el IGV*. Lima.
- Gomez, A. (2010). *Tratamiento tributario-contable de los retiros de bienes*. Lima: El Buho.
- Hermoza, J. P. (2014). *Correlacion entre el contrato de auspicio y el objeto fisica y juridicamente posible como elemento del negocio juridico*. *LEX US*, Volumen 12:121-134.
- <http://orion.com.pe/>. (abril de 2017). Recuperado el 01 de abril de 2017, de <http://orion.com.pe/>: <http://orion.com.pe/>
- <http://www.go2inkas.pe/nosotros/>. (2017). *Creacion*. Cusco.
- Humpire y Quiño. (2012). *Tratamiento Administrativo, Tributario y Contable de los Activos Intangibles, según norma internacional de contabilidad 38 y el decreto legislativo 1075: Ley General de Propiedad Industrial en las empresas de la ciudad del Cusco*. Cusco.
- Kotler y Armstrong. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava Edicion ed.). Pearson Educacion.
- lara campos rosa maragarita; hernandez flores norma beatriz; trejo sanchez claudia patricia. (abril, 2013). *Guía para solicitar devolución de tributos ante las Direcciones Generales de Aduanas y de Impuestos Internos*. san salvador : san salvador, san salvador - centroamerica.
- López y Vigil. (2013). *Análisis de los efectos tributarios de la posible aplicación del impuesto a las transferencias gratuitas de bienes provenientes de herencias en el Perú*. Trujillo.
- Lucero, A. (2017). *Promoción de ventas: estrategias e instrumentos*.
- Luz, C. H. (2013). *Retiro de Bienes-Incidencias Tributarias y Contables*. *Actualidad Empresarial*.
- Matteucci, M. (s.f.). *Blog de MARIO ALVA MATTEUCCI*. Recuperado el 21 de Febrero de 2018, de Blog de MARIO ALVA MATTEUCCI: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2017/04/03/cual-es-el-tratamiento-tributario-de-la-entrega-de-bienes-con-fines-promocionales/>
- Mondragon. (julio de 2016). *Exportador. Actitud, la barrera mas rigida en el exito exportador*.
- N°29646, D. L. (2011). *Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios*. Lima.
- NIC 12. (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de NIC 12: <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/nic12.pdf>



- Norma internacional de contabilidad 2.* (s.f.). Recuperado el 21 de Febrero de 2017, de Norma internacional de contabilidad 2:
<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/nic02.pdf>
- Normas Internacionales de Contabilidad.* (s.f.). Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de Normas Internacionales de Contabilidad:
http://www.plangeneralcontable.com/?tit=guia-de-las-normas-internacionales-de-contabilidad-nic-&name=GeTia&contentId=man_nic&manPage=2
- Palma, J. M. (2012). *ANÁLISIS, DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTION PARA LAS EXPORTACIONES DE CEMENTO*. LIMA: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU.
- PERUANO, D. E. (2016). *REGLAMENTOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO*. LIMA-PERU.
- Propia.* (s.f.). Obtenido de Propia:
<http://tributacionenelperu.blogspot.pe/2008/02/la-sunat.html>
- Requeno y Alvarado. (2007). *Nuevas Tendencias en la publicidad del siglo XXI*. España: Comunicacion Social-Primera Edicion.
- Retiro de Bienes con fines promocionales . (2014). *Actualidad Empresarial*.
- Román, P. (2010). Retiro de Bienes: Entregas con fines promocionales y bonificaciones. *Actualidad Empresarial*.
- Ruiz de Castilla y Robles. (Enero de 2010). El retiro de bienes en el IGV(Parte II). *Actualidad Empresarial*, Volumen 198: 4-6.
- Ruiz de Castilla y Robles. (2010). El retiro de bienes en el IGV(Parte II). *Actualidad Empresarial*, Volumen 198: 4-6.
- Ruiz, M. A. (01/2015). *EL RESPETO, LIBRO DE LOS VALORES*. Peru.
- SAMPIERI, H. (1994). Metodología de la investigación. En H. S. y, *Metodología de la investigación* (pág. Cap. 4 y 5). Mexico: Mc Graw Hill.
- SUNAT. (2014). TUO de la Ley del Impuesto a la Renta.
- SUNAT. (2015). *TUO de la Ley del Impuesto a la Renta*. Lima.
- SUNAT Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas.* (s.f.). Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de SUNAT Reglamento de la Ley del Impuesto General a las Ventas:
<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/regla/cap2.htm>



Verona, G. (14 de mayo de 2015). ¿Que es el impuesto general a las ventas? En *soluciones integrales . peru*.

Villanueva, W. (2014). Tratado del IGV. Pacífico Editores.



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TIPO DE DESCRIPCIÓN	TIPO DE VARIABLE	ALCANCE DEL PROYECTO DE TESIS	MÉTODO O TÉCNICA
Característica contable tributario	Cuantitativa	Descriptiva	<ul style="list-style-type: none">✓ Entrevistas✓ Encuestas.✓ Análisis documental✓ Guía de entrevistas.✓ Cuestionario
Retiro de bienes con fines promocionales	Cuantitativa	Descriptiva	

**D. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS****CUESTIONARIO**

La presente encuesta tiene por finalidad buscar información relacionada con el tema **“CARACTERÍSTICA CONTABLE TRIBUTARIO DEL RETIRO DE BIENES CON FINES PROMOCIONALES EFECTUADO POR LA EMPRESA CONSORCIO ORION CUSCO S.R.L. DE LA CIUDAD DEL CUSCO - PERÍODO 2016.** En este sentido, solicitamos que en las preguntas que a continuación se le presentan, tenga a bien elegir la alternativa que considere correcta, marcando con un aspa (X) y además, se le invoca en la parte final de las preguntas, que justifique la alternativa que haya elegido. Se agradece su participación, que será de gran interés para la presente investigación. Se les recuerda que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

ENCUESTA

1. **¿Considera importante la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales?**

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

2. **¿Considera importante la aplicación de Resoluciones del Tribunal Fiscal sobre el retiro de bienes con fines promocionales?**

Significativa Alto Medio Bajo Nulo

3. **¿Considera importante la aplicación sobre la acreditación de gastos por el retiro de bienes con fines promocionales?**

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

4. **¿Considera importante normas del impuesto a la renta para la deducción de gastos por retiro de bienes con fines promocionales?**

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

5. **¿Considera importante el establecimiento de procedimientos tributarios relacionado a retiro de bienes con fines promocionales?**

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

6. **¿Cómo calificaría la aplicación del tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales?**



Significativo Alto Medio Bajo Nulo

7. ¿Cómo calificaría los procedimientos tributarios de la empresa relativos a la acreditación del retiro de bienes con fines promocionales?

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

8. ¿Considera necesario efectuar retiro de bienes con fines promocionales?

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

9. ¿Considera que la aplicación tributaria afecta en la determinación del impuesto a la renta?

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

10. ¿Considera que la Administración tributaria podrá generar cuestionamientos por el retiro de bienes con fines promocionales?

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

11. ¿Considera que la acreditación de gastos contribuyen a su reconocimiento en la determinación del impuesto a la renta?

Significativa Alto Medio Bajo Nulo

12. ¿Considera que las normas tributarias del impuesto a la renta contribuyen a demostrar la deducibilidad del gasto en la determinación del impuesto a la renta?

Significativo Alto Medio Bajo Nulo

13. ¿Considera que la empresa podría acreditar correctamente la deducibilidad del gasto por la entrega de bienes con fines promocionales?

Significativa Alta Media Baja Nulo



14. ¿Considera preparada a la empresa para afrontar algún eventual cuestionamiento por el retiro de bienes con fines promocionales?

Significativa Alto Medio Bajo Nulo

15. La salida de Bienes con fines promocionales se contabiliza con activo o gasto

Activo

Gasto

16. Los productos con fines promocionales que son canjeados por puntos orión son emitidos por algún comprobante de pago

Sí No



ANEXOS

Matriz de consistencia

TEMA: CARACTERÍSTICA CONTABLE TRIBUTARIO DEL RETIRO DE BIENES CON FINES PROMOCIONALES DE LA EMPRESA CONSORCIO “ORION”

CUSCO S.R.L. CUSCO, PERÍODO 2016

I.- PROBLEMA:	II.- OBJETIVOS	III.-HIPÓTESIS	IV.- VARIABLES.	V.- DIMENSIONES:	VI.- TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	VII.- EL UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN.
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo es el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio ORIÓN Cusco S.R.L. – Periodo 2016?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cómo es el tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORIÓN” S.R.L. – Periodo 2016?</p> <p>b) ¿Cómo es el</p>	<p>Objetivo General.</p> <p>Describir el tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio “ORIÓN” S.R.L Cusco-periodo 2016</p> <p>Objetivos específicos.</p> <p>a) Describir el tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio “ORIÓN” S.R.L. – Periodo 2016</p> <p>b) Describir el</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El tratamiento contable y tributario del retiro de bienes con fines promocionales no se realiza correctamente en la empresa Consorcio “ORIÓN” S.R.L Cusco-periodo 2016</p> <p>Hipótesis Específicas.</p> <p>a) El tratamiento contable del retiro de bienes con fines promocionales no se contabiliza correctamente en la empresa consorcio “ORIÓN” S.R.L. – Periodo</p>	<p>VARIABLE 1</p> <p>Característica</p> <p>Contable tributaria</p>	<p>INDICADORES:</p> <p>-Contabilización del retiro de bienes con fines promocionales</p> <p>-Norma Internacional de Contabilidad 2</p> <p>-Resoluciones del Tribunal Fiscal</p> <p>-Procedimientos tributarios para la sustentación de gastos</p> <p>-Aplicación de la ley del impuesto a la renta para la</p>	<p>Para obtención de datos de los indicadores de cada una de las variables se utilizará:</p> <p>TÉCNICAS:</p> <p>-Revisión bibliográfica</p> <p>-Revisión documentaria</p> <p>-Encuesta</p> <p>-Análisis estadístico</p> <p>INSTRUMENTOS</p> <p>-Fichas bibliográficas</p> <p>-Cuestionario</p>	<p>El universo de la investigación comprende a los datos de las Variables y las Hipótesis específicas debidamente identificadas, que se deben Contrastarse.</p> <p>Población y Muestra.</p> <p>Población</p> <p>La población en el presente trabajo de investigación está constituida por la empresa Consorcio “ORION” S.R.L.</p>



<p>tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa consorcio "ORIÓN" S.R.L. – Periodo 2016?</p>	<p>tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales de la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L Cusco - Periodo 2016.</p>	<p>2016 b) El tratamiento tributario del retiro de bienes con fines promocionales, no se aplica la norma tributaria correctamente en la empresa consorcio "ORIÓN" S.R.L. – Periodo 2016.</p>	<p>VARIABLE 2 Retiro de Bienes con fines promocionales.</p>	<p>deducción de gastos -Aplicación sobre procedimientos tributarios para el retiro de bienes con fines promocionales DIMENSIONES -Bonificación -Promoción INDICADORES: -Transferencia a título gratuito -Apropiación de bienes -Autoconsumo de bienes -Entrega de bienes a los trabajadores -Entrega de bienes pactado por los colectivos.</p>	<p>-Cuadros estadísticos</p>	<p>Muestra La muestra en el presente trabajo de investigación lo constituye la empresa Consorcio "ORIÓN" S.R.L. con sus trabajadores en el área de contabilidad (10) de la ciudad del cusco.</p>
---	--	--	--	--	------------------------------	---

