



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

“TRATAMIENTO TRIBUTARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA EN
EL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL EN LA
EMPRESA CONTUGAS S.A.C. LIMA 2018”

Trabajo de investigación para optar el grado de
Bachiller en Contabilidad y Finanzas

Presentado por:

Fernando Luis García Camacho (0000-0002-9286-7263)

Milena Del Rosario Gonzáles Díaz (0000-0003-0071-4196)

LIMA- PERÚ

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 02/10/2020

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Dr. Félix José Colina Ysea

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

TRATAMIENTO TRIBUTARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL EN LA EMPRESA CONTUGAS S.A.C. LIMA 2018

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100011647	González Díaz, Milena Del Rosario	ajmilena@hotmail.com	957237338
100011648	García Camacho, Fernando Luis	fernandoluisgarciamach@gmail.com	934582829

Para optar al grado de Bachiller en: **Contabilidad y Finanzas** en la carrera de **Contabilidad y Finanzas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100011647	González Díaz, Milena Del Rosario	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)
100011648	García Camacho, Fernando Luis	Aprobado (16)	Desaprobado (nota)

El jurado firma en señal de conformidad.



Dr. Félix José Colina Ysea

DEDICATORIA

Nuestro presente trabajo va dirigido a nuestros familiares, los cuales nos apoyaron desde el inicio de nuestra carrera.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro asesor, quien nos guio en la elaboración del presente trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente tesis titulada: “*Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico internacional en la empresa Contugas S.A.C. Lima 2018*”, tiene como objetivo identificar la incidencia tributaria que genera la adquisición de servicios electrónicos en la empresa CONTUGAS SAC durante el año 2018, es de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, Por el nivel se centrará en ser un estudio descriptivo-correlacional y diseño no experimental transversal. La población está constituida por la información contable y financiera de CONTUGAS S.A.C. relacionada con las actividades de comercio electrónico: a) Plan de implementación de Comercio Electrónico y b) Registros contables financieros. La muestra no probabilística estuvo constituida por aplicaciones de comercio electrónico adoptadas por la empresa CONTUGAS, y las transacciones realizadas durante el año 2018: 1) Open Smartflex. Constituido por 54,871 licencias del sistema más un paquete adicional de 10,000 licencias para soportar la proyección de ventas del presente año. 2) Servicios (ASP). Licencia de uso de programa de instrucción para ordenadores, que aloja aplicaciones en sus propios recursos (servidores). 3) Servicio de alojamiento web (hosting 2018 – 2019). Se eligió técnica de recolección; la entrevista, la observación directa y análisis documental. Los resultados arrojan que la empresa utiliza procesos de comercio electrónico en sus transacciones; la evaluación realizada demuestra la incidencia positiva de la legislación tributaria sobre las operaciones de e-commerce que realiza. La empresa se ve beneficiada de la normativa que permite gravar razonablemente estas transacciones, en concordancia con los principios establecidos a nivel internacional para las operaciones en línea basadas en el Comercio electrónico. Se puede señalar, por lo expuesto que el Tratamiento tributario se relaciona de manera positiva con las operaciones en comercio electrónico de la empresa CONTUGAS SAC.

Palabras claves: Comercio internacional; comercio electrónico; contratación electrónica; contrato digital; servicio digital; Impuesto a la Renta

ABSTRACT

This thesis entitled: "*Tax treatment of international electronic commerce in CONTUGAS SAC, 2018*" aims to identify the tax incidence in the operations of electronic commerce in the company CONTUGAS SAC during the year 2018, is a quantitative approach, applied type, by the level will focus on being a descriptive-explanatory study and non-experimental design. The population is constituted by the accounting and financial information of CONTUGAS S.A.C. related to e-commerce activities: a) Electronic Commerce implementation plan and b) Financial accounting records. The non-probabilistic sample consisted of electronic commerce applications adopted by the company CONTUGAS, and the transactions carried out during the year 2018: 1) Open Smartflex. Consisting of 54,871 system licenses plus an additional package of 10,000 licenses to support this year's sales projection. 2) Services (ASP). License to use an instruction program for computers, which hosts applications in their own resources (servers). 3) Web hosting service (hosting 2018 - 2019). It was chosen as a collection technique; the interview, direct observation and documentary analysis. The result informs us of that the company uses e-commerce processes in its transactions; the evaluation shows the positive impact of the tax legislation on the electronic commerce operations carried out. The company benefits from the regulations that allow these transactions to be taxed reasonably, in accordance with the internationally established principles for online operations based on electronic commerce. It can be noted, because of the foregoing that the tax treatment is positively related to the operations in electronic commerce of the company CONTUGAS SAC.

Keywords: International trade; electronic commerce; electronic contracting; digital contract; digital service; Income tax

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS	1
ÍNDICE DE FIGURAS	2
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	7
1.2.1. Objetivo general.....	7
1.2.2. Objetivos específicos.....	7
1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1.3.1. Justificación.....	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1. ANTECEDENTES.....	9
2.2. BASES TEÓRICAS.....	14
2.2.1. Marco legal.....	14
2.2.2. Marco teórico.....	15
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	29
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	32
3.1 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.1.1 Tipo.....	32
3.1.2 Nivel.....	32
3.1.3 Enfoque.....	32
3.1.4 Método.....	32
3.1.5 Diseño.....	34
3.1.6 Población y muestra.....	34
3.1.7 Técnicas e instrumentos para la investigación.....	35
3.1.8 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos.....	36
3.1.9. Descripción de las variables.....	36
3.1.10 Fiabilidad de la investigación.....	39
CAPITULO IV: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	63
CAPÍTULO V: PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	64
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
6.1. CONCLUSIONES.....	65

6.2. RECOMENDACIONES	66
CAPÍTULO VII: REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS	67

Índice de tablas

Tabla 1. Uso del comercio electrónico en la empresa estudiada	33
Tabla 2. Variable independiente, dimensiones e indicadores	37
Tabla 3. Variable dependiente, dimensiones e indicadores	38
Tabla 4. Operacionalización de las variables.....	38
Tabla 5. Base doctrina	39
Tabla 6. Proceso de adopción de comercio electrónico en CONTUGAS S.A.C.....	41
Tabla 7. Resultados de la entrevista sobre los beneficios del comercio electrónico en CONTUGAS S.A.C.	49
Tabla 8. Evaluación del comercio electrónico en la empresa CONTUGAS S.A.C.	56
Tabla 9. Matriz de evaluación de variables.....	61

Índice de figuras

Figura 1. Contabilización por adquisición de licencias.....	23
Figura 2. Contabilización por cesión de espacio plataforma	25
Figura 3. Página Web CONTUGAS S.A.C.....	26
Figura 4. Blog informativo COTNUGAS S.A.C.	27
Figura 5. Contabilización por servicio de Hosting	28

INTRODUCCION

Este trabajo desarrolla el objetivo de determinar como la normatividad tributaria actual (La ley del IR, su reglamento y la normativa específica peruana) incide en las operaciones de comercio electrónico que adquiere la empresa Contugas SAC para el correcto desarrollo de sus actividades empresariales. La normativa tributaria peruana, en respuesta al desarrollo exponencial del Comercio electrónico a nivel global, ha aprobado un conjunto de normas y regulaciones que recogen los principios de la legislación internacional, para favorecer el comercio internacional a través de las redes telemáticas. En ese contexto, las empresas peruanas se ven favorecidas con estas regulaciones, que les permitan lograr mayores niveles de competitividad.

Este trabajo ha sido estructurado de la siguiente manera: En el Capítulo I se desarrolla el planteamiento del problema de investigación, se describe la realidad problemática. Se define el problema general y problemas específicos relacionados con las variables y se exponen los objetivos. En el Capítulo II. Se desarrollan los Fundamentos Teóricos, el marco teórico, los antecedentes y el marco conceptual, y la definición operacional de variables.

En el Capítulo III se presenta la Metodología empleada, el tipo, nivel, método y diseño del trabajo, se identifica la población, la muestra y el tipo de muestreo. Se describen las técnicas usadas y las técnicas para el tratamiento de la información. Se presentan los Resultados, citando la información mediante tablas y gráficos. En el capítulo IV y V: Se presentan el cronograma de actividades para la elaboración del presente trabajo de investigación y el presupuesto que demando la preparación de este. Por último, en el Capítulo VI se presentan las Conclusiones y recomendaciones de este estudio y las referencias bibliográficas para la elaboración de este.

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En el mundo los procesos políticos, sociales y productivos se encuentran actualmente en un ciclo cada vez más interrelacionado y estructurado, es más, el progreso económico de las naciones y sociedades no sería viable actualmente sino fuera por la globalización de los mercados, la cual se enfoca en proyectar sus operaciones implementando convenios para destrabar la doble imposición tributaria y también implementar tecnologías de información con los componentes estratégicos de esta nueva realidad, centrada en el avance de la informática y en el uso creciente e imparable del internet. Como resultado, hoy en día ha cambiado la manera de hacer negocios; los cuales están profundamente imbricados en el tejido tecnológico y comunicacional.

Esta situación paradigmática de intercambio de información, bienes y dinero ha generado innumerables oportunidades de empleo y crecimiento económico en casi todos los países, la cantidad y cómo va la velocidad de las negociaciones en las cuales se establecen las redes mundiales de los negocios tiene una ventaja difícil de comparar con lo que sucedía hace 20 años. La competitividad se ha disparado, y este recurso ha hecho que las empresas dispongan de recursos y posibilidades exponenciales. También es cierto que hay riesgos como la evasión tributaria y el descontrol de las transacciones; que son los retos, amenazas y peligros que afrontan como consecuencia el crecimiento de este nuevo modelo de negocio.

Por otro lado, el Comercio Electrónico se ha consolidado institucionalmente al haberse creado la entidad supervisora del Comercio Electrónico (CAPECE) en 2007. Este fortalecimiento se ha mostrado también en sectores como el financiero, la venta al detalle, la exportación no tradicional, el entretenimiento digital, la adquisición de softwares, importación de tecnología de alta calidad para extracción de minerales en nuestro país, entre otros tipos de tecnología. El comercio electrónico tiene un atractivo innegable respecto a una tienda física: los costos fijos son mucho menores y permite

ofrecer recursos y mejores servicios a los clientes, además mejora la capacidad de ubicuidad del negocio.

Sin embargo, de la misma manera que se han alcanzado resultados auspiciosos han aparecido resultados negativos. En algunos países se han presentado menos recaudación tributaria, y las empresas locales tienen dificultades para competir en este mercado global. Por ejemplo, en el Perú, el que los clientes peruanos adquieran productos o servicios de empresas no establecidas en el país, o a través de tiendas virtuales afincadas en países donde los tratamientos tributarios son flexibles, con precios más competitivos afecta a la empresa nacional. El comercio electrónico no solo se trata de niveles de precios, también se trata de cambios en los patrones y modos de consumo, lo que representan retos y riesgos reales para el empresario peruano.

Los nuevos modelos de negocio y la forma como se distribuyen los productos o servicios representan necesariamente cambios en la forma como se aplican los impuestos directos o indirectos. Pero suelen suceder casos en donde no es aplicable, debido a la dificultad de determinar la autoridad ante la que uno se encuentra obligado. La ambigüedad de la normativa internacional afecta los ingresos tributarios y en algunos casos los beneficios pueden terminar en lugares donde haya baja tributación.

Con el fin de resolver esta disyuntiva que puede provocar un efecto azaroso en los niveles de recaudación tributaria, la OCDE ha propuesto normas que regulen la aplicación de los impuestos; tanto directos e indirectos, tratando de incorporar principios de coherencia, neutralidad, certeza, simplicidad, y consenso.

Existe una relación positiva y negativa en la recaudación de los impuestos, debido a que cualquier tipo de contratación en este medio tecnológico involucra venta de productos y de servicios de variada naturaleza. Está el riesgo que las operaciones de comercio digital impidan o dificulte la protección de datos de los compradores o ubicar el lugar desde donde se realizó la transacción; y peor aún, ubicar físicamente al responsable de la venta y su residencia fiscal. Se puede señalar que las operaciones realizadas sobrepasan en algunos casos la capacidad de supervisión de las instituciones tributarias de los países.

Las empresas en el Perú respecto al comercio digital se encuentran aún en pleno desarrollo en nuestro país. Muchas de las transacciones se concentran en la adquisición de bienes tangibles. Aunque las transacciones son electrónicas, los productos se envían usando medios tradicionales. Muchas empresas en línea actúan de manera indirecta insertando productos y servicios tercerizados comprados en su mayoría por consumidores finales. Esto no permite conocer si se cumple con la obligación tributaria. La SUNAT a pesar de las mejoras tecnológicas, aún adolece de vacíos legales, los cuales hacen que se presenten casos de evasión tributaria y se continúe con la informalidad.

Las empresas peruanas, en este orden de cosas han ido implementando o instalando sistemas para conectarse con los servicios que brindan servicios virtuales de comercio electrónico, por diversas razones: Unas lo hicieron para mejorar su nivel de soporte con respecto a sus clientes, otros para ampliar su oferta hacia otros mercados, o mejorar sus procesos internos de control de gestión, manejo de recursos o comunicación. Pero, todas estas empresas sin excepción evaluaron la oportunidad respecto a las condiciones previas, y concluyeron que las ventajas eran superiores a los riesgos potenciales. Asimismo, la mayoría de ellas, pertenecen al tipo de empresa que se encuentra debidamente formalizado y supervisado por la entidad tributaria.

En este contexto, la empresa CONTUGAS SAC, ha incorporado servicios basados en el comercio electrónico. Servicios digitales dentro de sus operaciones y tributa por estos. CONTUGAS SAC es una empresa perteneciente al sector energía, la cual distribuye y comercializa gas natural en la región de Ica y sus provincias. Como muchas empresas que desarrollan sus actividades en el Perú han incorporado este tipo de servicios, afrontando la metodología tributaria (retención del IR por operaciones con empresas extranjeras), y la forma como la tipificación nacional e internacional ha delimitado el pago de los impuestos.

Los servicios digitales adquiridos, tienen un innegable efecto en las operaciones de CONTUGAS SAC, que amerita evaluarse a la luz de la relación que existe entre el régimen impositivo que se aplica a este tipo de servicios y los beneficios implícitos que se deben tomar en cuenta. Se debe tener en cuenta que en el Perú el uso de servicios tecnológicos

en las empresas ha crecido sustancialmente y se ha vuelto de una manera indispensable para la operatividad de las empresas y para la permanencia de las mismas en el mercado.

En este contexto, se analizará cómo CONTUGAS SAC, utiliza el comercio electrónico en sus transacciones, y cómo el tratamiento tributario incide en estas operaciones. En ese sentido, se considera necesario evaluar en qué manera el tratamiento tributario se aplica en el Perú e incide en las operaciones de comercio electrónico de la empresa CONTUGAS SAC.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general

Analizar cómo incide el tratamiento tributario del impuesto a la renta en las operaciones de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS S.A.C. 2018.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera la legislación tributaria favorece el desarrollo del comercio electrónico en el Perú.
- Identificar las normas específicas del régimen tributario que se aplican a los servicios digitales en la empresa CONTUGAS SAC. en 2018.

1.3 Justificación e importancia de la investigación

1.3.1. Justificación

Tiene como finalidad analizar el tratamiento tributario de las transacciones digitales en las operaciones comerciales de CONTUGAS SAC. El propósito es el permitir una evaluación de las normas que se aplican en los casos específicos en la empresa. Conocer cómo los avances tecnológicos proveen más competitividad a los negocios, y la manera en que los sistemas impositivos normados en la ley peruana, de las Naciones Unidas y la OCDE promueven pautas para un mejor manejo de la economía y en la misma medida protege y cautelan los ingresos los activos de los países y los ciudadanos.

a) Justificación social

La comprensión del contexto del Comercio electrónico y como está imbricado con el tratamiento tributario, involucra a las empresas peruanas en cuanto se incorporan al modelo de negocios mundial. Su efecto directo representa un beneficio directo e indirecto en el crecimiento, oportunidades de negocios, más oportunidades de trabajo y expansión de la competitividad. El nivel de bienestar social puede incrementarse como producto de mercados cada vez más interrelacionados.

b) Justificación económica.

Se entiende que el crecimiento del comercio electrónico no debe ir solo desde la mirada de las empresas que transan a nivel global, o consumidores que se ven beneficiados de mejores precios o servicios o productos diversificados; los estados deben proteger su estado de bienestar, custodiando las economías y protegiendo sus ingresos tributarios, mientras provee a la economía local de garantías y controles suficientes.

c) Justificación académica.

Este es un tema de innegable actualidad y representa una tendencia cabal la comprensión de los conceptos que explican el funcionamiento del mercado digital, y como bienes, servicios, dinero y comunicación en el contexto internacional. Igualmente, es importante conocer los alcances del tema de la tributación que sobrepasa las economías nacionales y cuál es su trascendencia.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Pérez, 2016 en su tesis “comercio electrónico como una estrategia para las micros y pequeñas empresas en el municipio de Nezahualcoyotl, ciudad de Mexico”. **Objetivo:** Propone una estrategia de negocios de e-commerce. **Metodología.** descriptiva ya que solo el autor se limita a describir las variables sin tener una modificación en ellas. **Tipo de enfoque:** Mixto, ya que se está usando el tipo de enfoque cuantitativo y cualitativo, el enfoque cuantitativo será basado mediante encuestas planteadas a las empresas y el enfoque cualitativo será manejado mediante entrevistas. **Población y muestra:** Micro y pequeñas empresas del ámbito comercial de la localidad de Nezahualcoyotl, ciudad de Mexico. **Instrumentos:** La encuesta y entrevistas. Las variables a medir fueron conocimiento de internet, uso aplicaciones de comercio. **Conclusiones:** Se estableció como el 31% de las MYPES estudiadas emplea el comercio electrónico como parte de su modelo de negocios, solo el 67% lo hace anualmente, el 22% mensualmente y el 11% de manera semanal. El presente trabajo nos permite dar a conocer que la solo un parte de las MYPES de la localidad de Nezahualcoyotl, consume o adquiere servicios de manera electrónica, para lo cual el gobierno deberá incentivar al empresario a interactuar con los servicios electrónicos, para que estos realicen sus ventas de una manera más satisfactoria en estas plataformas, por otro lado el gobierno o la entidad reguladora deberá estar a la vanguardia de incrementos del comercio electrónico y que estos estén regulados bajo el ámbito legal para que no se puedan registrar vacíos fiscales que ocasionen un efecto negativo para el estado.

Trujillo, 2016 en su tesis “E-Commerce como medio para incrementar le venta de calzado en un almacén de la ciudad de Guayaquil”. **Objetivo.** Implementar estrategias, utilizando el comercio digital como una herramienta para el incremento de las ventas en un 5% de calzado en Almacén Belén, en Guayaquil. **Tipo de enfoque.** Mixto. **Población y muestra.** Se tomó el universo total como muestra. La población está definida: 100 clientes de Almacén Belén. 65 clientes (fabricantes, artesanos y distribuidores) registrados en la Superintendencia de Compañía de Guayaquil. 43

clientes, pequeños comerciantes que se dedican a la fabricación de calzado. **Técnicas e instrumentos.** La entrevista que se realizó a una administradora, Focus group aplicado a los vendedores; encuesta aplicado a clientes fijos y potenciales de Almacén Belén. **Conclusiones.** El sitio de comercio electrónico ya se encuentra en funcionamiento, sin embargo, para Almacenes Belén le es muy importante tomar en acción todas las conclusiones y recomendaciones para lograr la continuidad del proyecto. El proyecto como tal está concebido para aportar un incremento en la venta de los materiales de calzado en un 5% en forma anual. La inversión total requerida para su ejecución de \$10,100 será financiada por la obtención del capital mediante un préstamo bancario con tasa 5%, para lograr un Rendimiento Sobre la Inversión de 1.28, con un Valor Actual Neto de \$5,115 y una Tasa Interna de Retorno de 33%. La relación que guarda con el proyecto de investigación en mención es que se está viendo que las empresas tienen que adecuarse a la tecnología para tener un aumento en la cartera de sus clientes, y no tan solo para esto, si no para la mejora de sus procesos.

Castañeda, 2014 en su tesis titulada “El comercio electrónico frente al derecho tributario ecuatoriano y la falta de regulación”. **Objetivo:** Brindar información necesaria para la adecuada regulación de la norma del IR, el cual coadyuve en la recaudación de impuestos sujetos al comercio electrónico en el Ecuador. **Tipo de enfoque:** se utilizó el enfoque cuantitativo, el cual fue reflejado en una encuesta de 10 preguntas a 50 personas de la localidad de Quito, Ecuador. **Diseño:** Descriptivo – Explicativo, no hay una modificación en las variables y solo serán explicadas. **Conclusiones:** Los cambios planteados con respecto a la regulación del comercio electrónico en el impuesto a la renta, fueron que el Ecuador aun no cuenta con la madurez tributaria para acceder a cambios e incorporar nuevas medidas de gravámenes, por otro lado, se incentiva a que la población que este a la vanguardia de la tecnología. Cabe destacar que en la materia de análisis de este trabajo se puedo identificar que se debe realizar cambios en las leyes con respecto a los servicios tecnológicos ya que el auge de la tecnología va en aumento y deben ser incorporados nuevos servicios. La relación del trabajo de estudio detallado líneas arriba con el presentado es que se estudia como el avance de la tecnología

impacta en el impuesto a la renta y en las mejores prácticas que deben tener los deudores tributarios antes el Fisco.

Taboada, 2016 en su tesis titulada “Alcances de la tributación del comercio electrónico on line en Bolivia”. **Objetivo:** Coadyuvar en bases de aspectos doctrinales y legales para evitar las evasiones y elusiones tributarias que se podrían presentar en el tratamiento tributario del comercio electrónico, **Tipo de enfoque:** Mixto, ya que se emplea el enfoque cuantitativo, el cual refleja el impacto de la recaudación tributaria boliviana con respecto al e-commerce. La autora también hace uso del enfoque cualitativo en el cual quiere dar a conocer, mediante entrevistas, cómo la norma tributaria boliviana incide en el e-commerce. **Diseño:** Descriptivo, explica el impacto de la recaudación tributaria sobre el comercio electrónico en Bolivia. **Conclusiones:** El reglamento interno de nuestro país con respecto al comercio electrónico, deberá ser revisado, ya que por su novedad y velocidad de crecimiento surgen nuevas transacciones comerciales. Por otro lado, la administración tributaria deberá revisar los principios de neutralidad, territorialidad y poner un énfasis en la supervisión de las exportaciones e importaciones digitales. La relación que guarda con la tributación peruana es que tal como en Bolivia, las empresas nacionalizadas en el territorio peruano, realizan la retención del impuesto a la renta por operaciones con un no domiciliado, donde se deberán analizar los alcances de que estas retenciones se están realizando de un manera correcta y no se está incurriendo en alguna evasión, ya sea porque el deudor tributario no tiene conocimiento de ello, o lo hace para realizar evasiones tributarias y beneficiar a su proveedores extranjeros. Por otro lado, cabe resaltar que se deben tener en cuenta los CDI que el Perú ha firmado con diversos países para evitar mitigar la doble tributación.

Medina, 2012 en su tesis “los cambios Tributarios relacionados con el advenimiento del comercio electrónico en Colombia”. **Objetivo:** Analizar implicaciones de la contabilidad tributaria y plantea la reformulación de los modelos impositivos tradicionales, aplicado al comercio electrónico. Se utiliza el enfoque cualitativo y se describe los conceptos de la variable desde el ámbito tributario enfocándose en la parte del e-commerce. **Conclusiones:** La reformulación tributaria planteada es un tema de actualidad y a nivel internacional se está desarrollando estándares que favorezcan la evolución de los conceptos tributarios, sin embargo, se requiere una formulación práctica que atienda

problemas aun no solucionados en el desarrollo del comercio electrónico en el país. La relación que guarda con el presente trabajo de estudio es que se busca dar a conocer como el comercio electrónico influye en nuestra legislación tributaria, si es que se están llevando las mejores prácticas, y no se están incumpliendo con la retención de los tributos.

Acosta, 2017 en su tesis “Sistemas de libros electrónicos y la evasión de impuestos en la empresa constructora A & Q E.I.R.L. Pucallpa – Perú”. **Objetivo:** Establecer la relación entre los procedimientos de registro electrónico contable y los riesgos de evasión tributaria de la organización. **Técnica e instrumento:** técnica fue la encuesta, un cuestionario de 16 preguntas. **Tipo de estudio:** descriptivo. **Diseño:** Correlacional transversal. **Población y muestra:** Diez trabajadores del área contable. **Resultados:** El ochenta por ciento (80%) mencionó que emite y registra las transacciones en forma electrónica. En mención a la variable la totalidad de los encuestados señalaron que cuentan con los registros de declaración de impuestos, y que se entrega documentos de manera obligatoria. Se estableció que el sistema de libros magnéticos está relacionado significativamente con los niveles de no tributación, siendo la relación ($r= 076$), encontrándose en cada dimensión una relación positiva. **Conclusiones:** Se estableció una relación significativa entre la teneduría de libros magnéticos y los niveles reducidos de evasión en la organización estudiada. Por otro lado, también se demuestra que la empresa realiza la presentación de sus libros electrónicos o libros de archivos planos de una manera correcta, limitando la evasión fiscal estudiada. La relación con el presente trabajo de estudio es muy significativa, ya que se desea dar a conocer como el tratamiento tributario del impuesto a la renta influye en el comercio electrónico en la empresa Contugas S.a.c.

Zegarra, 2017 en su tesis “propuesta de comercio electrónico para el archivo técnico de la EPS Sedapar, Arequipa”. **Objetivo:** Implementar el comercio electrónico, para la adquisición de información técnica relacionada con saneamiento para sus clientes externos. **Tipo de enfoque.** Cuantitativa. **Nivel:** Exploratoria. **Población y muestra.** Estuvo conformada por un grupo de 55 clientes externos del archivo técnico de SEDAPAR S.A. **Técnicas:** Análisis documental, Técnica de la encuesta. **Instrumentos:** Entrevistas, consultas bibliográficas y encuestas. **Conclusiones:** Es posible implementar un sistema

de Comercio electrónico en el Archivo Técnico de Sedapar S.A., que pone a disposición de los Usuarios información técnica de índole sanitaria, que ahorra tiempos de visita a las instalaciones de SEDAPAR S.A. El beneficio social en cuanto a costos sociales presenta indicadores de costo efectividad favorables para los usuarios.

Cárdenas, 2016 desarrollo un trabajo relacionado con la aplicación de herramientas de electrónico como herramienta para mejorar las operaciones de las empresas turísticas del distrito de Cajamarca. **Objetivo:** Como contribuye el comercio electrónico en las empresas de servicios turísticos del distrito de Cajamarca. **Tipo de investigación:** No experimental **Diseño:** Transversal y descriptivo. **Población y muestra:** Constituida por las 54 empresas de servicios turísticos en la ciudad de Cajamarca. **Muestra:** Todas las empresas serán consideradas en el estudio. **Técnicas e instrumentos:** La entrevista personal y la encuesta. A través de un cuestionario elaborado a partir de los indicadores derivados de las variables. **Conclusiones:** Los resultados muestran que los factores de organización interna y la percepción negativa sobre la seguridad de internet en las empresas de servicios turísticos en el distrito analizado, limitan la implementación de herramientas de comercio electrónico. Asimismo, que existe una oferta limitada de tipo de herramientas en la gestión de estas empresas en la zona estudiada.

Joyo, 2016 En su tesis “determinar qué factores limitan el desarrollo del Comercio Electrónico en las Mypes de ropa para mujer en el emporio comercial de Gamarra, en la ciudad de Lima”. **Objetivo:** Los factores limitantes que afectan el desarrollo del comercio electrónico en las micro y pequeñas empresas de ropa de mujer del C.C Parque Cánepa de Gamarra. **Metodología:** Descriptivo. **Tipo de enfoque:** Cuantitativo. **Nivel:** nivel básico. **Población y muestra:** La población fueron Mypes de ropa para mujer que opera dentro del Centro Comercial Parque Cánepa de Gamarra. Se utilizó una muestra de 67 microempresas. **Instrumento:** Encuesta. **Conclusiones:** Existen factores limitantes para la adopción del comercio electrónico en las Mypes estudiadas. Estos están relacionados con los niveles de conocimiento en un 37%. Dificultades organizacionales en 19%, y nivel de confianza en la seguridad de las aplicaciones en Internet en un 44%. Para pasar de unos modelos de negocio tradicional a un modelo más competitivo, las empresas estudiadas tendrían que decidir la adopción de herramientas de negocios electrónicos.

Villanueva, 2012 En su trabajo de investigación está dirigido a medir el impacto de las aplicaciones de comercio electrónico en los procesos de auditoría en las empresas comerciales de la ciudad de Lima. **Objetivo.** Identificar el impacto del e-commerce en la gestión en empresas comerciales de Lima. **Tipo:** Exploratorio. **Población y Muestra:** La población la constituyó empresas que utilizan herramientas de negocios digitales en la ciudad de Lima. Se seleccionaron aquellas que tenían un proceso reciente de implementación. Fueron seleccionadas 200 empresas. **Técnicas e Instrumentos:** Análisis documental, entrevistas y cuestionarios. **Conclusiones:** Más del 50% está de acuerdo con implementar un proyecto de comercio electrónico. Asimismo, el 50% aprecia positivamente las estrategias de comercio electrónico. Un 38.3% responde positivamente sobre los aspectos positivos del comercio electrónico sobre los riesgos. En general, la apreciación de los contadores es positiva en un 91.4 respecto a la implementar el comercio electrónico en sus empresas.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Marco legal

A nivel internacional se puede considerar como antecedente el hecho que la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional UNCITRAL (2018), analizó las condiciones en que los acuerdos o negocios jurídicos entre dos usuarios que realizan transacciones en la Web. Uno de los aspectos sustanciales ha sido el de establecer estándares en aspectos tan fundamentales como identidad, la fuente de la información, la legalidad de las transacciones o su viabilidad jurídica, todo esto ha servido para el contexto legal básico que sirva de modelo para los negocios electrónicos.

2.2.1.1. Evolución de los servicios digitales en la Ley Peruana

Los servicios digitales brindados por empresas no domiciliadas en territorio nacional (en el Perú) se incluyen en el artículo noveno de la Ley del Impuesto a la Renta. Este artículo tipifica que no importa la nacionalidad o lugar de domicilio de las partes en una transacción o circunscripción del contrato; siempre que se considere que serán rentas de origen o fuente peruana las

percibidas por los servicios, cuando sea en el Perú donde se use o se consuma.

Habiendo sido modificado en el Artículo 4° (Decreto Legislativo N.° 970, 2006) se perfecciona diciendo que serán ahora rentas de fuente peruana cuando se obtienen por servicios prestados por Internet o de cualquier protocolo o plataforma basada en tecnologías de red. Siempre y cuando el servicio sea en el Perú, donde se use o se consuma.

A nivel mundial, la red global de comunicación basada en las redes digitales no se limita a Internet, que es uno de los tantos servicios que hay en la red mundial. Se considera que una extranet también puede formar parte de Internet. Una red local privada usa recursos de Internet, y utiliza protocolos TCP/IP de Internet.

En resumen, se debe entender que Internet no se encuentra conceptualmente limitada a la red mundial, incluye redes informáticas que permiten interactuar a computadoras directamente.

Se define el término de Internet como una concepción amplia que se puede aplicar también a redes más pequeñas. La normativa arriba mencionada, amplía y perfecciona la definición y el alcance de los tipos de servicios a través de Internet, rescatando el espíritu de la norma (Muñoz, 2008).

2.2.2. Marco teórico

2.2.2.1. El comercio electrónico

Como afirma (De la Vega, 2008) el Comercio electrónico es todo tipo de transacciones que se efectúan a nivel global mediante redes electrónicas relacionadas con el intercambio de producto, servicios, medios de pagos e información electrónica sobre estos procesos. El ámbito puede ser público o privado.

Según el mismo autor el comercio electrónico presupone el uso del recurso de redes telemáticas que permiten y conducen las transacciones y las organizan. La utilización de las redes informáticas que facilitan la

producción, el intercambio de productos dentro del mercado. Esta actividad simula de manera virtual la existencia del mercado real solo que a través de instrumentos electrónicos.

Aspectos distintivos

a) *Intercambio*. El intercambio de bienes transables, la comercialización de servicios de información de toda índole es lo que caracteriza a Internet hoy en día, y tipifica el concepto de comercio electrónico. El comercio tradicional se ha visto potenciado con las transacciones digitales, ya que estas actúan como catalizador del comercio internacional.

b) *Utilización de medios electrónicos*. Es un signo de los tiempos, en donde la velocidad de los medios electrónicos caracteriza los procesos y determina incluso la forma como se estructura el mercado tradicional.

c) *Reducción de costos de transacción*. La tecnología ha incidido no solamente en la velocidad con la que se comparte la información, la instantaneidad en la toma de decisiones de mercado, sino que ha reducido los costos inherentes a los procesos de comercialización.

Participantes en el comercio electrónico. Como afirma (Cárdenas, 2016) el funcionamiento del comercio electrónico requiere que los agentes involucrados reconozcan mediante un contrato la peculiar forma que requiere este acto jurídico: que la relación entre los actores se establece por medios digitales. La relación típica en el comercio electrónico se establece entre el empresario, los consumidores potenciales y el gobierno o algún ente administrador. Estas relaciones entre estos actores tipifican el comercio electrónico.

Tanto empresarios como consumidores, en el contexto del comercio electrónico son individuos tangibles, que participan en el intercambio de bienes o servicios. El ente administrador puede ser los órganos e instituciones de un Estado.

El comercio electrónico de acuerdo con los sujetos intervinientes. Según (Fernández, 2015) los tipos de comercio electrónico varían de acuerdo con los sujetos y los tipos de relaciones establecidos entre ellos:

a) Empresa a Consumidor (B2C). Es la venta directa al consumidor final. A través de la web. Los consumidores finales pueden adquirir productos y servicios desde su casa; las ventajas pueden ser mejores precios, productos más diversos, mayor información sobre las ofertas. Este tipo de comercio electrónico es el más común; por ejemplo, venta de pasajes por avión, reservaciones de hoteles, entradas a conciertos, entre otros.

b) Empresa a Empresa (B2B). Las transacciones comerciales que se realizan entre empresas mediante medios digitales, en este caso cuando se da el comercio electrónico e intercambian bienes o servicios entre ellas. Generalmente se realiza ventas al por mayor, o servicios que se intercambian entre negocios. Muchos casos de expansión de los mercados de empresas nacionales se dan a través de relaciones que se construyen con empresas distribuidoras ubicadas en cualquier parte del globo.

c) Consumidor a Consumidor (C2C). Internet ha abierto muchas posibilidades para que los consumidores realicen transacciones o intercambios entre ellos. Esto se realiza en especial cuando se venden productos ya usados, hechos en casa y servicios personalizados.

d) Administración a Empresas (A2B). Cuando las entidades públicas realizan transacciones de comercio electrónico con empresas u otras entidades de otros países. Relaciones que se establecen entre las empresas públicas, otras empresas u otras entidades públicas.

e) Empresa a Empleado (B2E). Son muy comunes hoy en día que las empresas utilicen herramientas digitales para mantener relaciones con sus trabajadores, se produce cuando un trabajador puede realizar una compra a través del portal corporativo, con acceso restringido y cuyo servicio es exclusivo.

2.2.2.2 Clasificaciones del comercio electrónico

Como afirma (Fernández, 2015) una clasificación general de los tipos de e-commerce se puede establecer de acuerdo con lo siguiente:

a) El Comercio Electrónico Indirecto. Es el procedimiento en el cual bienes físicos con enviados por los canales de distribución convencional. En este caso, el régimen tributario se aplica de acuerdo a las modalidades tradicionales; como por ejemplo cuando se hacen compras telefónicas.

b) Comercio Electrónico Directo. Cuando toda la transacción; es decir el requerimiento, el pago y la recepción del bien se produce en línea (on line). Se trata de bienes no tangibles, que se envían y transan por internet.

Para los efectos tributarios es el que posee mayor importancia, por la dificultad de establecer la característica de la transacción, debido a que los derechos y los mismos bienes son digitales, y por definición se trata de bienes desmaterializados.

Como afirma (Muñoz, 2008) los productos digitales comprenden también a los bienes tangibles. Estos son digitalizados cuando son transferidos digitalmente y podrán ser apropiados al ser bajados mediante descarga electrónica (por ejemplo, revistas digitales que pueden ser impresas), También están por supuesto los servicios intangibles y bienes intangibles que llegan al consumidor exclusivamente por vía electrónica sin la posibilidad de una apropiación tangible.

Según la autora, nuestro ordenamiento legal cuando se refiere a servicios digitales se concentra en el negocio electrónico directo en especial en lo referente a los servicios digitales, que es el ámbito que se busca gravar.

2.2.2.3 Situación actual del tratamiento de Comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC

Habiendo tomado como caso de estudio a la Empresa CONTUGAS SAC en el 2018, debemos conocer cómo la empresa usa la red para utilizar los servicios digitales que ha contratado.

Antecedentes

CONTUGAS SAC es una empresa afincada en el Perú que se dedica a la comercialización de gas natural, con una concesión de 30 años en la totalidad de la región de Ica.

Sus operaciones se desarrollan en las localidades señaladas líneas arriba. En estos lugares atiende actualmente tanto a clientes residenciales, comerciales, industriales, termoeléctricas y petroquímicas. También atiende las necesidades del parque automotor, con suministros de gas.

CONTUGAS SAC se encuentra respaldado por el Grupo de Energía de Bogotá del cual forma parte.

El gas natural en la concesión de distribución por red de ductos que tiene CONTUGAS SAC, puede ser destinado a clientes diversificados: a) Gas natural para conexión residencial, b) Comercial, c) Vehicular (gas natural vehicular) y d) Industrial.

Evaluación de la situación problemática

La adopción de estos servicios digitales se establece dentro de la estrategia de innovación tecnológica y posicionamiento de los servicios que la empresa CONTUGAS SAC se propuso a inicios del año 2016. Motivado, ante el avance del desarrollo tecnológico de la comunicación y el avance de los negocios digitales y las posibilidades para mejorar su competitividad al utilizar estas herramientas.

Este plan se encuentra enfocado en alcanzar los siguientes objetivos, en el mediano plazo según los puntos señalados a continuación:

1. Responder a las necesidades de competencia
2. Mejorar la relación con el cliente y proveedores
3. Acceder a mejores recursos humanos
4. Implementar un plan de mediano plazo de incorporación de innovación tecnológica en sus medios de comunicación

La empresa necesitaba potenciar su marca y sus servicios con miras a la captación de clientes y fidelizar a los que ya cuenta, por lo cual es necesario contar con páginas web que les ayuden al desarrollo de su actividad comercial. La empresa siempre está a la vanguardia de la tecnología para lo cual es necesario contar con diferentes herramientas que lo ayuden no tan solo para obtención de clientes si no para la optimización de recursos y procesos el cual mejore la actividad empresarial tanto con buen impacto hacia lo clientes, las empresas del sector, el estado y la población donde se lleva a cabo la concesión otorgada por el Estado.

Por otro lado, se requería tener avance en la tecnología para la captación de nuevo personal en una plataforma fácil, sencilla y practica que le permita obtener el mejor talento humano.

Flujo para la contabilización y determinación del IR

En dicho sentido, analizaremos la situación de la empresa CONTUGAS, que adquiere servicios de tecnología brindadas por empresas no domiciliadas en territorio nacional utilizando como medio el comercio electrónico en sus transacciones, y como el tratamiento tributario incide en estas operaciones, en especial el tratamiento respecto al Impuesto a la Renta.

- 1º. El área de Logística se encarga de realizar la solicitud de pedido al proveedor.
- 2º. El proveedor envía su cotización.
- 3º. Se eleva a reunión de junta general para aprobar la adquisición del bien intangible o el servicio brindado.
- 4º. Si la junta general aprueba la adquisición del bien se procede al punto 5, si no se vuelve a convocar a otros proveedores.
- 5º. El área de logística emite una orden de pedido al proveedor. Pero previo a la elaboración de la orden de compra se ara las respectivas consultas al área contable si es que la adquisición del bien intangible o la prestación del servicio se encuentra sujeta algún tipo de impuesto a la renta.

- 6º. El área de contabilidad emitirá respuesta sobre las preguntas planteadas por el área de logística sobre temas tributarios.
- 7º. Con la generación de la orden de compra y las respuestas otorgadas por el área contable con respecto a la parte tributaria se procederá a enviar al área legal para la redacción del contrato.
- 8º. El área legal redacta el contrato y este mismo es remitido al área logística para su coordinación con el proveedor.
- 9º. El proveedor envía su factura por la prestación del servicio o venta del bien intangible.
- 10º. El área contable ingresará la factura verificando que se cumplan los acuerdos contractuales con respecto al IR.

Normatividad tributaria relacionada

Para los servicios digitales CONTUGAS S.A.C. recurre al reglamento de la ley del impuesto a la renta, la cual habilita la lista servicios digitales.

La empresa CONTUGAS SAC recoge el segundo párrafo del artículo 6º del Decreto Supremo N°179-2004-EF (2004), que señala que se grava sobre las rentas de origen peruana cuando los proveedores tienen la condición de no domiciliados en el país.

Asimismo, considera el inciso i) de su artículo 9º, cuando señala que independientemente de cualquier domicilio de las partes presentes en la transacción, se considerara rentas de origen peruana si son obtenidos a través del Internet o cualquier otra plataforma en red equivalente, y en el caso que el servicio se usufructúe consuma en el Perú.

Se da la condición que la empresa utiliza medios digitales automatizados para para acceder a estos servicios. Este concurso de requisitos permite considerar este servicio digital como tal ya que reúne las condiciones que contempla la norma aludida, y el precitado informe N.º 018-2008-SUNAT/2B0000. Coincide con el espíritu de la normativa que este servicio cumple con ser esencialmente automática y no es viable de ninguna otra forma sino basada en las tecnologías de la información.

Aplicación de los servicios de Comercio electrónico.

a) *Open Smartflex*. Actualmente se tienen consumidas 54,871 licencias del sistema OPEN SMARTFLEX (empresa colombiana) por lo que se hace imprescindible comprar un paquete adicional de 10,000 licencias para soportar la proyección de ventas del presente año.

Las prestaciones de Open Smartflex hacen posible que la empresa pueda contar con acceso a toda la información de sus clientes desde una plataforma central. Le permite a la empresa CONTUGAS SAC., implementar un sistema de gestión sobre sus procesos comerciales. Es capaz, mediante esta solución de atender solicitudes postventa, atender quejas y reclamos, y tener el control de otras tareas críticas mediante una plataforma en línea.

Cl.doc. : 91 (Compr No Domiciliado) Documento normal												
Reg.prelim.por ETENORIO Contab.por FLGARCIA												
N° doc. 400018047 Sociedad CTGS Ejercicio 2018												
Fe.docum. 26.04.2018 Fecha contab. 18.06.2018 Periodo 06												
Calc.impuestos <input checked="" type="checkbox"/>												
Referen. SFV1997												
Moneda doc. USD												
Txt.cab.doc. ADQ. DE 10000 LICENCIAS												

Pos	CT	Cta.mayor	Cuenta	Texto breve cuenta	BP	VP	Ce.coste	Orden	Venc.neto	Importe	Importe ML	Doc.comp.	Texto
1	31	42120010	800135	OPEN SYSTEMS COLOMBI					03.07.2018	15,000.00-	15,000.00-	2000011709	ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX
2	70	34311010	34311010	348000000326 0000				OEADTI0100		15,000.00	15,000.00		ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX
3	50	40174010	40174010	IR ND - Retenciones						6,428.57-	6,428.57-	400021318	ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX
4	40	64300010	64300010	IR Asumido No Dom			COFPCT0000			6,428.57	6,428.57		ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX
5	50	40111030	40111030	IGV - ND Por pagar						2,700.00-	2,700.00-	400021308	ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX
6	40	40112010	40112010	IGV - ND Cred Fiscal						2,700.00	2,700.00	400021308	ADQ. DE 10000 LICENCIAS OPEN SMARTFLEX

Figura 1. Contabilización por adquisición de licencias

b) Servicios ASP

Las aplicaciones online provistas por un tercero (ASP), son licencias que permiten el uso de programas de instrucción para ordenadores, que aloja aplicaciones en sus propios recursos (servidores), en beneficio de sus usuarios. Representa soporte asistencial las empresas para que pueda realizar transacciones en general para su negocio. Un ASP sirve de intermediario para que el cliente y un tercero conversen.

Antes de 2017, la empresa CONTUGAS S.A.C. solo tenía una sola fuente de reclutamiento y aún no se han efectuado estrategias que permitan posicionar a la empresa como marca empleadora. La empresa requería potencializar la marca empleadora de la empresa y contar con otra fuente de reclutamiento, a través de la plataforma más usada por los profesionales: LINKEDIN (empresa irlandesa).

La figura 2, describe el proceso de contabilización por cesión de espacio en plataforma. En el mes de enero del 2017 se contrató a la empresa “LINKEDIN IRELAND”, la cual por los servicios brindados emitió con fecha 13 de enero la factura 00065 por \$4,500.00 dólares americanos, que fueron cancelados ese mismo día con la retención pertinente por actividades contratadas con un no domiciliado.

El Pago de impuesto a la renta no domiciliado representó un valor de \$1,350.00. La prestación del servicio prestado por la empresa LINKEDIN estuvo sujeto a una retención del impuesto ya que el servicio utilizado por la empresa usuaria (Contugas) se da por medios digitales automatizados, utiliza su propia plataforma y accede a este, para la prestación del servicio.

El servicio que brinda la empresa LINKEDIN, hace posible contar con contenido digital a través de una página web interactiva en línea.

Pos	CT	Cta.mayor	Cuenta	Texto breve cuenta	BP	VP	Ce.coste	Orden	Venc.neto	Importe	Importe ML	Doc.comp.	Texto
1	31	42120020	800275	LINKEDIN IRELAND UNL					15.02.2017	3,150.00-	3,150.00-	2000002452	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROMOCIONAR EMPLE
2	86	42110010	42110010	Com Pago Recibr ERMF				OGADGH0083		4,500.00	4,500.00	1000000438	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROMOCIONAR EMPLE
3	50	40174010	40174010	IR ND - Retenciones						1,350.00-	1,350.00-	400002963	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROMOCIONAR EMPLE
4	50	40111030	40111030	IGV - ND Por pagar						810.00-	810.00-	400002965	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROMOCIONAR EMPLE
5	40	40112010	40112010	IGV - ND Cred Fiscal						810.00	810.00	400002965	CESIÓN DE ESPACIO PARA PROMOCIONAR EMPLE

Figura 2. Contabilización por cesión de espacio plataforma

c) *Renovación del servicio de alojamiento web.* La empresa CONTUGAS S.A.C. requiere realizar la renovación del servicio de alojamiento web (hosting 2018 – 2019) para la continuidad de su plataforma (página web y blog), la empresa la cual brindará este servicio será la colombiana “APLYCA SAS”.

1. Página Web

La página web, cumple el objetivo de fidelizar a los clientes y conseguir a nuevos de ellos. Por otra parte ayuda a que la empresa sea visible en los buscadores de internet, ya que es necesario contar con estos para el contacto constante con los clientes para que ellos puedan consultar en cualquier momento o ver los servicios y promociones que tiene la empresa a cualquier hora, ya que la empresa quiere generar un proceso de feedback con sus clientes con el cual ellos puedan dejar su opinión, dudas o quejas sobre algún servicio brindado por la empresa, ya que es importante respetar todas las opiniones y estar atentos a todos los casos.



Figura 3. Página Web CONTUGAS S.A.C.

Imagen capturada de la Página Web de CONTUGAS (2018). Impreso con permiso de CONTUGAS SAC. Extraído de: <http://www.contugas.com.pe/>

2. Blog

El blog informativo está dirigido a los colaboradores de “CONTUGAS SAC” donde ellos puedan ver los beneficios generados por la empresa para ellos, también brinda información sobre los programas de sostenibilidad que tiene la empresa con su entorno social en el departamento de Ica y por último tiene la finalidad de mantener conectado e informado sobre todos los eventos que surgen en la actividad que genera la empresa.

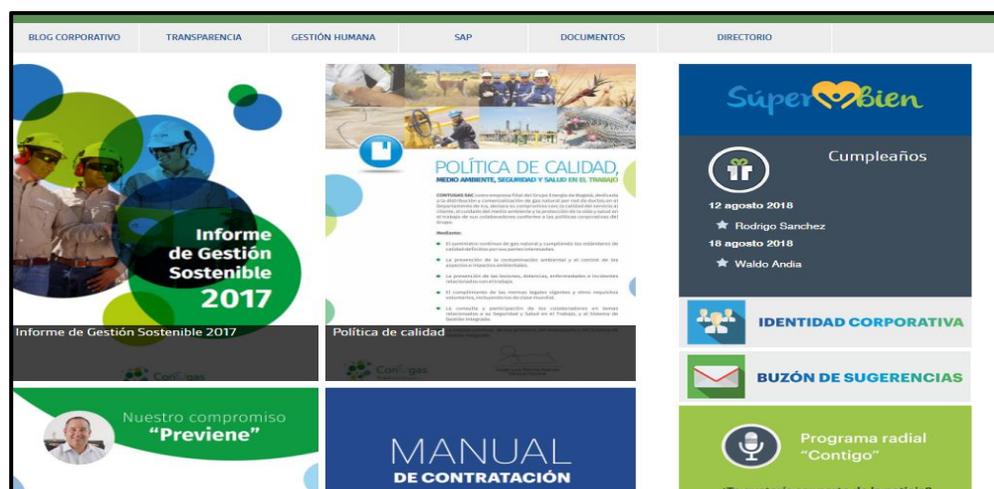


Figura 4. Blog informativo COTNUGAS S.A.C.

Blog informativo CONTUGAS SAC (2018). Impreso con permiso de CONTUGAS SAC. Extraído de: <http://www.contugas.com.pe/>

3. Contabilización por servicio de Hosting.

En el mes de marzo del 2018 se solicitó los servicios “APLYCA SAS” empresa radicada en Colombia, la cual por los servicios brindados emitió con fecha 13 de marzo la factura 1813 por 5,190.00 dólares americanos, que fueron cancelado ese mismo día con la retención pertinente por actividades contratadas con un no domiciliado.

Cl.doc. : 91 (Compr No Domiciliado) Documento normal					
Reg.prelim.por	ETENORIO	Contab.por	FLGARCIA		
N° doc.	400007589	Sociedad	CTGS	Ejercicio	2018
Fe.docum.	13.03.2018	Fecha contab.	15.03.2018	Período	03
Calc.impuestos	<input checked="" type="checkbox"/>				
Referen.	1813				
Moneda doc.	USD				
Txt.cab.doc.	SERV. HOSTING				

Pos	CT	Cta.mayor	Cuenta	Texto breve cuenta	BP	VP	Ce.coste	Orden	Venc.neto	Importe	Importe ML	Doc.comp.	Texto
1	31	42120020	800075	APLYCA TECNOLOGIA SA					14.04.2018	5,190.00-	5,190.00-	2000006846	SERV. HOSTING 2018 - 201
2	86	42110010	42110010	Com Pago Recibr ERMF				OGADTI0092		5,190.00	5,190.00	1000001022	SERV. HOSTING 2018 - 201
3	50	40174010	40174010	IR ND - Retenciones						2,224.29-	2,224.29-	400010003	SERV. HOSTING 2018 - 201
4	40	64300010	64300010	IR Asumido No Dom			COFPCT0000			2,224.29	2,224.29		SERV. HOSTING 2018 - 201
5	50	40111030	40111030	IGV - ND Por pagar						934.20-	934.20-	400010000	SERV. HOSTING 2018 - 201
6	40	40112010	40112010	IGV - ND Cred Fiscal						934.20	934.20	400010000	SERV. HOSTING 2018 - 201

Figura 5. Contabilización por servicio de Hosting

2.3. Definiciones conceptuales

Comercio electrónico. Según (Fernández I. , 2003) son las transacciones comerciales que se realizan por redes informáticas, principalmente con base en internet. Para el sector empresarial las posibilidades abiertas a través de Internet han significado la explotación oportunidades de crecimiento exponencial en sus negocios. En el último decenio, a través de la web se ha constituido el mercado de intercambio más dinámico y variado del planeta.

Comercio internacional. Como afirma (Reategui, 2012) las compañías intercambian bienes y servicios entre los países sobre una plataforma tecnológica permite incrementar la calidad y cantidad del consumo de las poblaciones de los países. En el correr de los años, el incremento de este intercambio incesante se ha visto exponencialmente incrementado por la innovación tecnológica y los países han buscado aprovechar estos medios para alcanzar liderazgos competitivos en sus modelos de negocios.

Impuesto a la renta. Este impuesto se declara anualmente, se aplica sobre las rentas obtenidas durante un ejercicio. En Perú inicia al inicio del año y culmina el 31 de diciembre. Asimismo, considera adelantos y se pueden realizar pagos a cuenta o se realizan retenciones cada mes, lo que se encuentra condicionado a los tipos de contribuyentes u otras especificidades.

Según (Reátegui, 2012) grava a quien tiene renta, es decir, no se trata de un tributo trasladable a otras personas. Se considera entonces un impuesto directo, que incide en la ganancia directamente, en la renta o en la utilidad. Es diferente a los impuestos indirectos que inciden en la posesión de riqueza, en la medida que estos se expresan en los consumos que se realizan con ella.

Según (Bravo, 2003) comentó que este impuesto se enfoca sobre la manifestación de la riqueza en cuanto renta a aplicar. En ese sentido se ejecuta sobre el acto de producir renta. Señalo que también se considerarán como rentas una combinación de productos de la realización de una actividad empresarial donde intervienen el capital y el trabajo. Como afirma (Bravo, 2003) este impuesto no considera gravable la sola firma contractual de una transacción; se enfoca más en la ejecución de las obligaciones que provienen o se producen

por un contrato y que cuando se relacionan con actividades comerciales que son pasibles de tributación. Estas son derivadas de los gastos y costos por las actividades que pueden ser pasibles de ser gravadas.

A decir del mismo autor, es un hecho jurídico complejo (el acto imponible del IR), que se expresa su relevancia económica en la incidencia sobre la riqueza directa denominada “renta”. Para su aplicación jurídica, sin embargo, se requiere la concurrencia de aspectos espaciales y temporales, que permiten calificarlos como gravable. En conclusión, el impuesto a la Renta es concomitante con los resultados del contrato, y no con la celebración exclusiva del contrato.

Internet. Es un conjunto de redes interconectadas por un protocolo. A esta interconexión se conoce como Red. Según (Rose, Eldridge, & Chapin, 2015) están unidos por medio de nodos forman un sistema descentralizado de comunicación. Esta red tiene entre sus principales características su alcance mundial. Si bien su nacimiento data de 1969, la red ha ido creciendo en capacidad, rapidez y potencia de procesamiento, constituyendo el principal vehículo de transacciones en el mundo.

Medios de pago. Constituyen un conjunto de mecanismos comúnmente aceptados. Para (Martinez, Mata, & Rodriguez, 2009), estos medios son conocidos como dinero electrónico en el sentido que permiten al comprador utilizarlos para realizar sus transacciones. En la actualidad, según estos autores, todavía no se ha generalizado en el comercio electrónico internacional una terminología estándar respecto a lo que concibe como dinero electrónico. A nivel mundial medios como smartcards, e-money, digital cash, cybermoney, cybercurrency y cyberpayments son algunos de los más populares.

Seguridad. Según (Matute et al., 2012) hoy más que nunca existe la posibilidad de fraude o delitos de corte informático, o en los casos de peligros de plagio efectuado por medios digitales. Incluso el robo de identidad o el lavado de activos financieros. Para los mismos autores, un sistema de Transacción Electrónico Segura (TES), mediante el protocolo que garantiza mediante algoritmos de encriptación, que todo comercio electrónico en Internet, (órdenes de pedido e instrucciones de pago, solicitudes de autorización confirmaciones de

la orden o solicitud de reembolso) entre comerciantes y compradores se encuentre protegidos.

El trabajo estos sistemas es proteger estos procesos, ante los ataques permanentes a las vulnerabilidades de la Red. Su objetivo es la reserva y la integridad de cualquier operación de negocio electrónico. Por supuesto, existen otros protocolos que protegen estas transacciones, como el SSL y 3D SECURE. Las funcionalidades de estos protocolos y de otras aplicaciones se encuentran en permanente actualización, y dependiendo del nivel de protección que ofrece el uso de estas herramientas, las transacciones del comercio electrónico en general son tan simples y seguras como las que se realizan en el comercio tradicional.

Servicio digital. El DS N.º 159-2007-EF (2007), en su Artículo 3º, señala el concepto de Servicio digital como los que se prestan a través de internet o de cualquier aplicación o plataforma digital que utilice tecnología de Internet, o cualquier otra red informática. Este tipo de tecnología debe permitir servicios automáticos y en línea. Según esta normativa, este concepto se hace extensivo a cualquier red pública o privada.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Descripción de la metodología de la investigación

3.1.1 Tipo

Aplicada. Interpreta y analiza las características del Tratamiento tributario que se aplica a las operaciones de comercio digital en nuestro país, y como incide en las operaciones de e-commerce de la Empresa CONTUGAS SAC.

3.1.2 Nivel

Por el nivel se centrará en ser estudio descriptivo - correlacional.

3.1.3 Enfoque

El Enfoque será cuantitativo. Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) se define como el método donde se establece una realidad objetiva, basada en investigaciones previas de una teoría, partiendo de lo general a lo particular, por otro lado, también los autores hacen mención que el investigador no deberá involucrar sus perspectivas y análisis hacia los resultados del estudio.

3.1.4 Método

3.1.4.1 Estudio de caso

Para establecer la relación entre las aplicaciones tecnológicas relacionadas con el comercio electrónico y el tratamiento tributario, se aplicará el estudio de caso. Este método de investigación es útil cuando se trata de evaluar cambios en casos individuales, Para el estudio de casos, los datos se recabarán usando métodos cuantitativos.

3.1.4.2 Método deductivo

Este tipo de estudios se apoya, generalmente, en el método deductivo. El estudio que se propone tiene la intención de realizar una descripción, interpretación y evaluación que permita una mejor comprensión del caso particular que se analiza, y a partir de este alcanzar mayor claridad sobre un aspecto teórico o la indagación de un fenómeno concreto.

3.1.4.3 Ámbito de aplicación

El estudio de casos será adecuado en la siguiente situación:

Para analizar procesos de cambio organizativo. Se estima que será la manera más indicada para revisar cambios organizativos en la empresa, por su capacidad de explicitar porque y como se han llevado a cabo estos procesos. Se aprovechará la ventaja de esta metodología por su potencialidad de acercar o aproximar la teoría.

3.1.4.4 Tipos de caso seleccionado

Descriptivo. Describir los componentes de los sistemas contables o financieras, las técnicas o prácticas utilizadas por una empresa en una situación real. El propósito será describir las situaciones específicas que explican las prácticas contables particulares.

Correlacional. Se define por el grado de relación que guarda una variable con otra en relación en un estudio en particular. También podremos decir que la relación puede ser de 2 a más variables.

Tabla 1. Uso del comercio electrónico en la empresa estudiada

Caso de estudio	Contexto de negocios	Uso del comercio electrónico
CONTUGAS SAC	Contugas S.A.C. es una empresa de capital colombiano, la cual comercializa y distribuye gas natural en la región de Ica. Los clientes que tiene la empresa van desde residenciales hasta	Implementó su primer sitio web en 2004 Utiliza el sitio web y el correo electrónico en sus operaciones de marketing y servicio al cliente. La tecnología de comercio electrónico es vista como el único medio de prestar mejores servicios.

Fuente: Elaboración propia

3.1.5 Diseño

Investigación no experimental - transversal

En un principio la investigación se dará de esta manera, realizando una detallada revisión de la literatura tanto del tratamiento tributario como del concepto de comercio electrónico, así como las dos variables juntas.

Según el autor (Hernández et al., 2014) “define no experimentales a los estudios que no sufren modificaciones en sus variables y que solo estas variables son observadas en su contexto natural pasero analizadas”. (Pág 152)

Diseño de la Investigación cuantitativa

Según (Rodríguez et al., 1996) el diseño cuantitativo permite al investigador emplear sus propios diseños los cuales servirán para la aportación de evidencias con respecto a los lineamientos del estudio de investigación.

3.1.6 Población y muestra

3.1.6.1 Unidad de Análisis

La unidad de análisis fue la empresa CONTUGAS S.A.C. que es una empresa de tamaño mediano, que tiene un aproximado de 150 empleados.

3.1.6.2 Universo

El universo estuvo conformado por toda la información y normativa que se encuentra disponible respecto al tratamiento tributario y el comercio electrónico en el Perú.

3.1.6.3 Población

Según (Hernández et al., 2014) “son el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (pág. 174)

Está constituida por la documentación contable y financiera de la empresa CONTUGAS SAC. relacionada con las transacciones de comercio electrónico:

- a) Plan de implementación de Comercio Electrónico
- b) Registros contables financieros

3.1.6.4 Muestra

Según (Hernández et al., 2014) “la muestra se define como un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de está. (pág. 173)

Selección de la muestra

La muestra no probabilística estuvo constituida por las siguientes aplicaciones de comercio electrónico adoptadas por la empresa CONTUGAS, y las transacciones realizadas durante el año 2018:

- 1) *Open Smartflex*. Constituido por 54,871 licencias del sistema OPEN SMARTFLEX más un paquete adicional de 10,000 licencias para soportar la proyección de ventas del presente año.
- 2) *Provisión de servicios de aplicación (ASP)*. Licencia de utilización de programas de instrucción para ordenadores, que aloja aplicaciones en sus propios recursos (servidores), en beneficio de sus usuarios. Representa soporte asistencial las empresas para que pueda realizar transacciones en general para su negocio.
- 3) *Servicio de alojamiento web* (hosting 2018 – 2019) la empresa la cual brindará este servicio será la colombiana “APLYCA SAS” para la continuidad de su plataforma (página web y blog).

3.1.7 Técnicas e instrumentos para la investigación

Entrevista. Se aplicó una entrevista basada en un cuestionario no estructurado a los gerentes del Área de Logística y Contabilidad, debido a que estas personas están a cargo del área coordinadora de la gestión de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC. las preguntas están agrupadas en seis niveles de conocimiento:

Observación directa. Observación de los aspectos contables. El autor de este estudio obtuvo la información a través de observación participante pasiva. La observación reúne los tres requisitos: a) ha sido constante, b) controlada utilizando instrumentos de observación preparadas para ello y c) Con relación de la teoría, para permitir la interpretación de la realidad observada.

Análisis documental. Se realizó la investigación documental basándonos en el estudio de casos con la finalidad de perfeccionar el conocimiento de sus características, apoyados en investigaciones previas, información y datos de fuente impresa, o electrónica.

3.1.8 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

La información necesaria será recopilada, por el autor:

1. Se empleará la recopilación de información en base a lo tipificado en la normatividad peruana y extranjera, teniendo en cuenta que la información será obtenida de medios oficiales.
2. Aplicación de cuestionario de preguntas.

3.1.9. Descripción de las variables

3.1.9.1. Variable Independiente

Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio Electrónico.

Definición conceptual

Se refiere a la legislación del impuesto a la renta que a nivel internacional y en los ámbitos nacionales permite regular el comercio internacional que se transa a través de Internet y otras redes digitales.

Definición Operacional

Tabla 2. Variable independiente, dimensiones e indicadores

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems del Instrumento
Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico.	Ámbito Internacional	Normas Internacionales	Análisis documental
	Ámbito Nacional	Ley del IR	Análisis documental

Fuente: elaboración propia

3.1.9.2 Variable Dependiente

Operaciones de comercio electrónico de la Empresa CONTUGAS SAC.

Definición Conceptual

Son las operaciones comerciales que realiza la empresa CONTUGAS SAC mediante el uso de herramientas y recursos digitales y que constituyen procesos de comercio electrónico posibles de ser gravados.

Definición Operacional

Tabla 3. Variable dependiente, dimensiones e indicadores

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems del Instrumento
Operaciones de comercio electrónico de la Empresa CONTUGAS SAC	Operaciones de comercio electrónico	Plan de implementación	Observación análisis documental
		Proceso de Selección de Aplicaciones	
		Adopción de los servicios digitales	
	Obligaciones tributarias	Comprobante de aplicación del IR	Observación análisis documental

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Operacionalización de las variables

Variabes	Conceptos	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumento
Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el Comercio electrónico	Se refiere a la legislación que a nivel internacional y en los ámbitos nacionales busca regular las relaciones comerciales que se transan a través de Internet y otras redes digitales.	Ámbito Internacional	Normas Internacionales	Análisis documental
		Ámbito Nacional	Ley del Impuesto a la Renta	Análisis documental

Operaciones de comercio electrónico de la empresa CONTUGAS SAC	Son las operaciones comerciales que realiza la empresa CONTUGAS SAC mediante el uso de herramientas y recursos digitales y que constituyen procesos de comercio electrónico posibles de ser gravados.	Operaciones de comercio electrónico	Plan de implementación	Entrevista / Cuestionario Observación Análisis documental
			Proceso de Selección de Aplicaciones	
			Adopción de los servicios digitales	
		Obligaciones tributarias	Registros electrónicos de Operaciones contables	Observación Análisis documental

Fuente: elaboración propia

3.1.10 Fiabilidad de la investigación

3.1.10.1 Análisis de la base doctrinaria de la aplicación del Impuesto a la Renta y el Comercio Electrónico.

Tabla 5. Base doctrina

Referencia	Fuente específica
Decreto Supremo <u>159-2007-EF. 2007</u>	Condiciones del servicio digital para constituir en renta de fuente peruana: Según el Art. 4-A, se define el servicio digital como el tipo de servicio al que accede un usuario mediante Internet o de
DS. N.° 122-94-EF (1994) Condiciones y requisitos <u>de los servicios digitales</u>	El servicio digital se expresa en la concurrencia de estos supuestos: Cuando se presenten las condiciones en la que un contribuyente o una persona jurídica sean pasivos de ser gravable, y en las que ambos estén radicados en el país, es de suponer que el afectado por rentas de tercera categoría que usa un servicio digital lo utiliza económicamente en el país. En conceptos <u>relacionados con actividades comerciales de intermediarios que</u>

Nota. Fuente: Elaboración propia.

3.1.10.2 Aplicación del Impuesto a la Renta en los servicios digitales de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC en 2018.

Tempranamente, los legisladores peruanos, a través del Decreto Supremo N. ° 122-94-EF (1994), reconoce la importancia de regular y cautelar los impuestos que se aplican a la renta; señalando las condiciones de las fuentes del impuesto, su ámbito de aplicación; localización y los tipos de servicios digitales a los que se aplica. Mediante una norma concomitante, también establece el concurso de tasas a aplicar cuando se gravan estos servicios, y el cuerpo de sanciones que permite cautelar las transacciones cuando se establecen negociaciones digitales. En este cuerpo legal el Perú incorpora principios que las Instituciones Internacionales (OCDE) ha establecido con la finalidad de proteger y cautelar las rentas que provengan de las transacciones digitales.

En la medida que los negocios electrónicos se han insertado en todos los resquicios de la economía internacional, y también porque las empresas peruanas utilizan y aprovechan de manera exponencial las capacidades de comunicación e intercambio de bienes transables (virtuales y reales) la autoridad tributaria peruana no solo actúa como un agente recaudador, sino como un elemento promotor de los negocios en la red, reconociendo su importancia estratégica.

La empresa CONTUGAS SAC necesitaba potenciar su marca y sus servicios con miras a la captación de clientes y fidelizar a los que ya cuenta, por lo cual se tomó la decisión de contar con páginas web que les ayuden al desarrollo de su actividad comercial; no tan solo para obtención de clientes si no para la optimización de recursos y procesos el cual mejore la actividad empresarial tanto con buen impacto hacia lo clientes, las empresas del sector, el estado y la población donde se lleva a cabo la concesión otorgada por el estado.

Para el desarrollo de este proceso de adopción de servicios digitales se realizaron a través de estas etapas: 1) la construcción de una página web, 2)

Automatización de una parte de sus procesos de negocios y 3) adopción de procesos comercio electrónico en la empresa. (Tabla 6)

Tabla 6. Proceso de adopción de comercio electrónico en CONTUGAS S.A.C.

Macro proceso	Criterios	Procesos	Funcionalidad
Comercio electrónico en CONTUGAS SAC	La de adopción de servicios digitales en la empresa CONTUGAS SAC forma parte de un desarrollo tecnológico paulatino que inicio en la construcción de un espacio web, y se ha estructurado en la medida que la empresa ha requerido fortalecer su posicionamiento comercial en Internet.	1) Construcción de una página web	Adquisición de un Hosting, el uso de un dominio y el diseño de un sitio web basado en recursos tradicionales, con poca presencia y posicionamiento en la red. El sitio web tiene poca o nula interactividad cumpliendo un papel meramente informacional.
			Limitado número de enlaces con entidades de afuera de la empresa
			El diseño de interface y la navegación está limitado en base a un diseño simple.
	La fuente de información ha sido el Área de Coordinación encargada del desarrollo de comercio electrónico de CONTUGAS SAC.	2) Incremento de los procesos y aplicaciones automatizadas relacionadas con las operaciones comerciales de la empresa.	El sitio web integra una mayor funcionalidad al conectar a una base de datos, lo que proporcional mayor interactividad, y en la medida que los procesos de soporte, seguridad y transacción de la data se asociación a las operaciones de la empresa.
			El sitio web al incrementar sus capacidades y funcionalidad se convierte en una página web integrada a la red.
		3) Servicios digitales basado en e-commerce se integral	La empresa articula parte de sus actividades comerciales a la web, de modo que el sitio web se

		al núcleo del negocio de la empresa.	consolida como una herramienta dinámica.
			Los procesos más complejos, con autorizaciones de acceso e interacción con servicios de terceros requieren la implementación de mejores niveles de seguridad
			Inicia la etapa de procesos automáticos de negocio electrónico, que requieren el alineamiento de las áreas de marketing, logística, contabilidad y tecnología de la empresa.

Nota. Fuente: Información recabada de la entrevista al personal del Área de Logística de. CONTUGAS S.A.C. (2018). Diseño: Elaboración propia.

Por otro lado, se requería tener avance en la tecnología para la captación de nuevo personal en una plataforma fácil, sencilla y practica que le permita obtener el mejor talento humano.

La empresa CONTUGAS SAC considera el artículo 6° del Decreto Supremo N . ° 179-04-EF (2004) y cumple con lo que señala esta norma, en el sentido que asumir el impuesto cuando este se aplica sobre las rentas producidas por la empresa en el país.

Adicionalmente, la empresa es consiente que, como el servicio digital adquirido a un operador no domiciliado en el país, se ha consumido en el Perú, corresponde en cuanto constituye rentas de fuente peruana, cumplir con la obligación de pagar el impuesto a la renta por parte de CONTUGAS SAC.

Asimismo, CONTUGAS SAC se acoge al artículo 4°-A del Reglamento (D.S. N . ° 179-04-EF, 2004), cuando adquiere diversos tipos de servicios digitales. Dentro de este contexto la Empresa CONTUGAS SAC cuenta con la

posibilidad de utilizar los servicios digitales a los que tiene acceso:

a) Actualización de software: Cuando los Programas de software adquiridos por la empresa requieren modernizaciones o actualizaciones. Esta asistencia es vía web y se da en línea.

b) Asistencia técnica a la empresa en línea: El operador provee un soporte en línea, para la solución de problemas técnicos de software, reconexión, remisión de documentación. También provee comunicación con personal especializado a través de mensajería electrónica.

c) Almacenamiento (Data Hosting): la empresa podrá almacenar parte de su información sensible en un servidor especializado que brinda el operador (host).

d) Servicio de hospedaje (Hosting): El operador provee a la empresa de una autorización (licencia) de uso de software. El programa se utiliza desde servidores del operador, quien provee además el soporte tecnológico.

e) Adquisición de una aplicación en Línea: Conocido como Application Service Provider – ASP. En este caso la empresa adquiere de un proveedor la aplicación; y obtiene una licencia de uso. Esta licencia es para el uso específico de un software. Éste está alojado en servidores del operador. Entre los beneficios adicionales está el de asistencia, posibilidad de autorizar transacciones diversas que sean objeto del negocio a la empresa en beneficios de terceros clientes.

f) Servicios de consultoría. La empresa podrá ofrecer servicios profesionales de consultoría a través de diversos servicios tecnológicos basado en internet; mensajería electrónica, video interactivo entre otros.

g) Página web interactiva. Este servicio es ofrecido por el operador web para que la empresa permita la suscripción a información digital en línea de sus servicios; con la posibilidad de que los clientes puedan acceder a bienes o servicios ofrecidos.

h) Página en línea para adquisición y comercialización. A través de este servicio la empresa almacena una lista de proveedores de bienes o servicios. El administrador de la página almacena esta información en un servidor.

En suma, la empresa CONTUGAS SAC, importa servicios de tecnología brindadas por empresas no domiciliadas en territorio nacional utilizando como medio el comercio electrónico en sus operaciones, y como la normativa en legislación tributaria, incide en estas operaciones, en especial el tratamiento respecto al IR. La empresa CONTUGAS S.A.C recurre a lo tipificado el reglamento de la ley del IR. Se basa en el artículo 4°-A del mismo (D.S. N. ° 179-04-EF, 2004),

3.1.10.3 Incidencia de la Aplicación del Impuesto a la Renta en los servicios digitales de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC en 2018.

Servicios digitales adoptados. La empresa CONTUGAS SAC ha adoptado 03 tipos de servicios en donde el IR incide en sus operaciones de e-commerce:

a) *Open Smartflex.* Actualmente se tienen consumidas 54,871 licencias del sistema OPEN SMARTFLEX (empresa colombiana) por lo que se hace imprescindible comprar un paquete adicional de 10,000 licencias para soportar la proyección de ventas del presente año. El objeto contractual es la Adquisición de 10,000 licencias del sistema OPEN SMARTFLEX.

b) *Adquisición de una aplicación en Línea.* Conocido como Application Service Provider – ASP. En este caso la empresa adquiere de un proveedor la aplicación; y obtiene una licencia de uso. Esta licencia es para el uso específico de un software. Éste está alojado en servidores del operador. Entre los beneficios adicionales está el de asistencia, posibilidad de autorizar transacciones diversas que sean objeto del negocio a la empresa en beneficios de terceros clientes. La empresa CONTUGAS S.A.C. solo tiene una sola fuente de reclutamiento y aún no se han efectuado estrategias que permitan posicionar a la empresa como marca empleadora. Al utilizar estos servicios digitales la empresa está potenciando la marca empleadora de la

empresa y contar con otra fuente de reclutamiento, a través de la plataforma más usada por los profesionales. LINKEDIN (empresa irlandesa). En el mes de enero del 2017 se solicitó los servicios de la empresa “LINKEDIN IRELAND”, la que emitió con fecha 13 de enero la factura 00065 por 4,500.00 dólares americanos, que fueron cancelado ese mismo día con la retención pertinente por actividades contratadas con un no domiciliado. El pago Pago de impuesto a la renta no domiciliado ha sido de: 1,350.00 dólares americanos. La prestación del servicio prestado por la empresa LINKEDIN está sujeto a una retención del impuesto ya que el servicio utilizado por la empresa usuaria (CONTUGAS SAC) se dan por de forma automatizada, se accede a su propia plataforma virtual. Se dan las condiciones de

c) automatización y uso del tecnológico de información, lo que califica como servicio digital para todo efecto tributario. Este servicio que provee el operador del sitio web, permite a la empresa acceso a una página interactiva que permite “colgar” contenido digital variado, que suma al valor agregado a la información que la empresa que ofrece a sus usuarios potenciales.

d) *Alojamiento web*. La empresa CONTUGAS S.A.C. requirió realizar la renovación del servicio de alojamiento web (hosting 2018 – 2019) para la continuidad de su plataforma (página web y blog), la empresa la cual brindará este servicio será la colombiana “APLYCA SAS”:

1. En el caso de la página web cumple el objetivo de fidelizar a los clientes y conseguir a nuevos de ellos. Por otra parte ayuda a que la empresa sea visible en los buscadores de internet, ya que es necesario contar con estos para el contacto constante con los clientes para que ellos puedan consultar en cualquier momento o ver los servicios y promociones que tiene la empresa a cualquier hora, ya que la empresa quiere generar un proceso de feedback con sus clientes con el cual ellos puedan dejar su opinión, dudas o quejas sobre algún servicio brindado por la empresa, ya que es importante respetar todas las opiniones y estar atentos a todos los casos.

2. El blog informativo está dirigido a los colaboradores de “CONTUGAS” donde ellos puedan ver los beneficios generados por la empresa para ellos,

también brinda información sobre los programas de sostenibilidad que tiene la empresa con su entorno social en el departamento de Ica y por último tiene la finalidad de mantener conectado e informado sobre todos los eventos que surgen en la actividad que genera la empresa.

3. Durante el mes de marzo del 2018 se contrató a la empresa colombiana “APLYCA SAS” , la misma que emitió con fecha 13 de marzo la factura 1813 por 5,190.00 dólares americanos, que fueron cancelado ese mismo día con la retención pertinente por actividades contratadas con un no domiciliado. El Pago de impuesto a la renta no domiciliado fue de: 2,224.29.00 dólares americanos.

3.1.10.4 Resultado de la aplicación de la Entrevista sobre los beneficios del e - commerce en la empresa CONTUGAS SAC.

La entrevista estuvo compuesta por preguntas abiertas distribuidas en 06 categorías. El instrumento fue aplicado a dos funcionarios de la empresa, que están relacionados con las operaciones de Comercio electrónico y las transacciones de pago de los aspectos tributarios. Se seleccionaron las respuestas más relevantes de cada categoría y se otorgó una valoración de acuerdo con su nivel de relevancia (Tabla 7):

1. El punto de vista de los beneficios del e-commerce. La valoración total de la percepción de los funcionarios entrevistados sobre los beneficios de los servicios electrónicos adquiridos por la empresa CONTUGAS SAC es “Media” (22), correspondiendo la menor valoración a lo relacionado con la seguridad. Sin embargo, los entrevistados le asignan una valoración “Muy Alta” a los bajos costos de implementación, la posibilidad de expandir el mercado y los costos asequibles de comercialización.

2. Percepción de los beneficios de la TIC. La valoración de los beneficios de la TICS correspondió a “Alta” (28), por la estimación de la importancia que le otorgan a la simplificación de los procedimientos administrativos, a las mejoras en los procesos de comunicación, la relación con los clientes y proveedores.

3. *Percepción de la Buena disponibilidad organizacional.* Buena disponibilidad se refiere a la capacidad y estado de preparación de un país para participar en el mundo electrónico. Esta categoría ha merecido una valoración en conjunto de “media” (19), esto por a la falta de una política sostenible relacionada con el cambio tecnológico de la organización (que corresponde a una valoración “media”), a una relativa alineación de la gestión en TICS con los objetivos estratégicos y las limitaciones para aplicar una estrategia efectiva en la gestión del cambio tecnológico.

4. *Indicadores de percepcion Buena disponibilidad del entorno.* La valoración general de este indicador ha sido “Media” (23) acercandose a una valoración “Alta”. Según los entrevistados, los clientes a los que llega la empresa se encuentran están listos para adoptar el comercio electrónico. Según la información brindada por la Gerencia General el nivel de interacción con su público objetivo y la eficacia de las operaciones se ha visto incrementada en un 13.5% respecto del año 2017. La empresa ha reaccionado a la competencia respecto al e-commerce, y hay la percepción que los proveedores también se encuentran preparados para interrelacionarse con la empresa en el entorno digital. Es “alta” la percepción sobre la efectividad de las leyes peruanas que protegen la privacidad del consumidor online y los delitos informáticos.

5. *Indicadores de percepcion Buena disponibilidad y el contexto internacional.* Los funcionarios entrevistados perciben que la Legislación tributaria favorece las transacciones de Comercio electrónico, (“Muy Alta”); especialmente porque estas regulaciones se encuentran amparadas por las organizaciones de comercio internacional más importantes, y por las leyes nacionales de la mayoría de los países En el caso de nuestro país, mediante la norma tributaria especifica que es la Ley del IR y su Reglamentación. La percepción es “Alta” respecto al rol de las instituciones financieras peruanas, señalando que estas están a la vanguardia para dar soporte a las transacciones electrónicas en nuestro país. Asimismo, las transacciones de

dinero online son con costos bajos y implementación sencilla, aunque aún limitados en el Perú, han merecido una valoración “Alta” por la evolución que han tenido en estos años. Los funcionarios en materia tributaria están de acuerdo que se fortalezca el objetivo y el compromiso que debe llevar a impulsar el correcto desarrollo del e-commerce, en especial en el rol que juega la SUNAT y otras instituciones financieras reguladoras.

6. Indicadores de Buena disponibilidad y el marco institucional. La Regulación internacional del Comercio electrónico garantiza los procesos tributarios de las transacciones digitales ha merecido una valoración “Alta” en la percepción de los responsables de la empresa. Por su lado, sostiene que el Perú aún tiene limitaciones en la captación de rentas por las actividades de Comercio electrónico, por su condición de País no productor de tecnología

Tabla 7. Resultados de la entrevista sobre los beneficios del comercio electrónico en CONTUGAS S.A.C.

Muy Baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
1-8	9-16	17-24	25-32	33-40

Variables	Preguntas	Respuestas	Valoración					Total
			Muy Baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta	
			1	2	3	4	5	
Operaciones de comercio electrónico de la	Percepción de los beneficios del Comercio electrónico	Mejora la imagen de la empresa en el sector	-	-	-	X	-	22
		los costos de implementación son bajos	-	-	-	-	X	
		Es seguro, pero se debe invertir en seguridad	-	-	X	-	-	
		Permite el crecimiento del negocio.	-	-	-	-	X	

	Reduce los costos de comercialización.	-	-	-	-	X	
	Permite agilizar los procesos administrativos	-	-	-	-	X	
	Es una herramienta para la toma de decisiones	-	-	-	X	-	
Percepción de los Beneficios de las TIC	Mejoran los niveles de coordinación	-	-	-	-	X	
	La interacción con clientes y proveedores es fluida	-	-	-	-	X	28
	Mejora el trato al cliente	-	-	-	-	X	
	Mejora y optimiza el uso de los recursos	-	-	-	X	-	
Percepción de Buena disponibilidad (*) organizacional	Se realizan cambios tecnológicos con frecuencia	-	-	X	-	-	
	La gestión de la información tecnológica se encuentra alineada con los objetivos empresa	-	-	X	-	-	
(*) Se refiere a la capacidad y estado de preparación para participar en el contexto interconectado.	Se presenta una correcta estrategia de las aplicaciones obtenidas, que causen un impacto tecnológico positivo a la compañía	-	-	X	-	-	19
	Los accionistas apoyan los cambios tecnológicos de medio y bajo costo.	-	-	X	-	-	
	Los niveles alto y medio tienen capacitación informática aplicada	-	-	-	X	-	

	Los empleados cuentan con la alfabetización informática apropiada	-	-	-	X	-
	Solo algunos empleados tienen predisposición ante los cambios tecnológicos.	-	X	-	-	-
	Según la información brindada por la Gerencia General el nivel de interacción con su público objetivo y la eficacia de las operaciones se ha visto incrementada en un 13.5% respecto del año 2017.	-	-	-	X	-
	Nuestra empresa es consciente los negocios avanzan hacia el e-commerce	-	-	X	-	-
Indicadores de Buena disponibilidad del entorno	Contamos con proveedores competentes y calificados, capaces de brindar un servicio de e-commerce de calidad	-	-	-	X	-
	Existe una normativa tributaria que permita proteger de una manera altamente positiva al consumidor online	-	-	-	X	-
	Existe una eficaz normativa tributaria, para evitar y combatir los delitos informáticos	-	-	-	X	-
	La configuración de telecomunicaciones cuenta con la seguridad necesaria para el Comercio electrónico.	-	-	-	X	-

23

Tratamiento tributario del comercio electrónico		La Legislación tributaria favorecen las transacciones de Comercio electrónico	-	-	-		X
	Indicadores de Buena disponibilidad y el marco institucional	Las empresas pertenecientes al sector financiero están preparadas para dar un correcto soporte a las transacciones electrónicas	-	-	-	X	-
		Los pagos efectuados mediante medios magnéticos son de baja cuantía y de sencilla implementación	-	-	-	X	-
		Las entidades gubernamentales muestran un activo interés por promover el comercio electrónico	-	-	-	-	X
	Indicadores de Buena disponibilidad y el contexto internacional	La Regulación internacional del Comercio electrónico garantiza los procesos tributarios de las transacciones digitales.	-	-	-	-	X
		Las condiciones del Perú como país no productor de tecnología limitan la captación de rentas.	-	-	-	X	

27

Nota. Entrevistas realizadas a los funcionarios del Área de Operaciones, Logística y Contabilidad de CONTUGAS SAC. (2018). La escala de valoración de las dimensiones en estudio fue adaptada del aporte realizado por la Dra. Dione L. Muñoz Rosas (Docente –ULADECH Católica) en el trabajo de investigación de Pérez Guimaraes, Mirna (2016).

3.1.10.5 Evaluación del proceso del e-commerce en la empresa CONTUGAS SAC.

El proceso de adopción por parte de CONTUGAS SAC se ha articulado en tres componentes: a) Plan de Implementación de Comercio Electrónico impulsado por el Área encargada. b) Proceso de selección de aplicaciones, c) Adopción de los servicios digitales y e) Registros electrónicos de Operaciones contables de Comercio Electrónico. Se analizan los procesos declarados y se ha asignado una valoración, de acuerdo a su nivel de cumplimiento, por parte de las áreas responsables (Tabla 8):

a) Plan de Implementación de Comercio electrónico.

1. Involucramiento de la Alta gerencia en el proceso de innovación. Se evalúa con una valoración “alta” el compromiso de la alta gerencia respecto a la incorporación del comercio electrónico, en determinados procesos críticos de la organización.
2. Evaluación de los Factores internos. Los factores internos que incluyen procesos técnicos, Dirección, gestión financiera que participan en el proceso de innovación se identificaron adecuadamente. (“Alta”)

b) Revisión del Plan Estratégico.

1. Plan de posicionamiento. Del análisis se deriva que este plan deberá adecuarse para incorporar el entorno web como componente crítico en su estrategia comercial. Esto requiere una sostenida revisión de los procesos, recursos y la visión de CONTUGAS SAC. El Plan no recoge un objetivo estratégico suficientemente desarrollado. Ha merecido una valoración “Media”.
2. Análisis de las Necesidades de Información. Los recursos información requeridos para la adecuación de CONTUGAS SAC al Comercio Electrónico, han sido adecuados, sin embargo, se deberá realizar un análisis adicional para alinearlos con los sistemas de información que hay en el mercado.

c) Proceso de Selección de Aplicaciones.

1. Se evalúan los componentes que faciliten la gestión de riesgo en las transacciones online. Se valoró “Alta”, que se evidencia a través del procedimiento que la empresa ha utilizado para delimitar las aplicaciones digitales, teniendo en cuenta, asimismo, las regulaciones contempladas en la norma tributaria.

2. Presencia de la CONTUGAS SAC en Internet. La adopción de las aplicaciones digitales por parte CONTUGAS SAC, es concordante con las actividades de promoción o posicionamiento en Internet. Merece una valoración “Alta”.

3. Factores externos. inciden en la adopción de Comercio Electrónico; determinados factores; entre ellos aquellos que son impuestos desde el exterior de CONTUGAS SAC: avances en la conectividad, sostenibilidad, garantías y seguridad. Asimismo, Normas legales nacionales e internacionales relacionadas con la Legislación tributaria específica relacionada con las operaciones de comercio electrónico. (Ley del IR, Reglamentación SUNAT, entre otras). El proceso de reconocimiento de estos factores se evaluó como “Alta”.

d) Adopción de los servicios digitales.

La empresa CONTUGAS SAC adopto aplicaciones digitales en donde el IR incide en sus operaciones de comercio electrónico. Las aplicaciones adoptadas, se encuentran debidamente alineadas a los siguientes objetivos organizacionales: a) Optimizar los procesos internos de gestión documentaria, digitalización de la información y comunicación, b) Implementar un sistema digital de reclutamiento de recurso humano, y c) Potenciar la presencia digital y el posicionamiento de imagen en Internet. Ha merecido una valoración de “Muy alta”.

e) Registros electrónicos de Operaciones contables de Comercio Electrónico

La evidencia contable de las transacciones de comercio electrónicos se muestra a través de los registros digitales del sistema de gestión electrónicos. HA merecido una valoración de “Muy Alta”.

Tabla 8. Evaluación del comercio electrónico en la empresa CONTUGAS S.A.C.

Ítems	Evaluación documental	Análisis	Valoración					Valoración				
			Plan de Implementación y Proceso de selección de aplicaciones					Adopción de los servicios digitales y Registros electrónicos de Operaciones contables de Comercio Electrónico				
			Muy Baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta	Muy Baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
		<i>Involucramiento de gerencia en el proceso de innovación.</i>	1	2	3	4	5	[1 -2]	[3 - 4]	[5 - 6]	[7- 8]	[9-10]
1	Plan de Implementación de Comercio electrónico.	El grado de liderazgo de la gerencia en el desarrollo de la implementación del Comercio Electrónico, expresado en una visión clara, alineándose a la mejor practica de una efectiva tecnología que permita lograr los objetivos propuestos por la empresa	--	--	--	X	--	--	--	--	--	--
		<i>Factores internos</i>	--	--	--	X	--	--	--	--	--	--

Son los procesos internos que pueden afectar la adopción de tecnologías para el desarrollo de un ambiente digital.

Evaluación del Plan Estratégico

Este plan requiere alinearse a la adopción de tecnologías web como recurso estratégico del negocio de la empresa.

-- -- X -- -- -- -- -- --

Plan de posicionamiento.

La presencia de la empresa en el entorno web requiere ser alineada, Es necesario reforzar el diseño y desarrollo de la imagen comercial en ese entorno, lo que representa una evaluación constante de estos elementos.

-- -- X -- -- -- -- -- --

Análisis de las Necesidades de Información.

El proceso de adecuación requiere un adecuado análisis de los recursos que se deberán implementarse en el desarrollo del negocio electrónico de CONTUGAS.

-- -- -- X -- -- -- -- -- --

	<p><i>Los niveles de seguridad de la plataforma web y la conectividad se evalúan para establecer un nivel de confianza aceptable en las transacciones.</i></p>	--	--	--	X	--	--	--	--	--	--
	<p><i>Presencia web.</i></p> <p>La presencia web requerirá la articulación entre la organización real y la propuesta virtual. Ambas deberán estar sintonizadas.</p>	--	--	--	X	--	--	--	--	--	--
2	<p><i>Selección de Aplicaciones.</i></p> <p><i>Factores externos.</i></p> <p>En el proceso se identifican los factores de fuera de la empresa; y el nivel de influencia en la implementación de Comercio Electrónico: se considera entre los factores más importantes las Normas legales nacionales e internacionales relacionadas con la Legislación tributaria específica.</p>	--	--	--	X	--	--	--	--	--	--
3	<p><i>Adopción de los servicios digitales</i></p> <p>La empresa CONTUGAS SAC adopto tres servicios digitales:</p> <p>a) Open Smartflex</p>	--	--	--	--	--	--	--	--	--	X

-
- b) Adquisición de una aplicación en Línea. Conocido como Application Service Provider – ASP
 - c) renovación del servicio de alojamiento web (hosting 2018 – 2019)
-

4	<i>Registros electrónicos contables de Comercio Electrónico</i>	Registros contables de las retenciones por actividades contratadas con un no domiciliado. Provisto por el Sistema de procesamiento de Operaciones contables. Área de Logística. Contugas S.A.C. (2018)	--	--	--	--	--	--	--	--	X
---	---	--	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Nota. Fuente: Sistema de procesamiento de Operaciones contables. Área de Logística. CONTUGAS S.A.C. (2018). La escala de valoración de las dimensiones en estudio fue adaptada del aporte realizado por la Dra. Dione L. Muñoz Rosas (Docente, ULADECH Católica) en el trabajo de investigación de Pérez Guimaraes Mirna (2016).

3.1.10.6 Matriz de Evaluación de las variables

En la Tabla 9, se ha volcado la valoración del proceso de adopción de Comercio electrónico de la Empresa CONTUGAS SAC; estableciendo la valoración total de las variables Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico en la Empresa CONTUGAS SAC.

Respecto a la primera variable, Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico, se ha valorado como “Alta” (8) a partir del análisis realizado en las Tabla 7 y Tabla 8.

Respecto a la Segunda variable, Operaciones de comercio electrónico de la Empresa CONTUGAS SAC, se ha valorado como “Muy Alta” (18) a partir del análisis realizado en las Tabla 7 y Tabla 8.

La Determinación de las Variables por la consolidación de los valores, es de “Alta” (26)

Tabla 9. Matriz de evaluación de variables

Variable	Dimensi ones	Indicador es	Valoración de la Variable					Valoración de Los indicadores	Determinación de las Variables								
			M uy Ba ja	Ba ja	Me dia	Al ta	M uy Al ta		M uy Ba ja	Me dia	Al ta	M uy Al ta					
			1	2	3	4	5		1- 8	9- 16	17- 24	25 -	32 -	33 40			
Tratamiento tributario del comercio electrónico	Ámbito	Normas						9- 1 0	Mu y Alt a								
	Internac ional	Internacio nales	--	--	--	X	--	7- 8	Alt a								
	Ámbito	Ley del Impuesto						5- 6	Me dia								
	Nacional	A la Renta	--	--	--	X	--	3- 4	Baj a	--	--	--	26	--			
comercio electrónico de comercio	Operacio nes de comercio	Plan de implemen tación	--	--	--	X	--	1 8	1 7- 2 0	Mu y Alt a							

electrónico							1 3- 1 6	Alt a
Proceso de Selección de Aplicaciones	--	--	--	X	--		9- 1 2	Me dia
Adopción de los servicios digitales	--	--	--	--	X		5- 8	Baj a
Obligaciones tributarias Ámbito Internacional	Registros electrónicos de Operaciones contables de Comercio Electrónico	--	--	--	X		1- 4	Mu y Baj a

Nota. Fuente: Sistema de procesamiento de Operaciones contables. Área de Logística. CONTUGAS S.A.C. (2018) – Diseño: elaboración propia. La escala de valoración de las dimensiones en estudio fue adaptada del aporte realizado por la Dra. Dione L. Muñoz Rosas (Docente, ULADECH Católica) en el trabajo de investigación de Pérez Guimaraes, Mirna (2016).

CAPITULO IV: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	MES	
	1	2
Elabora proyecto de investigación	X	
Modificaciones al proyecto de investigación, según correcciones del asesor	X	
Utiliza instrumentos para el acopio de información, con apoyo del asesor	X	
Codifica, tabula e interpreta la información, con apoyo del asesor	X	
Redacta informe final		X
Presenta el informe final		X
Informe del dictamen final		X
Sustenta		X

CAPÍTULO V: PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONCEPTOS	TOTAL	
A. PERSONAL	S/	2,000.00
- Apoyo Especializado	S/	1500.00
- Otros	S/	500.00
B. BIENES	S/	330.00
- Material de escritorio	S/	100.00
- Materiales de impresión	S/	80.00
- Bibliografía	S/	150.00
C. SERVICIOS	S/	330.00
- Movilidad y viáticos	S/	80.00
- Servicios de impresión/empaste	S/	70.00
- Servicios de computación	S/	90.00
- Servicios (copias, teléfono, energía)	S/	90.00
TOTAL	S/	2,660.00

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La normativa tributaria peruana incorpora los principios internacionales establecidos por la “OCDE”, que se diseñaron con la finalidad de establecer estándares: proteger a los clientes y consumidores en las transacciones digitales y precisar los alcances de los impuestos a los bienes digitales que pueden estar sujetos a carga impositiva.

1. Se concluye que los entes peruanos, han ido ajustando la normativa tributaria a las innovaciones tecnológicas, y en especial con respecto a los negocios electrónicos y sus connotaciones. Ya se ha señalado que el Perú, no es exportador de tecnología, pero ha actuado en consecuencia preocupado por cautelar la manera como se aplican los impuestos en un limitado pero importante número de servicios digitales.
2. Se concluye que el régimen tributario actual (la ley del IR y la normativa específica peruana) incide positivamente en las operaciones del e-commerce que desarrolla la Empresa Contugas SAC.
3. Se concluye que la tecnología de la información no solo hace atractivo el uso de estos servicios en términos de acceso y costo; permiten también la instantaneidad del acceso, contar con recursos de terceros sin que la empresa tenga que invertir sustancialmente en nuevos activos de computación, ni ampliar estructuras ni componentes importantes de la organización. Los costos en términos relativos permiten a las empresas a incorporar medios digitales con base en plataforma web; con unos evidentes beneficios en término de costo-beneficio. En este orden de cosas; los pagos de los impuestos a la renta, que por estas transacciones se realizan tienen una relación positiva, por cuanto son la expresión que el contexto legal protege y garantiza la estabilidad de las transacciones digitales, y establece una norma que los operadores de los servicios digitales y los usuarios de esos servicios consideran ventajoso.

6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda que el organismo de recaudación tributaria siga promoviendo las charlas de información a la población, sobre los beneficios de los negocios digitales, en términos de las ventajas impositivas, facilidades para establecer transacciones y otros.
2. Se recomienda que la empresa Contugas SAC siga con el desarrollo de su plan estratégico de largo plazo, adquiriendo tecnología de primer nivel, constituyendo así el posicionamiento empresarial con base en el uso de recursos digitales; dadas las ventajas evidentes de estas plataformas.
3. Se recomienda que las entidades peruanas sigan promoviendo las buenas prácticas para el fortalecimiento de la recaudación del IR y que las instituciones promuevan y protejan el comercio electrónico y el desarrollo de empresas productoras de servicios basados en Internet.

CAPÍTULO VII: REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

Acosta, I. (2017). Sistemas de Libros Electrónicos y la evasión de Impuestos en la empresa constructora A & Q E.I.R.L Pucallpa- Perú (tesis). Universidad Privada de Pucallpa, Perú.

Bravo, J. (2003). La renta como materia imponible en el caso de actividades empresariales y su relación con la contabilidad. Cuadernos tributarios, 63-72.

Cárdenas, j (2016) “El comercio electrónico como herramienta de competitividad de las empresas de servicios turísticos del distrito de Cajamarca”. (tesis) Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Perú.

Castañeda, D. (2014). El comercio electrónico frente al derecho tributario ecuatoriano y la falta de regulación, Ciudad de Quito, Año 2014 (Tesis de titulación) Universidad Central del Ecuador.

De la vega, B. (N/a de Febrero de 2008). Ifa-Perú. Obtenido de El comercio electrónico y la tributación: <https://docplayer.es/1226517-El-comercio-electronico-y-la-tributacion.html>

Fernández, A. (2015). Comercio Electrónico (e-commerce): aproximación bibliométrica y económica. (Tesis de maestría). Universidad de extremadura, Extremadura.

Fernández, I. (2003). Regimen tributario del comercio electrónico: perspectiva peruana. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Galeano, M. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín: Universidad EAFIT.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación . Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Joyo, C & Paz Tarazona, N (2016) “Factores que Limitan la Adopción del Comercio Electrónico en las Mypes de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C Parque Cánepa en el emporio comercial de Gamarra”. (tesis) Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- Martinez, L., Mata, F., & Rodriguez, R. (2009). Sistemas de pago seguro, seguridad en el comercio electrónico. *Revista de estudios empresariales* , 63-76.
- Medina, s. (2012) “Análisis de Los Cambios Tributarios que Plantea el Comercio Electrónico En Colombia. Concepto de Establecimiento Permanente Virtual”. (tesis) Universidad San Buenaventura, Bogotá, Colombia.
- Medina, s. (2012) “Análisis de Los Cambios Tributarios que Plantea el Comercio Electrónico En Colombia. Concepto de Establecimiento Permanente Virtual”. (tesis) Universidad San Buenaventura, Bogotá, Colombia.
- Muñoz, S. (03 de Diciembre de 2008). Los servicios digitales como supuesto de renta de fuente peruana. Obtenido de Instituto Peruano de Derecho Tributario:
http://www.ipdt.org/uploads/docs/12_XJorIPDT_SMS.pdf
- Pérez, v. (2016). Comercio Electrónico como una estrategia de negocios en el Municipio de Nezahualcóyotl para las micros y pequeñas empresas (tesis de maestría.) Instituto Politécnico Nacional, México.
- Reategui, M. (N/a de Diciembre de 2012). Contabilidad. Obtenido de La tributación en el Perú: <http://mrtidat.blogspot.com/2012/12/la-tributacion-en-el-peru.html>
- Rose, K., Eldridge, S., & Chapin, L. (2015). La internet de las cosas - una breve reseña. Recuperado de:<https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2017/09/report-InternetOfThings-20160817-es-1.pdf>.
- Taboada, T. (2016). Alcances de la tributación del comercio electrónico on line en Bolivia, Ciudad de La paz, Año 2016, (Diplomado) Universidad Mayor de San Andrés.

Trujillo, t. (2016). E-Commerce para aumentar las ventas de materiales de calzado, en Almacén Belén, Ciudad de Guayaquil, Año 2016 (proyecto de investigación) Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.

Villanueva, C (2012) “Impacto del e-commerce en la auditoría de la gestión empresarial en Organizaciones Comerciales de Lima Metropolitana”. (tesis) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Zegarra, a. (2017). Propuesta de Comercio Electrónico para el Archivo Técnico de la EPS Sedapar S.A. (tesis) Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.

Anexo A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tratamiento tributario del comercio electrónico internacional en CONTUGAS SAC, 2018

Objetivos	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS
Objetivo general Analizar como incide el tratamiento tributario del impuesto a la renta en las operaciones de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC. Lima 2018	Variable Independiente: Tratamiento tributario del impuesto a la renta en el comercio electrónico	Ámbito Internacional	Normas Internacionales	Tipo: Descriptivo explicativo Enfoque. cuantitativo Nivel: descriptivo Método y Diseño: No experimental	Población La documentación contable y financiera de la empresa CONTUGAS S.A.C. relacionada con las transacciones de comercio electrónico: a) Plan de implementación de Comercio Electrónico b) Registros contables financieros.	Ficha de trabajo. Base doctrinaria de la aplicación del Impuesto a la Renta y el Comercio
		Ámbito Nacional	Ley del IR			Ficha de trabajo. Base doctrinaria
Objetivos específicos 1. Determinar de qué manera la legislación tributaria del impuesto a	Variable dependiente: Operaciones de	Operaciones de comercio electrónico	Adquisición de servicios digitales			Cuestionario preguntas abiertas

<p>la renta favorece el desarrollo del comercio electrónico en el Perú.</p> <p>2. Identificar la aplicación del Impuesto a la Renta en los servicios digitales de comercio electrónico en la empresa CONTUGAS SAC Lima 2018.</p>	<p>comercio electrónico de la Empresa CONTUGAS SAC.</p>	<p>Obligaciones tributarias</p> <p>Ámbito Internacional</p>	<p>Constancia de aplicación del impuesto a la Renta</p>		<p>Muestra</p> <p>La muestra no probabilística estuvo constituida por las siguientes aplicaciones de comercio electrónico adoptadas por la empresa CONTUGAS, y las transacciones realizadas durante el año 2018:</p> <p>1) Open Smartflex. Constituido por 54,871 licencias del sistema OPEN SMARTFLEX más un paquete adicional de 10,000 licencias para soportar la proyección de ventas del presente año.</p>	<p>1. Ficha de trabajo. Base doctrinaria</p> <p>2. Ficha de trabajo. Criterios para la aplicación de las Operaciones de comercio electrónico en la Empresa CONTUGAS SAC.</p> <p>3. Ficha de Trabajo. Incorporación de Comercio Electrónico en CONTUGAS SAC.</p> <p>4. Ficha de Trabajo. Resultado de la aplicación de la Entrevista sobre el punto de vista del e-</p>
--	---	---	---	--	--	--

					<p>2) Provisión de servicios de aplicación (ASP). Licencia de uso de programa de instrucción para ordenadores, que aloja aplicaciones en sus propios recursos (servidores).</p> <p>3) Servicio de alojamiento web (hosting 2018 – 2019) la empresa la cual brindará este servicio será la colombiana “APLYCA SAS” para la continuidad de su plataforma (página web y blog).</p>	<p>commerce en la empresa CONTUGAS SAC.</p> <p>5. Ficha de Trabajo. Adopción del Comercio Electrónico en CONTUGAS SAC.</p> <p>Ficha de trabajo Interpretación. Matriz de evaluación de las variables</p>
--	--	--	--	--	---	--