

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

TRABAJO DE INVESTIGACION

**Influencia de las Ventas en la Tributación de las
Empresas Textiles en Lima, 2019**

PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS

CONTABLES Y FINANCIERAS

AUTOR:

QUISPE SOTO, AMPARO MILAGROS

ASESOR:

Mg, Mario Enrique Arauco Loyola

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

TRIBUTACION Y AUDITORIA

LIMA, PERÚ

SETIEMBRE, 2020

RESUMEN

El Trabajo de Investigación trata de las Ventas y los efectos que origina en la Tributación de las Empresas Textiles, el que va dirigido para el consumo de la población, siendo esta parte de la industria fundamental en cualquier país, dependiendo de ello que la población esté debidamente con una vestimenta y a la vez con una mayor recaudación de ingresos tributarios, siendo de esta manera la tributación al 100% de lo vendido, teniendo unas ventas altas los ingresos tributarios serán mayores, lo que al Estado le va permitir cumplir con todos los presupuestos y actividades en curso (en cuanto a obras públicas: pistas, veredas, hospitales y mucho más) para el bien de toda la sociedad.

Palabras Claves : Ventas y Efectos en la Tributación de las Empresas Textiles

ABSTRACT

The Research Work deals with Sales and the effects that it originates in the Taxation of Textile Companies, which is aimed at the consumption of the population, this part of the industry being fundamental in any country, depending on which the population is duly dressed and at the same time with a higher collection of tax revenue, thus being 100% taxation of what is sold, having high sales the tax revenue will be higher, which will allow the State to meet all budgets and ongoing activities (in terms of public works: tracks, sidewalks, hospitals and much more) for the good of the entire society.

Key Words: Sales and Effects on the Taxation of Textile Companies

Tabla de Contenido

| | |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| RESUMEN | ii |
| ABSTRACT..... | iii |
| 1. Problema de la Investigación..... | 1 |
| 1.1. Descripción de la Realidad Problemática | 1 |
| 1.2. Planteamiento del Problema | 3 |
| 1.2.1. Problema General..... | 3 |
| 1.2.2. Problemas Específicos | 3 |
| Problema Específico 1 | 3 |
| Problema Específico 2..... | 3 |
| 1.3. Objetivos de la Investigación | 3 |
| 1.3.1. Objetivo General..... | 3 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos | 3 |
| 1.3.2.1. Objetivo Específico 1 | 3 |
| 1.3.2.2. Objetivo Específico 2..... | 4 |
| 1.4. Justificación e Importancia de la Investigación..... | 4 |
| 1.5. Alcances | 5 |
| 2. Marco Teórico..... | 5 |
| 2.1. Antecedentes de la Investigación | 5 |
| 2.1.1. Internacionales..... | 5 |
| 2.1.2. Nacionales..... | 9 |
| 2.2. Bases Teóricas | 12 |
| 2.2.1. Ventas..... | 12 |
| 2.2.1.1. Proceso de Ventas | 13 |
| 2.2.2. Tributación..... | 15 |
| Importancia de la Tributación | 16 |
| 2.2.3. Definición de Empresas Textiles..... | 19 |
| 2.3. Definición de Términos Básicos..... | 20 |
| 2.3.1. Impuesto a la Renta | 20 |
| 3. Conclusiones..... | 26 |
| 4. Recomendaciones..... | 27 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 5. Aporte Científico o Académico del Investigador | 28 |
| 6. Cronograma de Actividades | 28 |
| 7. Referencias | 30 |
| 8. Apéndice | 31 |
| 8.1. Recursos Propios | 31 |

1. Problema de la Investigación

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Las compañías Textiles tienen como finalidad producir, comprar y vender sus productos generando ingresos y facturando al 100% el cual hace que los ingresos tributarios sean mayores ya que siendo estos la parte principal para financiar las obras públicas (puertos, autopistas, hospitales, pistas, colegios, etc.) los que favorecerían mucho al desarrollo del país, teniendo en cuenta que todos los países del mundo lo practican habitualmente.

La tasa de impuestos recaudados de Perú es reducida si comparamos con la de México incluso comparando con la de Italia.

A continuación, mostramos una relación de países con los porcentajes del IR recaudados en el periodo 2018:

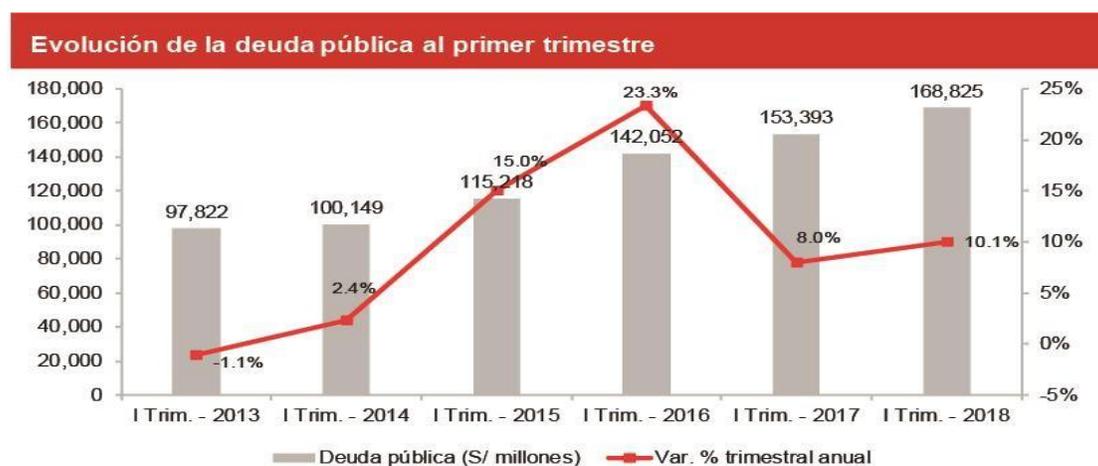
| País | % | País | % |
|----------------|-------|-------------|-------|
| Uruguay | 21.94 | Canadá | 55.43 |
| Estados Unidos | 50.83 | México | 37.70 |
| Noruega | 24.63 | Perú | 29.90 |
| Costa Rica | 16.49 | Italia | 31.30 |
| Brasil | 24.50 | Colombia | 25.30 |
| Indonesia | 38.60 | Suiza | 24.80 |
| Dinamarca | 43.10 | El Salvador | 27.30 |

La recaudación en el Perú es mínima teniendo en cuenta que los impuestos no son muy altos.

Mostramos el siguiente cuadro con algunos países con sus ingresos de impuestos totales recaudados en el año 2018:

| País | % PIB | Periodo | País | % PIB | Periodo |
|---------------|-------|---------|-----------|-------|---------|
| España | 35.20 | 2018 | Austria | 42.60 | 2018 |
| Francia | 48.20 | 2018 | Chile | 21.10 | 2018 |
| Nicaragua | 23.00 | 2018 | Suiza | 28.10 | 2018 |
| Panamá | 14.60 | 2018 | Cuba | 42.30 | 2018 |
| Corea del Sur | 26.90 | 2018 | Dinamarca | 45.20 | 2018 |
| Argentina | 28.80 | 2018 | Brasil | 33.10 | 2018 |
| Paraguay | 14.00 | 2018 | Bélgica | 46.40 | 2018 |

La problemática nos da a conocer que no se tienen los suficientes recursos para afrontar todos los proyectos públicos que se deseen realizar, así como también el crecimiento económico, ocasionando más déficit externo para el Perú con porcentajes de interés mayores a los valores obtenidos en la recaudación de los tributos.



Fuente: BCRP. Elaboración: ComexPerú.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la importancia de las ventas y su efecto en la tributación de las Empresas Textiles en Lima, 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

Problema Específico 1

¿Cuál es la importancia de las ventas y su efecto en la tributación del **Impuesto General a las Ventas (IGV)** de las Empresas Textiles en Lima, 2019?

Problema Específico 2

¿Cuál es la importancia de las ventas y su efecto en la tributación del **Impuesto a la Renta** de las Empresas Textiles en Lima, 2019?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Identificar la importancia de las ventas y su efecto en la tributación de las Empresas Textiles en Lima, 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

1.3.2.1. Objetivo Específico 1

Identificar la importancia de las ventas y su efecto en la tributación del **Impuesto General a las Ventas** de las Empresas Textiles en Lima, 2019.

1.3.2.2. Objetivo Específico 2

Identificar la importancia de las ventas y su efecto en la tributación del **Impuesto a la Renta** de las Empresas Textiles en Lima, 2019.

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

- a) Las empresas textiles pagan el porcentaje de sus impuestos de acuerdo al importe de las ventas obtenidas en el periodo 2019.

Siendo el tamaño de los ingresos de ventas formales (los EE.FF. auditados) de las compañías textiles, teniendo los impuestos la conexión directa (a mayores sean los ingresos por ventas, mayores serán los pagos de impuestos, si las ventas son menores, los pagos de impuestos serán menores) deduciendo los costos y gasto del total de los ingresos por ventas, quedando así el neto de la base imponible.

- b) Obras para realizar con los impuestos de las empresas textiles.

Con los ingresos de todos los tributos que desembolsan las compañías el Estado designa un importe para la realización de obras públicas, teniendo en cuenta que hay más deberes y proyectos en los que también debe de abocarse, es por eso que las empresas privadas dan su apoyo al Estado para ejecutar algunas de las obras en su calidad de donación para el bienestar de toda la población.

- c) Las empresas textiles y la tributación de sus proveedores auxiliares.

Las empresas textiles originan las ventas de gran cantidad de pequeñas y medianas compañías debido a esto la contribución del PIB se incrementa como también ayuda en nuevos puestos laborales, pero lo más importante es que la recaudación por tributación al estado es mayor, ya que las empresas auxiliares se

ven forzadas a facturar todas sus ventas en bienestar de las empresas textiles y es así como originan su tributación.

1.5. Alcances

Este trabajo ha investigado en su estudio a todas las empresas textiles de Lima, centrándose en los negocios que tienen mayores volúmenes de ventas donde se podrá ver la importancia que tiene el efecto en la tributación, pretendiendo concluir que las ventas es la parte principal de cualquier negocio dando a conocer que es el efecto para la recaudación de los tributos.

Este trabajo tiene por finalidad fijar si existe relación entre la tributación y las ventas, dejando como un antecedente cualquier otra relación existente para futuras investigaciones añadiéndolas a su principal alcance.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Internacionales

Nº 1: “Estudio Sobre la Aplicación de Incentivos Tributarios del Impuesto a la Renta para los Pequeños y Medianos Productores de la Industria Textil de la Ciudad de Atuntaqui”

Autora: María Elena Suárez Estévez

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra “PUCESI”, Escuela de Jurisprudencia.

Ecuador - Ibarra marzo 2019

Resumen

Su objetivo principal de la investigación ha sido realizar el “Estudio sobre la Aplicación de Incentivos Tributarios del Impuesto a la Renta para los pequeños y medianos productores de la industria textil de la ciudad de Atuntaqui”. Los incentivos tributarios forman parte de la Ley para la reactivación y fortalecimiento del sector productivo, con la finalidad de dinamizar el fomento a los emprendimientos de crecimiento y desarrollo empresarial. En lo pertinente a los efectos de los incentivos tributarios, los empresarios consideraron que sí ayuda a incrementar los activos no corrientes, puesto que la aplicación de estos incentivos estimula el progreso de las medianas y pequeñas compañías textiles en Atuntaqui.

Palabras clave: Base imponible del IGV/ Impuesto a la renta/ Incentivos tributarios/ Sujeto activo/ Sujeto pasivo.

Conclusiones

En lo pertinente a los efectos de los incentivos tributarios, se determina que el 93.88% sí ayuda a incrementar los activos no corrientes de las empresas en la adquisición de equipos, maquinaria y mejoramiento de su infraestructura física, puesto que la aplicación de estos incentivos tributarios estimula el progreso y creación de las medianas y pequeñas compañías textiles de la ciudad de Atuntaqui. Porcentaje con el que se determina que los incentivos tributarios estimulan el mejoramiento de los procesos de

producción al disminuir los gastos fiscales, lo que representa mayores niveles de rentabilidad para las empresas, generando puestos de trabajo en la ciudad de Atuntaqui.

Recomendación

Cada gerente o empresario de manera autónoma debe buscar por sus medios capacitaciones y a la vez mantenerse actualizado en cuanto a temas de manejo de impuestos, debido a la importancia que tiene contar con los conocimientos suficientes como propietario o representante de la empresa, ya que es quien toma la batuta de la empresa lo que le hace responsable de la estabilidad y crecimiento empresarial; por ello, es importante que se tome en cuenta en el ámbito tributario los incentivos del impuesto a la renta ya que ayudan al surgimiento empresarial viéndose reflejados en todos sus niveles de rendimiento de las compañías.

Nº2: “Efecto del Impuesto a la Salida de Divisas en la Industria Textil del Ecuador”

Autora: CPA. Teresa Leonor Lara Rodríguez

Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior.

Guayaquil - Ecuador Abril 2016

Resumen

La productividad de la industria textil del Ecuador está siendo afectada por productos que llegan del mercado exterior, siendo el principal abastecedor

el chino, el cual elabora sus productos en grandes cantidades lo que se ve reflejado por sus bajos costos esto se debe a su mano de obra barata y con mejor tecnología, permitiendo esto reducir sus precios y teniendo más oportunidades para distribuirlos en todos los países del mundo. El gobierno ecuatoriano trata de sustituir ese déficit registrado que viene arrastrando a través de los años. Siendo así las nuevas reformas tributarias aplicadas en el 2007, teniendo como principal ese objetivo ya que el precio del petróleo está a la baja en el mercado mundial. Habiéndose producido este cambio de ST y las inversiones extranjeras iban saliendo, el estado tuvo que grabar impuestos desde 0.5% y que ocasionalmente paso al 2% a noviembre 2011 y que luego se incrementó hasta el 5% debiendo ser pagados por aquellos que transferían divisas al exterior.

Palabras Clave: Indicadores macroeconómicos, Industria textil, exportaciones, importaciones.

Conclusiones

En lo que respecta a máquinas de coser industriales y bordadoras industriales, deben ser de tecnología de punta ya que las prendas que provienen del exterior vienen con un buen acabado, donde se producen muchas prendas a diario, abaratando costos de producción y haciendo barata las prendas, aplastando la producción del Ecuador.

Ecuador a la fecha no produce textiles 100% algodón por lo cual se importa a países del pacto andino y países asiáticos.

Recomendaciones

Realizar inversión de capital a la industria textil, puesto que no pueden competir con mercadería importada de bajo costo que actualmente inunda el mercado nacional.

El Estado debe potenciar al sector textil a fin de promover el empleo y aprovechar los conocimientos técnicas y profesionales de la costura.

2.12 Nacionales

Nº 1: "Evasión Tributaria del IGV y su Efecto en la Recaudación Fiscal en la Actividad Textil del Emporio Comercial de Gamarra en el Año 2017"

Autora: Bach. Gloria Gabriela Zavala Molina

Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas.

Lima – Perú 2018.

Resumen

En el Emporio de Gamarra actualmente existe un nivel muy alto de informalidad, esto se debe a la falta de criterio fiscal de los comerciantes que se dedican al rubro textil y en la gran mayoría a sus derivados, argumentando una justificación errónea que no están obligados a pertenecer a este sector, aludiendo que tienen mayores ingresos a un corto plazo y siendo ellos los comerciantes principales del producto final. El desarrollo comercial en la categoría informal solo tiene una duración hasta el tiempo en que la SUNAT los supervisa y son multados o por tener mayores ingresos en el comercio,

siendo un contribuyente responsable cumpliendo con todas sus obligaciones tributarias para el bien del país, viéndose un mejor progreso y desarrollo económico con la contribución formal de las empresas, pagando sus impuestos puntuales para que sean destinados a cubrir las necesidades del Estado.

Palabras clave: Evasión tributaria, recaudación fiscal, formalización, impuestos

Conclusiones

En el trabajo se obtuvieron resultados de los cuales se pudieron establecer que en los impuestos existen fugas originando una gran disminución en la recaudación fiscal, los cuales son fondos que maneja el Estado; La fuga de impuestos del IGV es ocasionado por el desconocimiento de los deberes tributarios, ya que los comerciantes no han tenido una adecuada instrucción tributaria. Teniendo en cuenta que la mayor parte de los encuestados no están bien informados sobre los reglamentos tributarios, sabiendo que el 95% es consciente que deben estar informados de las mismas.

Recomendaciones

Realizar charlas, capacitaciones concernientes en la importancia sobre tributación para la formalización de los comerciantes, teniendo como objetivo la creación del conocimiento tributario, de esta manera poder lograr con el contribuyente un acuerdo con sus obligaciones de manera que se sientan verdaderamente involucrados, para desarrollar acciones que van a contribuir

con la economía del país, lo que también hará que obtengan mayores beneficios.

Nº 2: “La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de las Empresas del Sector Textil en la Ciudad de Huancayo – 2017.”

Autores: Bach. Susan Nélica Alfaro Espinal y Bach. Zorayda Andrea Ortiz
Catay

Universidad Peruana Los Andes, Facultad de Ciencias Administrativas y
Contables, Escuela Profesional de Contabilidad

Huancayo – Perú 2019

Resumen

Finalmente se estableció que: La cultura tributaria incidió significativamente en el cumplimiento de los deberes tributarios en las compañías de la industria textil de la ciudad de Huancayo en el año 2017. Afirmación que se sustenta en el valor de la Chi cuadrada hallada que es de 84,121, siendo mayor al valor de la Chi cuadrada de la tabla que es de 12,5916; dicho resultado se determinó con un 5% de significación y con un rango de 6 de libertad.

Palabras Claves: Cultura tributaria, conciencia tributaria, orientación tributaria, deberes tributarios, incumplimientos tributarios.

Conclusiones

Al poseer un conocimiento básico de leyes y normas tributarias, favorece al contribuyente a no cometer sanciones ni infracciones, pese a ello hay contribuyentes que involuntariamente, por desconocimiento y falta de ética incurre en dichas sanciones e infracciones, considerando así que la cultura tributaria se relaciona de manera relevante con las infracciones y sanciones tributarias

Recomendaciones

Para poder desarrollar la cultura y ética, el Estado y la Administración Tributaria debe enfocarse en temas de tributos para la ciudadanía en general (estudiantes, universitarios y contribuyentes), ya que existe la necesidad de que se involucren con la dinámica de tributación, esto ayudara a generar el pago de tributos en su totalidad sin omisiones, dado que la formalización promueve el mayor ingreso de impuestos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Ventas

Es la principal actividad que se desarrolla en cualquier negocio, ya que siempre hay algo para vender. Teniendo en cuenta que antes de realizar una venta debemos de negociar el valor del producto o servicio.

Ventas son las actividades realizadas para motivar a los clientes para que realicen una compra, básicamente es el acto de negociar entre el vendedor y el comprador.

Se considera que las ventas es una de las actividades más remotas del mundo, que forman parte de nuestra sociedad desde hace muchísimo tiempo. Elevando el concepto al entorno profesional, el departamento de ventas (conocida como departamento comercial) es importante para el desarrollo de toda empresa. Si no hay venta, no existe la facturación y, tampoco habría crecimiento.

2.2.1.1. Proceso de Ventas

Es un modelo de normas y actividades, realizadas por los involucrados del departamento comercial que contienen las siguientes características:

Educativo: enseñando a todos los involucrados, pudiendo ser realizados por cualquiera del departamento;

Medible: posee las condiciones de desarrollarse de forma homogéneo, sosteniendo el incremento de demanda;

Previsible: abarca expectativas claras de los resultados para que sean realizadas en el período.

Términos Comúnmente Relacionados con las Ventas

Encargado de ventas

Es la persona encargada de realizar las actividades que tienen relación directa con las ventas de un artículo o servicio. Teniendo en cuenta que existen sinónimos como: agentes de ventas, representantes de ventas, etc.

Prospecto

Es el punto de conexión en una empresa donde el encargado pretende vender los artículos o servicios. El encargado de ventas se ayudará con capacitaciones de prospectos. En las que incluyen llamadas por teléfonos, correo electrónico y ventas por redes sociales.

Negocio

El término «negocio» se refiere al artículo o servicio cuando un representante desea vender y su costo. Todo negocio está compuesto de diversas fases, que estas varían dependiendo el tipo de empresa, el desarrollo, los artículos y el sector. Teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento del desarrollo del negocio **empleando un método de CRM.**

La Importancia de las Ventas

Las ventas es la más importante de todas las organizaciones, de ella dependerá todo el ingreso que tenga la empresa, es el motor de la productividad, de su crecimiento y efectividad hará que la empresa obtenga mejor rentabilidad siendo mucho mejor mantener a un cliente antiguo que buscar uno nuevo.

Generalmente, el personal del departamento de ventas es autónomo, debido a que están motivados por las comisiones dependiendo de su desempeño y es necesario tener líderes incentivados, capaces de desarrollar objetivos cuantitativos y cualitativos, definiendo las mejores estrategias para conseguir y plantear procesos de ventas creando así las mejores relaciones con

los clientes. Como también es importante ser minuciosos al momento de determinar las metas de venta, siendo así que de esta manera los vendedores se mantendrán motivados con los incentivos y mostrarán mayores esfuerzos y mejor desempeño en el cargo.

Objetivos de las Ventas

Al referirnos a los objetivos que tienen las ventas, hablamos sobre las metas o propósitos deseados que nos darán una mejor orientación y motivación en la ejecución de marketing. Es importante tener claro el concepto de unos objetivos en la planificación de las ventas para estimar las ejecuciones y estrategias efectuadas por la empresa.

Objetivos de Volumen. - Vender la máxima cantidad de productos.

Objetivos de Rentabilidad.- Se obtienen de los beneficios, a la vez se puede procurar de incrementar los márgenes de la utilidad.

Objetivos de Cuota de Mercado. - Cuando las precauciones apuntan al margen de inteligencia el mercado.

Objetivos de Venta para cada Línea de Productos. - También se emplea en cada repartidor o cliente determinado.

Objetivos de Fidelización. – Asegurando a todos los clientes de la compañía con incentivos y brindándoles un buen trato.

2.2.2. Tributación

Se basa en efectuar las aportaciones que el Estado ordena para poder tener fondos y emplearlas en las necesidades para financiar obras públicas en bienestar de

la población. Los cuales son tres impuestos principales aplicables a la actividad empresarial.

Los impuestos, como Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas los cuales son requeridos por el Estado sin tener alguna contraprestación a cambio. Cuando hay un aumento de un valor específicamente de un bien originado por la contraprestación de un servicio público o por la realización de una obra es cuando se dan las contribuciones. Por último, las tasas son los tributos que deben de pagar por el aprovechamiento o beneficio individual de un servicio que brinda el Estado.

En primer lugar, la tributación peruana es un grupo de métodos y principios ordenados que miden los procedimientos de la aplicación de los impuestos en nuestro país. Y está regido por el D.L. N° 771, como Ley Marco del Sistema Tributario Nacional.

Importancia de la Tributación

Los impuestos para el Estado son herramientas muy fundamentales ya que con estos aumentan sus ingresos considerablemente, y ayudan a mejorar su conexión con la etapa macroeconómico, favorecen la estructura de la entrada en la sociedad y proveen a la población de infraestructura y servicios de primera necesidad, de salud y educación.

La tributación fortalece la doctrina y la entrega de cuentas que deben rendir los gobiernos, incentivando que los ciudadanos participen en cada desarrollo político que se realice, insistiendo en que si inviertan las recaudaciones tributarias de manera eficaz e inteligente por el bien común de la población.

En el Estado peruano se encuentran normas de naturaleza tributaria adjuntadas en un sistema jurídico, teniendo algunas de ellas como el Impuesto General a las Ventas, el Impuesto a la Renta y los Impuestos Aduaneros los que son más importantes y con más amplia data.

Clases de Tributos

Los tributos están clasificados en tasas, contribuciones especiales e impuestos, que se diferencian con su distribución de sus respectivos sucesos imponibles (hipótesis de la realidad de cada tributo respecto a su aplicación):

Tasas: Son contribuciones económicas por la prestación de un servicio que hace el estado a los usuarios en las distintas categorías estatales, autónomos o locales, como pueden ser, el servicio de agua, tasas judiciales, etc.

No existe obligación a pagar si el servicio no es utilizado por la persona, puesto que la tasa no es un impuesto, solo se pagará cuando el ciudadano utilice el servicio.

Contribuciones especiales: Son tributos basados en la causa de propiciar aprovechamientos individuales o para sectores sociales mediante logros de una plusvalía incrementando el valor en la realización de obras de un bien resultante, desembolsos públicos o diligencias especiales que realiza Estado. por ejemplo, construcción de veredas, la remodelación de una plaza, etc.

Impuestos: Son los tributos obligados que no tienen contraprestación, siendo la base imponible que está compuesta por los negocios, acciones de naturaleza legal o económica y poniendo en claro que el contribuyente tiene buena capacidad económica.

De estos enunciados tributarios, los impuestos son los más importantes porque por medio de ellos se obtienen la mayor cantidad de recaudación. Siendo que el Estado está compuesto y organizado por diferentes tipos de gobiernos, como son el estatal, el autónomo y el local.

Presión Tributaria

Determina la relación entre los ingresos reales (PBI) y los ingresos tributarios o el % de los ingresos reales que se destina al pago de impuestos, los ingresos tributarios abarcan impuestos internos y aduaneros, no se cuenta seguro social, las aportaciones de las pensiones.

La presión tributaria tiene como objetivo servir de indicador para detectar el límite de pago del contribuyente, que limita la facultad en la determinación del monto del impuesto.

La presión tributaria se controla con indicadores indirectos, relacionados con:

- Tipo específico.
- Grupo económico.
- Conjunto de sectores.

223. Concepto de Empresas Textiles

La industria textil es la actividad económica dedicada a la manufactura de hilos, fibras, telas y otros materiales para obtener productos derivados como la ropa.

Esta industria abarca entonces la confección de prendas, calzados y otras piezas que usan las personas para vestirse.

La industria textil destaca, frente a otros sectores, por emplear la mayor cantidad de mano de obra a lo largo de todo el mundo. Además, al necesitar maquinaria liviana, puede instalarse en cualquier lugar del globo donde pueda aprovechar el menor coste por hora hombre de trabajo.

Procesos de la Industria Textil

Los procesos de la industria textil principalmente son:

- 1.- Obtención de la fibra, que puede ser de origen animal o sintético.
- 2.- Hilandería, que consiste en el tratamiento de la fibra para fabricar hilos con los que se pueda confeccionar el producto final.
- 3.- El tejido, que es el procedimiento mediante el cual se fabrican las telas entrelazando los hilos de manera mecánica o a mano.
- 4.- La tintorería, que es el proceso mediante el cual se pintan las telas.
- 5.- La confección, que es el paso final donde se cortan y cosen las telas, en base a un diseño. De ese modo, se obtiene la mercancía que se llevará al mercado.

2.3. Definición de Términos Básicos

23.1. Impuesto a la Renta

Es un tributo que anualmente se determina, gravando todas las rentas provenientes del trabajo y del beneficio de todo capital, obtenidos del bien mueble o inmueble. Viendo qué clase de renta es y teniendo en cuenta el valor de esa renta se aplicarán unos precios gravando de esta manera el impuesto por medio de retenciones o directamente será efectuado por el contribuyente.

En este sentido el IR directamente no grava a los contratos, si no a la renta que es originada por dichas celebraciones las que pudieran desprenderse de un contrato como también de ejercicios empresariales, los que están sujetos a los tributos netos de todos los costos y gastos que tienen relación directamente con la labor que genera renta.

Tipos de Impuesto a la Renta

Rentas de 1° categoría: Según corresponda el arrendador o subarrendador de algún bien será el contribuyente, siendo una sociedad conyugal o sea el caso de una persona física lo que deberá pagar a la SUNAT por su renta es el 6.25% del importe bruto y el pago se efectuara por cada bien que se haya alquilado.

Rentas de 2° categoría: Todo contribuyente que realice actividades de dividendos se encuentra ubicado en esta categoría, siendo aquellos intereses por garantías de dinero, regalías por derecho de marcas, derechos de autor como también por la obtención de ventas de inmuebles.

Rentas de 3° categoría: Se encuentran aquí a los contribuyentes cuyos ingresos provienen de las actividades industriales, comerciales o de servicios sean personas naturales con negocio o de empresas, el impuesto se paga de acuerdo a los ingresos que obtengan, pues a mayores ingresos obtenidos mayor será el porcentaje de pago que realicen.

Rentas de 4° categoría. Son los que realizan un servicio sin tener una relación de régimen laboral. Las personas que efectúan trabajos independientes se encuentran dentro de esta categoría. Como también están incluidos los ingresos de los empleados del Estado con el contrato CAS, los mandatarios, regidores de las municipalidades, los consejeros regionales y las dietas que otorgan las empresas a sus directivos, empleados representantes de los sindicatos y todos los gestores de negocios.

Rentas de 5° categoría. En esta categoría se encuentran los trabajadores que están en planilla, el empleador retiene un porcentaje de la remuneración correspondiente al importe de IR 5° categoría. Todos los trabajadores que pertenezcan a una empresa están incluidos en esta renta.

Renta de Fuente Extranjera: Todos los trabajadores que sean dependientes de una empresa como también los independientes que perciban ingresos superiores a 7 UIT* S/ 29,400.00 anuales, tendrán que pagar el impuesto a la renta. *dicho valor de la UIT tendrá que ser al 2019. Que es de S/ 4,200.00.

Características del Impuesto a la Renta

Tenemos las siguientes características que se le atribuye:

- a) No se puede trasladar: Según este criterio, este impuesto no es apto para ser trasladado a ningún otro contribuyente, siendo que la ley hace recaer directamente esta obligación sobre un contribuyente específico. Al considerar la equidad mediante el principio de capacidad contributiva, siendo total, personal y gradual.
- b) En este carácter la equidad es contemplada y destacada por el impuesto a la renta, basada en la premisa de la capacidad contributiva, entendiendo esto que cada uno tiene la facultad para sostener el impuesto.

2.3.2 Impuesto General a las Ventas

El IGV grava muchas actividades, pero tienen que ser realizadas en el Perú.

Es decir, por las ventas y servicios efectuadas dentro del país se paga este impuesto. También es gravado a las importaciones, a los servicios realizados en el país, como también a los contratos de construcción.

En nuestro país la tasa actual del IGV es del 18% el cual se aplica al total de todas las ventas donde está incluido el 2% del Impuesto de promoción municipal.

Siendo así, el IGV para pagar es determinado sobre el total de la base imponible de las ventas, restando el importe del crédito fiscal originado por el IGV de todas las facturas de compras efectuadas y registradas en su respectivo registro de

compras en el mes que corresponden, dichas compras deben de ser relacionadas al giro de la empresa o negocio.

Tanto las personas jurídicas o personas naturales que realicen actividades comerciales por la venta de bienes y servicios o efectúen importaciones que estén gravadas al impuesto deberán de pagar el IGV.

Bienes y Servicios que están Gravados al IGV

- La venta en el Perú de bienes muebles.
- La prestación o aplicación de servicios dentro del Perú.
- Los contratos de construcción.
- La primera venta de inmuebles realizada por los constructores originada de los mismos.
- Todas las importaciones de bienes.

La ley norma el impuesto general a las ventas:

- Este impuesto no suma varios conceptos sino, que identifica el valor añadido y define el pago del impuesto y el crédito fiscal que son facilidades para dicho pago.
- Cuando se adquiere bienes de capital existe una deducción o desgravación, es decir se le da descuentos sobre determinados aspectos financieros, siempre que estos bienes se usen en procesos productivos.

Crédito Fiscal del IGV

Es la deducción del IGV que todo negocio paga al comprar un bien o un producto y que se aplica al IGV de las ventas que cobran todos los negocios. Entonces el crédito fiscal viene hacer el importe que se resta al pago del IGV de los productos adquiridos.

Determinación del Impuesto

- El Impuesto que se debe pagar se define cada mes, aplicando el crédito fiscal del periodo del Impuesto Bruto.
- El Impuesto Bruto es el importe que resulta al aplicar sobre la base imponible la tasa del (18%).

2.3.3 Empresas Textiles

La empresa textil es muy importante a nivel mundial siendo la que produce principalmente las telas en general, así como fibras, también elaborando diseños o bordados, teniendo como principal objetivo cumplir con las necesidades de toda la población con el consumo global de las prendas de vestir, en el rubro de telas para la decoración como también para los acabados de los muebles, actualmente en el sector textil también se están incluyendo la fabricación del rubro de calzado.

Materiales Usados en las Empresas Textiles

Tenemos los siguientes materiales que emplean las empresas textiles:

Algodón: Fibra vegetal natural, materia prima empleada para la fabricación de telas y prendas de vestir en general.

Lino: Planta herbácea su tallo es utilizado para la elaboración de telas

Seda: Fibra empleada en la elaboración de telas de la mejor calidad y de resistencia, los hilos se obtienen de la extracción de los capullos seda.

Lana: Fibra natural obtenida de las ovejas.

Lycra: Es un hilo elaborado sintéticamente y con propiedades elásticas, usada en la confección de ropa deportiva y de interior.

Nylon: Fibra textil elástica, es resistente a la polilla, no se plancha, se usa para elaborar medias, tejidos de punto, cerdas para cepillos.

Poliéster: Una de las fibras que más se usan para elaborar ropa. Fácil de lavar y conservar, es mezclado con variedades de fibras para la elaboración de diferentes tejidos.

Rayón: Es una fibra que se saca de la celulosa, al tratarla químicamente se transforma en fibra artificial muy parecido a la delicadeza de la seda, el lino como también a la lana y el algodón. Esta fibra en combinación con otras fibras es muy versátil.

Elastán: Es una fibra sintética, de tipo elástico y que está integrada a las fibras que constituyen un tejido.

Polipiel: Derivado sintético que tiene la apariencia de piel, generalmente se usa para la fabricación de zapatos.

Listado de Algunas Principales Empresas Textiles del Perú y el Mundo:

- 1.- Bruno Banani
- 2.- Cotton Corporation of India
- 3.- Polo Ralph Lauren
- 4.- Canterbury of New Zealand
- 5.- Merrow Sewing Machine Company
- 6.- The Timberland Company
- 7.- Umbro
- 8.- Supreme Tex Mart Limited
- 9.- Michell y Cía.
- 10.- Cía. Industrial Nuevo Mundo

- 11.- Topy Top
- 12.- Hilandería de Algodón Peruano
- 13.- Textil del Valle
- 14.- Cía. Industrial Nuevo Mundo
- 15.- Creditex / De Cervesur

Respecto a estas compañías de la industria textil y calzado, 7 de estas empresas están entre las 500 más importantes del Perú. Las compañías del sector textil y calzado tienen una agrupación de 46,000 industrias, es completa en mano de obra, generando 400,000 puestos de trabajos directos y 300,000 indirectos; realizando una gran inversión de 2,200 millones de dólares en maquinarias para la industria en el periodo 2008-2017, según informes otorgados por el presidente del Comité de Confecciones de Adex.

3. Conclusiones

1° De acuerdo al antecedente nacional N° 1 hemos concluido, que la evasión tributaria hace que la recaudación de impuestos sea menor, disminuyendo los fondos que el Estado maneja ya que muchos comerciantes textiles del Emporio de Gamarra desconocen sus deberes tributarios por falta de una instrucción tributaria.

2° Se ha llegado a la conclusión según el Antecedente Internacional N° 1 que los incentivos tributarios si ayudan al mejoramiento y disminución de los desembolsos fiscales en el desarrollo de la producción de las industrias textiles, representando mayor nivel en la rentabilidad, así como también en la creación de nuevas empresas textiles, generando más puestos de trabajo, lo que también se debería de implantar en el Perú.

3° En la presente Investigación las ventas de las empresas textiles tienen un papel o un rol muy importante para obtener una buena recaudación tributaria, siendo muy fundamental para el Estado como también para todas las empresas del sector textil, los que depende de la comodidad y la vestimenta de la población teniendo el deber de producir prendas para vestir y de otro uso textil.

4. Recomendaciones

1° Se recomienda establecer charlas de orientaciones seguidas sobre la importancia que tiene la tributación y la formalización para el Estado de los negociantes textiles que pertenecen al Emporio de Gamarra, adquiriendo de esta manera conocimientos y actualizaciones sobre la tributación y poder percibir mayores ingresos por el recaudo de los impuestos en beneficio de la población.

2° Sugerimos que en la ciudad de Atuntaqui-Ecuador y el Perú, que la gestión tributaria de más hincapié en la guía y orientación de como tributar y en los incentivos tributarios tanto para pequeñas y medianas empresas textiles, realizando campañas tributarias para que cumplan con sus obligaciones y a la vez orientar también al público para que reclamen sus respectivos comprobantes al momento de efectuar una compra o al efectuar una venta, ya que esto tendrá un efecto tributario y obligara a las empresas a emitir dichos comprobantes lo que dará mayores ingresos por impuestos para el Estado.

3° Recomendamos que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria hagan visitas periódicas a todas las compañías textiles en general para ver cuánto es su movimiento de ventas y ver si realmente están facturando al 100% o

no, porque a mayor facturación mayor sería la recaudación de los impuestos para nuestro País.

5. Aporte Científico o Académico del Investigador

Los comerciantes textiles del Emporio de Gamarra no tienen un adecuado conocimiento de lo que es la recaudación fiscal ya que muchos de estos son comerciantes finales de estos productos.

Teniendo muy poco conocimiento de sus obligaciones tributarias con la SUNAT y al ser supervisados y multados hace que cambien principalmente si se trata de comerciantes informales, sólo así se ven obligados a convertirse en formales dando paso a un gran progreso económico para el desarrollo formal de las empresas textiles y a la vez haciendo que el ingreso por recaudación tributaria para el Estado sea mayor y poder cumplir con todos los proyectos trazados en bien de la población.

En el Ecuador en la ciudad de Atuntaqui se les está dando incentivos tributarios a las pequeñas y medianas empresas textiles teniendo como finalidad de fomentar el desarrollo y crecimiento de este sector empresarial, ya que la producción textil era del Ecuador está siendo afectada por grandes cantidades de productos que ingresan del mercado exterior con un costo muy barato, al darles estos incentivos tributarios podrán reducir un poco sus costos de tal manera que puedan competir con los productor que llegan del exterior

6. Cronograma de Actividades

| Año | |
|-----|--|
|-----|--|

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 5. Aporte Científico o Socio Cultural del Investigador | 6 | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

7. Referencias

Alfaro Susan y Ortiz Zorayda (2019) La Cultura Tributaria y las Obligaciones Tributarias de las Empresas del Sector Textil en la Ciudad de Huancayo-2017, Recuperado de www.repositori.upla.edu.pe/bitstream/handle

Lara, Teresa (2016) Efecto del Impuesto a la Salida de Divisas en la Industria Textil del Ecuador, Recuperado de www.repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13853

Suárez, María (2019) Estudio sobre la Aplicación de Incentivos Tributarios del Impuesto a la Renta para los Pequeños y Medianos Productores de la Industria Textil de la Ciudad de Atuntaqui, Recuperado de www.dspace.pucesi.edu.ec/bitstream

Zavala, Gloria (2018) Evasión Tributaria del IGV y su Efecto en la Recaudación Fiscal en la Actividad Textil del Emporio de Gamarra en el año 2017, Recuperado de www.repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle

www.rdstation.com/es/ventas

www.blog.hubspot.es/sales/

www.consultoriacoaching.com/2018/05/20

www.gestiopolis.com/la-importancia-de-las-ventas

www.emprendepyme.net/que-son-los-objetivos-de-ventas.html

www.tributos.net/tributación-337

www.grupoverona.pe/importancia-de-la-tributación

www.edufinet.com/edufinext/index.php/fiscalidad

www.economipedia.com/definiciones/industria-textil.html

www.quiminet.com/empresas/empresas-textiles-2741503.html

www.rankia.pe/blog/analisis_igbv1/2280145

www.es.slideshare.net/iankaramas

www.perucontable.com/tributaria/impuesto-general-ventas-igv

8. Apéndice

8.3. Recursos Propios

| Partida Presupuestal | Cantidad | Costo unitario (en soles) | Costo Total (en soles) |
|--------------------------------------------------------------|------------|------------------------------|---------------------------|
| Recursos Humanos | 22 | 9.50 | 209.00 |
| Bienes y Servicios | | | |
| Útiles de Escritorio | 15 | 3.50 | 52.50 |
| Mobiliario y Equipos | 1 | 120.00 | 120.00 |
| Pasajes y Viáticos | 6 | 15.00 | 90.00 |
| Materiales de Consulta (libros, revistas, boletines, etc. | 60 | 2.50 | 150.00 |
| Servicios a Terceros | 7 | 23.00 | 161.00 |
| Otros | | | |
| Total | 111 | | 782.50 |

fin