

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**LA DIFERENCIA POR REDONDEO QUE APLICAN LAS TIENDAS COMERCIALES
EN LA ACTUALIDAD Y LA EVASIÓN DE IMPUESTO QUE SE GENERA - 2018**

PRESENTADO POR EL BACHILLER

CARLOS HUMBERTO GARCÍA SALDARRIAGA

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

LIMA, PERU

2020

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, por iluminar mi camino todos los días de mi vida y permitirme ser testigo de tu gloria y tu presencia además de su infinita bondad y amor te agradezco de todo corazón.

A mi madre Carmen Rosa. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por el empuje de querer siempre sea un hombre de fe y de empeño, que siempre me enseñó que en esta vida todo sacrificio cuesta, pero más que nada, por su amor incondicional.

A mi padre Humberto. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante, por enseñarme que en esta vida todos podemos equivocarnos porque no hay un libro de ser el mejor hijo o el mejor padre, pero se aprende con el respeto y la admiración, por ser mi modelo a seguir, por ser mi ejemplo como padre y pareja y por su amor.

A mis familiares. A mi hermana Ana María por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles fue en momentos de mi vida mi maestra por su experiencia; a mi cuñado Rolando por ser esa persona que me oriento por momentos de mi tesis y darme la tranquilidad de ser un buen padre para mis sobrinos Fiorella Joseph y Sofía.

AGRADECIMIENTOS

A mi Maestro Carlos Tinoco, Por su gran apoyo y motivación para la culminación de mi trabajo de investigación profesional y para la elaboración de esta tesis, por ser ese profesor que lleva la vocación en el corazón y está en todo momento al apoyo del alumnado muchas gracias profesor por todo su apoyo y paciencia con nosotros sus alumnos recuerdo como una vez se lo mencione mi profesor de ley de sociedades II y Dios permitió que sea mi apoyo para este gran paso que estoy dando en mi carrera profesional.

Y a ti. Que a pesar de que no estés a mi lado en la parte final de mi tesis fuiste esa persona que me ayudo a crecer y dejar de ser ese niño como muchas veces me decías, hoy soy un hombre y es el momento de crecer, cada uno cruzo su línea y es difícil pensar en el pasado, siempre deseare lo mejor para ti.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad muchas de las grandes empresas de venta masiva, tratan de maximizar sus ganancias llegando a utilizar mecanismos psicológicos para poder competir con la competencia, llegando a utilizar mecanismo como el redondeo, factor que psicológicamente está comprobado que los clientes son muy susceptibles a la hora de adquirir un producto, dicho estudio demuestra que si a un consumidor le das a elegir dos productos iguales en un mismo local comercial por 100 sol y mismo producto por 99.99 sol, si bien la diferencia es mínima el consumidor optaría por la menor. Por este motivo sería uno de los factores que las empresas hoy en día utilizan este mecanismo.

Explicado de manera breve el redondeo de precio, lo que el cliente desconoce y las empresas conocen es que, en el Perú, INDECOPI organismo que respalda y defiende al consumidor señala que todo importe redondeado es a favor del cliente, que quiere decir que si el cliente elige el producto por 99.99 sol estaría pagando únicamente 99.90 sol y no los 99 centavos de sol caso que en la actualidad no se respeta y más bien terminando redondeando a favor de la empresa.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	iii
INTRODUCCIÓN	iv
INDICE	v
LISTA DE TABLAS.....	ix
LISTA DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO:	1
1. Formulación del problema.....	1
1.1 Problema General:.....	1
1.2 Problemas Específicos:	1
2. Objetivos general y específicos	1
2.1 General.....	1
2.2 Específicos	2
3. Justificación e importancia del estudio.....	2
3.1 Justificación.....	2
3.2 Importancia	2
4. Alcance y limitaciones.....	2
4.1 Alcance.....	2
4.2 Limitaciones	2
4.2.1 Limitación Temporal.....	2
4.2.2 Limitación Espacial.....	3
4.2.3 Limitación Social:	3
4.2.4 Limitación Conceptual:	3

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	4
1 Antecedente de la investigación:.....	4
2 Bases teórico – científicas:.....	32
2.1 Diferencia por redondeo:.....	32
2.2 TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA DECRETO SUPREMO N.º 179-2004-EF (Publicado el 8.12.2004) / CAPITULO VI (De La Renta Neta).	33
2.3 “SUNAT / Reglamento de la ley del impuesto a la renta decreto supremo n° 122-94-EF Capitulo (VI) de la renta neta artículo 21°.- Renta Neta de Tercera Categoría” ..	34
2.4 “INDECOPI: LEY 29571 SEGÚN EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. ARTICULO 44 REDONDEO DE PRECIO”:	42
2.5 “RESOLUCION DE SUPERINTENDENCIA N° 025-2000/SUNAT (PUBLICADO 24.02.2000)”:	42
2.6 “Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado del Código Tributario Decreto Supremo N° 133 – 2013-EF (Publicado el 22 de junio de 2013)”.	47
2.7 “Reglamento de comprobante de Pago, Texto actualizado al 28.05.2018, fecha de publicación de la Resolución de Superintendencia N.º 133-2018/SUNAT REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE PAGO RESOLUCION DE SUPERINTENDENCIA N° 007-99/SUNAT (Publicada el 24.01.1999, vigente desde el 01.02.1999)”	47
2.8 TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA DECRETO SUPREMO N.º 179-2004-EF (Publicado el 8.12.2004) / CAPITULO V (De La Renta Bruta).....	48
2.9 REGLAMENTO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA DECRETO SUPREMO N° 122-94-EF / CAPITULO V (De La Renta Bruta).....	48

2.10 Norma Internacional de Contabilidad 18 Ingresos de Actividades Ordinarias / Caballero Bustamante edición 2012 pág. 295.....	49
2.11 Norma Internacional de Información Financiera 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes.	49
2.12 Norma Internacional de Contabilidad 1 Presentación de Estados Financieros...60	
3 Definición de términos básicos:	63
3.1 Diferencia por Redondeo:	63
3.2 Evasión Tributaria:.....	63
3.3 Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF):.....	63
3.4 Ratios Financieros:.....	63
3.8.1 <i>Liquidez-caja (tesorería)</i>	64
3.5 Redondeo.....	64
3.6 Tipos de Redondeo:.....	64
3.7 Tributo:.....	64
3.8 Unidad Impositiva Tributaria (UIT):	65
CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	66
1. Hipótesis y/o supuestos básicos:.....	66
1.1 Hipótesis General:	66
1.2 Hipótesis Específicas:	66
2. Identificación de Variables o Unidades de Análisis:.....	66
2.1 Variable Independiente:	66
2.2 Variable Dependiente:.....	66
3. Matriz Lógica de Consistencia:	67
CAPÍTULO IV MÉTODO.....	68
1. Tipo y Método de Investigación:.....	68

2. Diseño específico de investigación:	68
3. Población, Muestra o Participantes:	68
4. Instrumentos de Recogida de Datos:	68
5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos:	69
6. Procedimiento para la Ejecución del Estudio:	69
CAPÍTULO V	70
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	70
1. Datos Cuantitativos:.....	70
2. Análisis de Resultados:	70
3. Discusión de Resultado:.....	93
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	94
1. Conclusiones	94
2. Recomendaciones.....	95
REFERENCIAS	97
APÉNDICE	99

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Precio del producto	12
Tabla 2 Conocimiento de la ley 29571 art 44 empresa.....	71
Tabla 3 Conocimiento de la ley 29571 art 44 consumidor	72
Tabla 4 Conocimiento tributario donde se deduce las ganancias o pérdidas por redondeo ...	73
Tabla 5 Posibilidades de evasión tributaria	74
Tabla 6 Beneficiados por el redondeo de precios	75
Tabla 7 Criterio de si debe reflejarse la ganancia o perdida de redondeo en el comprobante de pago.....	76
Tabla 8 Conocimiento tributario si es deducible o no las donaciones de cliente	77
Tabla 9 Existen mecanismos tributarios para controlar los ingresos por redondeo.....	78
Tabla 10 <i>Criterio para la declaración de renta</i>	79
Tabla 11 Criterio para declarar IGV	80
Tabla 12 Conocimiento de si debe o no reflejar en el comprobante a la entidad benéfica.....	81
Tabla 13 Criterios para declarar tributos con el redondeo a favor o en contra del estado.....	82
Tabla 14 Criterio si el margen de ganancia es bajo o no	83
Tabla 15 Conocimiento si se siente obligado o no a donar los centavos	84
Tabla 16 Credibilidad si lo redondeado es lo correcto para el cliente	85
Tabla 17 Diferencia en el arqueo de caja también es por efecto de redondeo.....	86
Tabla 18 Conocimiento si cree o no en el conteo que realiza las máquinas registradoras	87
Tabla 19 Conocimiento si el margen de ganancia anual es baja o alta.....	88

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Conocimiento de la empresa por la Ley 29571.....	71
Figura 2.	Conocimiento del consumidor por la Ley 29571	72
Figura 3.	Conocimiento tributario donde se deduce las ganancias o pérdidas por redondeo.....	73
Figura 4.	Posibilidades de evasión tributaria.....	74
Figura 5.	Criterios de si debe reflejarse.....	76
Figura 6.	Conocimiento tributario si es deductible o no las donaciones de cliente.....	77
Figura 7.	Existen mecanismos tributarios para controlar los ingresos por redondeo.....	78
Figura 8.	Criterio para la declaración de renta	79
Figura 9.	Conocimiento de la empresa por la Ley 29571.....	80
Figura 10.	Conocimiento de si debe o no reflejar en el comprobante a la entidad benéfica..	81
Figura 11.	Criterios para declarar tributos con el redondeo a favor o en contra del Estado ..	82
Figura 12.	Criterio su el margen de ganancia es bajo o no.....	83
Figura 13.	Conocimiento si se siente obligado o no a donar los centavos	84
Figura 14.	Conocimiento de la empresa por la Ley 29571.....	85
Figura 15.	Diferencia en el arqueo de caja también es por efecto de redondeo	86
Figura 16.	Conocimiento si cree o no en el conteo que realiza las máquinas registradoras ..	87
Figura 17.	Conocimiento si el margen de ganancia anual es baja o alta	88

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de la tesis titulado: LA DIFERENCIA POR REDONDEO QUE APLICAN LAS TIENDAS COMERCIALES EN LA ACTUALIDAD Y LA EVASION DE IMPUESTO QUE SE GENERA - 2018, tiene como objetivo principal el saber cómo las empresas evaden impuestos. Podemos pensar que un centavo no afecta al consumidor, pero si lo sumamos por los 32 millones de consumidores nacionales y multiplicados por los 365 días del año estaríamos hablando de ingresos provenientes de vueltos no entregados al consumidor considerables, por no decir también las posibles sanciones que se estaría generando por no brindar el derecho al consumidor de que todo redondeo siempre es a favor del consumidor.

Que, por desconocimiento del consumidor sobre sus derechos, las empresas se aprovechan para lucrar aún más, viendo esta acción desleal al consumir, que no solo puede causar una desconfianza al consumidor, sino también una sanción monetaria por incumplimiento de la norma el cual ampara Indecopi a favor del consumidor.

Es por eso que se busca con este conjunto de teorías, que las empresas entren en conciencia de que no podemos aprovecharnos del consumidor, pues a la larga desprestigia a la empresa y obligamos de forma indirecta a que el consumidor deje de confiar en la marca y vaya a la competencia.

No solamente es cuidar la marca frente al consumidor si no que cada empresa en el país es el motor económico que impulsa la economía y es a través de los tributos, que el estado tiene ejecución de obras que reactiva la economía de un país y respalda cualquier acción pública necesaria.

Palabras claves: Diferencia por redondeo, Tiendas comerciales, Evasión de impuestos.

ABSTRACT

The present work of the thesis entitled: THE DIFFERENCE BY ROUNDING THAT THE COMMERCIAL STORES APPLY IN THE CURRENT TIME AND THE EVASION OF TAX THAT IS GENERATED - 2018, has like main objective the know how the companies evade taxes. We can think that a penny does not affect the consumer, but if we add it for the 32 million national consumers and multiplied by the 365 days of the year we would be talking about income from returns not delivered to the consumer, not to mention the sanction that is I would be committing for not providing the right to the consumer that all rounding is always in favor of the consumer.

That by lack of knowledge of the consumer about their rights, companies take advantage to profit even more, seeing this unfair action when consuming, which can not only cause a mistrust to the consumer, but also a monetary penalty for breach of the rule which protects indecopi consumer's favor

That is why it is sought with this set of theories, that companies enter in consciousness that we cannot take advantage of the consumer, because in the long term we discredit the company and we oblige in an indirect way that the consumer stops trusting in the brand and fence the competition.

Not only is caring for the brand in front of the consumer, but every company in the country is the economic engine that drives the economy and it is through taxes that the state has execution of works that reactivates the economy of a country and supports any necessary public action.

Keywords: Difference for rounding, Commercial stores, Tax evasion.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO:

Hoy en día muchas de las empresas buscan mecanismo para poder evadir impuestos no solo en Lima sino en provincias, sin considerar que esto genera un problema en los ingresos del IGV y el impuesto a la renta, afectando al desarrollo económico del país. Todo esto es producto de varios factores, pero principalmente es la falta de ética de algunas Empresas y la falta de cultura tributaria.

1. Formulación del problema

1.1 Problema General:

- ¿Cómo la diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad puede generar la evasión de impuestos?

1.2 Problemas Específicos:

- ¿De qué manera las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales?
- ¿Es válido que no se refleje esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago?
- ¿La diferencia por redondeo genera evasión tributaria?

2. Objetivos general y específicos

2.1 General

- Establecer como la diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad puede generar la evasión de impuestos.

2.2 Específicos

- Establecer la manera que las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales.
- Establecer si es válido que no se refleje esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago.
- Establecer si la diferencia por redondeo genera evasión tributaria.

3. Justificación e importancia del estudio

3.1 Justificación

El desarrollar esta investigación, es conocer como la diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad puedan estar evadiendo impuestos.

3.2 Importancia

- La importancia de este estudio es que una vez culminado la investigación pueda brindar un aporte significativo a nuestras entidades públicas para regular dicho margen de ganancia.

4. Alcance y limitaciones

4.1 Alcance

El alcance de este trabajo es llegar a determinar cómo las empresas usan el redondeo en los precios como mecanismo para evadir impuestos.

4.2 Limitaciones

4.2.1 Limitación Temporal

- El trabajo de investigación comprende el año 2017.
- El trabajo de investigación se realizó entre agosto y diciembre del 2018

4.2.2 Limitación Espacial

- Este estudio se realizó a tiendas comerciales, tomando como muestra las provincias de Lima, Piura, Chiclayo, Trujillo, Ica, Arequipa, Cuzco.

4.2.3 Limitación Social:

- Este estudio se realizó bajo la muestra de una empresa comercial Casa Ideas Perú, el cual cuenta con el área de contabilidad conformado por una contadora profesional Titulada, tres analistas y dos asistentes contables.

4.2.4 Limitación Conceptual:

- Por acuerdo del concejo Universitario N° 063-2016, sesión del 22.03.16 se aprobó las líneas de investigación de la universidad Ricardo Palma para el periodo 2016-2020, que consta de 8 áreas de conocimiento y 31 líneas generales de investigación en el que está inserto el presente trabajo de investigación, como sigue:
 - Área de conocimiento: Ciencias Económicas y Empresariales.
 - Línea General de Investigación: Globalización, economía, administración, turismo, publicidad y contabilidad.
 - Disciplina: Contabilidad.
 - Área de Disciplina: Tributación

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

1 Antecedente de la investigación:

- Para desarrollo de esta investigación se hizo una búsqueda del tema en diferentes trabajos de tesis de distintas universidades y a la par con publicaciones periódicos.

UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES

AUTOR: Esperanza Quintanilla de la Cruz

TÍTULO: “La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica”.

RESUMEN: “La presente tesis La Evasión tributaria y sus Incidencias en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica, es un tema vigente e importante e importante que cobra interés en estos tiempos en el Perú y latino américa, siendo la evasión tributaria un ilícito que influye en la recaudación fiscal perjudicando al estado, lo cual motivó aplicar técnicas de recojo de datos, como es la técnica de la encuesta mediante el uso de cuestionarios, elaborado con preguntas vinculadas a los indicadores de las dos variables (evasión tributaria y recaudación fiscal), aplicando la encuesta a los gerentes de empresas, quienes con sus respuestas nos significaron aportes para clarificar las interrogantes”.

“Respecto a la estructura de la tesis, esta comprende desde el planteamiento del problema, marco teórico, metodología, resultados, terminando con la discusión, conclusiones y recomendaciones; sustentada por amplia fuente de información de diferentes especialistas de nuestro país y Latinoamérica, quienes con sus aportes ayudaron a esclarecer las dudas que se tuvo, en lo que corresponde a la evasión tributaria y la recaudación fiscal, siendo la primera perjudicial para el país y porque no decirlo, para el mundo”.

“Tal como se puede apreciar en la tesis, también considera diferentes aspectos relacionados con la metodología, que sirvió para su desarrollo, como para el fundamento

teórico, donde se utilizó material especializado para cada uno de las variables, dándole coherencia y claridad al trabajo, en cuanto a la información obtenida en el trabajo de campo, facilito su procesamiento estadístico, presentación gráfica; así como, las interpretaciones y análisis de cada uno de las interrogantes, que ayudaron a determinar su alcance; para luego, presentar la discusión, conclusiones y recomendaciones consideradas como positiva”.

(Quintanilla, 2014)

EL COMERCIO

AUTOR: ANONIMO

TITULO: “Multan a Tottus con más de S/470 mil por redondear precios”

FECHA: 11.08.15/ 06:17 PM

RESUMEN: “Voceros de la compañía informaron que presentaron un recurso de apelación ante la sanción de 122 UIT que les impuso Indecopi. El Indecopi, a través de la Comisión de Protección al Consumidor N° 2, sancionó con 122 UIT (más de S/470 mil) a Hipermercados Tottus S.A. al haberse comprobado que en algunos de sus establecimientos ubicados en Lima y Callao realizaba el redondeo de los precios en perjuicio de los consumidores”. “En comunicación con El Comercio, voceros de la empresa informaron que hoy Hipermercados Tottus presentó un recurso de apelación ante el Indecopi”.

“CONSUMIDORES AFECTADOS”

“Indecopi informó que realizó supervisiones a ocho establecimientos comerciales de Tottus ubicados en la capital, en los que se comprobó que el precio cobrado a los consumidores era superior al consignado para los productos adquiridos a granel”.

“De esta forma, Tottus habría infringido el artículo 44° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que estipula, expresamente, que se encuentra prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, salvo que este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio”.

“Esta multa podrá ser rebajada en un 25%, si es que el proveedor da por consentida dicha sanción y realiza la cancelación de la misma, en un plazo no mayor de cinco días hábiles luego de haber sido notificado, añadió el Indecopi”. (El Comercio, 2015)

EL COMERCIO

AUTOR: ANONIMO

TITULO: “Multan a Inkafarma por redondear precios en agravio de usuarios”.

FECHA: 03.08.15/ 07:39 PM

RESUMEN: “Indecopi sancionó con 4 UIT (S/ 15.400) a empresa tras confirmarse en segunda instancia infracción de filiales de Chiclayo”. “La sala especializada en Protección al Consumidor del Indecopi confirmó, en segunda instancia, la multa impuesta a la cadena de farmacias Inkafarma por aplicar el redondeo de precios en perjuicio de los consumidores en dos filiales de Lambayeque”.

“Tras inspecciones en dos locales de Inkafarma de Chiclayo, la Secretaría Técnica de la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi verificó que el precio cobrado era mayor al consignado para los productos adquiridos y el indicado en el recibo de pago”. “Es decir, los usuarios no recibían el vuelto respectivo por sus compras”.

“De esta forma, el accionar de las farmacias iba en contra del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que prohíbe redondear los precios en perjuicio de los consumidores, salvo que ellos manifiesten su conformidad de forma expresa”.

“Ante los resultados, la sala confirmó la sanción señalada por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Lambayeque y multó a Inkafarma con 4 UIT (equivalentes a S/15.400) además de disponer que la empresa se abstenga de redondear los precios”.

“Conforme al artículo 44 del Código de Protección al Consumidor se encuentra prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, salvo que

este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio”.

“Además, para los efectos de los donativos que se realicen, los establecimientos deben contar con carteles que informen en forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, sin perjuicio del cumplimiento de las demás obligaciones que establezca el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)”.

“Mediante la Resolución N° 1239-2015/SPC-Indecopi, la cual confirma la Resolución N° 0604-2014/Indecopi-Lam, dictada por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Lambayeque, el INDECOPI dispuso la eliminación del redondeo de precios en forma automática en las transacciones de compraventa, siempre que perjudique a los consumidores, y además sancionó a la empresa Eckerd Perú S.A. con una multa de 4 UIT por infracción del artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“En la Resolución N° 1239-2015/SPC-Indecopi, se indica expresamente lo siguiente:

“(…) en el presente caso Inkafarma no ha cumplido con acreditar que los hechos corroborados durante las diligencias de inspección realizadas en su establecimiento no le sean imputables, siendo que si bien en las boletas de venta se consignaba un redondeo (a favor del consumidor) en la práctica finalmente se configuraba un redondeo en perjuicio de él”. “En efecto, se verificó que a pesar de consignarse en los vouchers que el precio final a pagar por el consumidor ascendía a S/ 3,75 en la primera diligencia y S/ 5,95 en la segunda diligencia (precios que ya contaban con un primer redondeo), finalmente se cobró a los consumidores las sumas redondeadas en su perjuicio: S/ 3,80 y S/ 6,00, respectivamente, sin que estos hayan manifestado su consentimiento”

“Por lo tanto, las fracciones de S/ 0.01; S/ 0.02; S/ 0.03 y S/ 0.04 deberán ser redondeadas a S/ 0.00. Mientras las fracciones de S/ 0.06; S/ 0.07; S/ 0.08 y S/ 0.09 deberán ser redondeadas a S/ 0.05”. (El Comercio, 2015)

LA REPÚBLICA

AUTOR: ANONIMO

TITULO: “BCR quita moneda de un céntimo y recuerda que redondeos son a favor del consumidor”

FECHA: 05.01.11/ 11:03 AM

RESUMEN: “Según un comunicado de prensa el Banco Central de Reserva (BCR) informó que debido a que la moneda de un céntimo (S/ 0.01) dejó de ser usado por el público en los últimos años, retirará de circulación dicha moneda a partir del 1 de mayo de 2011”.

“El retiro de monedas de aquellas denominaciones que ya cumplieron su ciclo es una práctica usual a nivel internacional. De esta manera, se contribuye a facilitar transacciones y a evitar costos innecesarios”, “indica la nota del BCR”.

“No obstante, agrega la entidad, se mantendrá la denominación de S/ 0.01 como unidad de cuenta para efectos contables y para las transacciones que se pagan con medios diferentes al efectivo, como es el caso de las tarjetas de débito, de crédito, cheques u otros”.

“El BCR indica que la medida no debe presentar ningún tipo de efecto sobre los precios de los locales comerciales y otros, pues las monedas de un céntimo “no tenían uso en las transacciones de compra y venta y se mantiene su función de unidad de cuenta”.

“Redondeo a favor del público consumidor”

“La BCR explicó que los locales deberán mantener los precios que actualmente exhiben y redondearlos a favor del consumidor en caso cobren en céntimos, como lo establece el Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“Así, por ejemplo, las fracciones de S/ 0.01, S/ 0.02, S/ 0.03 y S/ 0.04 serán redondeadas a S/ 0.00, mientras que las fracciones de S/ 0.06, S/ 0.07, S/ 0.08 y S/ 0.09 serán redondeadas a S/ 0.05”.

“Finalmente, se precisa que las referidas monedas podrán ser canjeadas desde el 1 de mayo y de manera indefinida en las oficinas del BCR o de las empresas del sistema financiero (ESF) en equivalente de S/ 0.05 o múltiplos de dicho monto (La Republica, 2011)”

EL PERUANO

AUTOR: ANONIMO

TÍTULO: “Descartan redondeo de los precios en forma automática”

FECHA: 24.12.15

RESUMEN: “Tribunal del Indecopi se pronunció sobre este tema mediante Resolución Administrativa”.

“La eliminación del redondeo de precios en forma automática en las transacciones de compraventa de bienes en perjuicio de los consumidores, dispuso la sala especializada en protección al consumidor del Tribunal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi)”.

“Fue mediante la Resolución N° 1239-2015/SPC-INDECOPI, la cual confirma la Resolución N° 0604-2014/INDECOPI-LAM, dictada por la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Lambayeque, en que sanciona a una empresa con una multa de 4 UIT por infracción del artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor Fundamento En el caso materia de la resolución del tribunal administrativo, la comisión aludida –tras el desarrollo de diversas diligencias– identificó responsabilidad en una empresa por realizar el redondeo del precio de los productos sin una aceptación previa y expresa de los consumidores”. “Esto último sin que exista Inspecciones, sobre ese punto, Yataco Arias señaló que la sala, en reiterados pronunciamientos, establece que la diligencia de inspección

es uno de los pocos instrumentos legales con los que cuenta la autoridad administrativa para verificar los hechos y conductas desarrolladas por los proveedores frente a los consumidores”. “En efecto, es el medio probatorio fidedigno e idóneo por excelencia que posee para verificar las infracciones cometidas por los administrados de manera presencial, levantando, una vez finalizada la diligencia, el acta correspondiente”, “precisa el colegiado administrativo en su pronunciamiento publicado por el Indecopi”.

Normativa

“El artículo 44 del citado código fija la prohibición de que los proveedores redondeen el precio de los productos que comercializan, en perjuicio de los consumidores, al momento de cobrarles por el bien adquirido, salvo que acepten o manifiesten su conformidad de forma expresa. Dicho redondeo se ejecuta en ciertos casos, con la omisión de entregar el vuelto con monedas de baja denominación”.

Directrices

“La sala considera que es obligación de los proveedores capacitar a su personal para que cuenten con las cualidades para atender de manera idónea a los consumidores”.

“Advierte, además, que deben capacitarlos para que se desenvuelvan adecuadamente ante contingencias propias del tipo de servicios y productos que ofrecen. (El Peruano, 2015)”

INDECOPI

AUTOR: Indecopi – noticia

TITULO: “Desde 2012 el Indecopi ha sancionado a diferentes supermercados por no respetar precio anunciado de los productos y por otras infracciones”

FECHA: 11.10.16

RESUMEN: “El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) ha sancionado, en varias ocasiones, a supermercados por diferentes infracciones a los derechos del consumidor, a nivel nacional. Estas sanciones

fueron aplicadas tras la fiscalización permanente que la institución realiza en defensa de los consumidores”.

“Por ejemplo, entre el año 2012 a la fecha, ha impuesto multas a los supermercados por más de 6 millones de soles por diversas infracciones, tales como”:

* “No respetar el precio de los productos exhibidos en las góndolas (espacios destinados para su exhibición) y las cajas registradoras”.

* “Redondear precios en perjuicio del consumidor”.

* “Falta de idoneidad de productos del consumidor”.

* “Dar un trato indebido a los consumidores”.

* “Incumplir con las obligaciones referidas al Libro de Reclamaciones”.

“En muchos de estos casos el Indecopi ha impuesto sanciones de hasta 30 mil soles, por el hecho de no cobrar efectivamente los precios exhibidos en las góndolas”.

“Adicionalmente, en el año 2015 y en lo que va del presente año, se ha sancionado por más de 62 mil soles a diversos supermercados por no informar adecuadamente sobre las restricciones y condiciones de acceso a sus promociones”.

“La institución informó que la fiscalización se realiza de manera permanente y en muchos casos mediante la modalidad de ‘supervisores incógnitos’, es decir los fiscalizadores ingresan a los establecimientos como cualquier consumidor para identificar in situ las infracciones que se estarían cometiendo, para luego iniciar los procedimientos sancionadores respectivos”.

“Monitoreo permanente a nivel nacional”

“Por ejemplo, hace dos meses se iniciaron las investigaciones a un supermercado en Piura porque habría cobrado montos distintos a los exhibidos en sus anaqueles”. “En setiembre, en la ciudad de Cajamarca, se realizaron inspecciones conjuntas con la Fiscalía en los supermercados, por presunta variación de precios en las cajas registradoras”. “Aunque en

aquella oportunidad no se encontraron diferencias en los precios, la institución realiza inspecciones de manera sorpresiva”.

“Cabe recordar que, de acuerdo al Código de Protección y Defensa del Consumidor, los proveedores tienen la obligación de cobrar los precios de los productos de acuerdo a lo informado en las góndolas, caso contrario estarían incurriendo en infracciones que podrían ser sancionadas con multas de hasta 450 unidades impositivas tributarias”.

“Libro de reclamaciones”

“La institución recuerda a los consumidores que, en caso de tener alguna disconformidad con el producto o servicio, o cuando el proveedor no cumple con el precio y condiciones ofrecidas, pueden hacer uso del Libro de Reclamaciones y exigir el cumplimiento inmediato”.

“Este documento puede ser físico o virtual, y debe estar a disposición de los consumidores en cada establecimiento”. “Por el solo hecho de impedir su uso, el proveedor podría ser sancionado, así como también si no responde al reclamo registrado por el consumidor en el plazo máximo de 30 días o no le entrega una copia de su reclamo”.

Tabla 1

Precio del producto

Precio del producto	Precio correcto a partir del 1/1/2019	Redondeo prohibido
Sopa instantánea S/ 2.69	S/ 2.60	S/ 2.70
Yogurt bebible S/ 8.99	S/ 8.90	S/ 9.00
Fresas empacadas S/ 8.97	S/ 8.90	S/ 9.00

Diferentes vías de reclamo

“El Indecopi recuerda a los consumidores que tienen a su disposición diferentes vías de reclamo, incluso gratuitas y sin necesidad de acercarse a la institución”. “Por ejemplo, el Servicio de Atención al Ciudadano, donde pueden informar las presuntas infracciones para que especialistas se encarguen de verificar e iniciar los procedimientos sancionadores que

correspondan”. “Para ello deben llamar al 224-7777 si se encuentran en Lima, o al 0-800-4-4040 que es gratuito desde cualquier región”.

“Otras vías gratuitas de reclamo son”:

“Vía Internet, accediendo a www.indecopi.gob.pe, en la sección” “Presenta tu Reclamo”. “Correo electrónico: sacreclamo@indecopi.gob.pe Aplicativo móvil” ‘Reclamos Indecopi’, “de descarga gratuita desde el Play Store, para teléfonos con sistema Android. Es un canal adicional para la recepción de los reclamos de los consumidores a través del SAC. Permite adjuntar archivos relacionados al reclamo, ya sean documentos de texto, imágenes, incluso audios y videos en formatos mp3, mp4, mpeg, wav, mov, etc., con un peso máximo de 20 Mb”.

“La institución recuerda a los consumidores que son los principales aliados para detectar posibles vulneraciones a sus derechos. Por ello, recomienda guardar sus comprobantes de pago, así como la publicidad que haya motivado su compra, como sustento ante cualquier reclamo o denuncia que pudieran efectuar”. (Indecopi, 2016)

EL POPULAR

AUTOR: El Popular – noticia

TITULO: “Indecopi: Redondeo de precios es a favor del consumidor”

FECHA: 16.11.18 / 16:30pm

RESUMEN: “Ante la disposición del Banco Central de Reserva (BCR) de retirar de circulación, desde el 01 de enero del 2019, la moneda de 5 céntimos, El Indecopi recuerda que el redondeo de los precios se realiza siempre en beneficio de los consumidores, tal como lo señala el Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“Así, por ejemplo, si el costo de un producto es de S/ 4.75, al momento de efectuar el pago en efectivo el proveedor debe redondear el precio y cobrar la suma de S/ 4.70, preciso Indecopi”.

“MIRA ESTO: Indecopi estima que población ahorró S/1.144 millones con desactivación del cartel de papel higiénico”

“Es preciso señalar que los establecimientos no deberán utilizar la moneda de 5 céntimos para entregarla como vuelto, debiendo cumplir las reglas del redondeo en beneficio del consumidor, para todos los casos de transacciones realizadas en efectivo, ya sea compra de productos o pago de servicios (públicos y privados)”.

“Esta situación no se aplica para las transacciones realizadas mediante el uso de tarjetas de débito o crédito, transferencias bancarias, cargos en cuenta, entre otras similares, en donde el cargo se realiza por el importe exacto informado al consumidor”.

“Por otro lado, es importante señalar que los establecimientos pueden consultar al consumidor si acepta el redondeo elevando el precio al decimal superior, siempre y cuando ese excedente sea destinado a una donación, por lo que el proveedor deberá informar qué institución es la beneficiaria”.

“Recuerde que, si bien estas monedas salen de circulación, siguen manteniendo su valor. Por ello, el plazo para su canje es ilimitado y se podrá realizar en cualquier entidad del sistema financiero, totalmente gratis, en múltiplos de 10 céntimos”.

“Si detecta o sufre la vulneración de sus derechos ante un redondeo en su perjuicio, el consumidor, tiene a su disposición los siguientes canales de atención para formular sus quejas o reclamos”.

“Libro de Reclamaciones: los establecimientos abiertos al público poner a disposición de los consumidores el Libro de Reclamaciones en todo momento”. “Así, ante alguna disconformidad con el producto o servicio adquirido, podrá registrar su queja o reclamo”. (El popular, 2018)

ACTUALIDAD EMPRESARIAL N° 332**AUTOR:** Dr. Cristhian Northcote Sandoval**TITULO:** “¿Cómo se aplica el redondeo de precios a los consumidores?”**FECHA:** 15.08.15

RESUMEN: “Si quisiéramos dar una respuesta al título del presente artículo sería muy sencillo”. “El redondeo de precios que debe aplicar un establecimiento a sus productos o servicios, debe ser a favor del consumidor”. “Así, si tenemos precios expresados en las fracciones de S/ 0.01, S/ 0.02, S/ 0.03 hasta el S/ 0.04, deberán redondearse a S/ 0.00”. “Si los precios están expresados en fracciones de S/ 0.06, S/ 0.07, S/ 0.08 hasta S/ 0.09 deberán redondearse a S/ 0.05”. “Pero en la práctica, parece no ser tan sencillo”. “O, al menos, es lo que parece de un reciente caso ocurrido a una cadena de supermercados, en la cual se han venido aplicando los redondeos de precios, pero en contra de los consumidores”. “Ante ello, el Indecopi ha resuelto declarar la conducta como una infracción al Código de Protección al Consumidor e imponer a la empresa infractora una sanción de multa ascendente a 122.1 UIT”. “¿Cómo es que una empresa de tal magnitud incumple una norma de aplicación general que no conlleva mayor complicación? Pues no tenemos respuesta al respecto”. “Pero lo que sí podemos hacer, a través del presente informe, es responder a la pregunta de por qué no se cobran los precios tal cuál son expresados y por qué se debe hacer un redondeo”.

“Sobre la figura del redondeo, se debe tener en cuenta el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“Antes de hablar sobre el caso particular que ha sido sancionado por el Indecopi, es necesario entender por qué hay un problema con respecto al redondeo de precios”. “Es decir, si un establecimiento vende un televisor y establece un precio de S/ 1999.99 (mil novecientos noventa y nueve con 99/100 nuevos soles)”, “¿por qué no puede cobrar dicha cifra y por qué debe redondearla? La razón radica en la decisión adoptada por el Banco Central de Reserva a

través de la Resolución N.º 002-2011-BCRP, del 6 de enero de 2011, por la cual retiró de circulación las monedas de S/ 0.01 (cero con 01/100 nuevos soles) a partir del 1 de mayo de 2011”. “En la práctica, esta medida se tradujo en la imposibilidad de poder pagar, en efectivo, montos expresados en fracciones de S/ 0.01, S/ 0.02, S/ 0.03, S/ 0.04, S/ 0.06, S/ 0.07, S/ 0.08 y S/ 0.09”. “Si el precio tiene una fracción de S/ 0.05 no habrá inconveniente pues las monedas de dicha denominación sí se mantienen en circulación, aunque en la práctica no sean muy utilizadas”.

“Y fue justamente esa la razón que motivó al Banco Central de Reserva a retirar las monedas de S/ 0.01”. “Hemos querido resaltar el hecho de que este problema del redondeo solo existe en el caso de pagos en efectivo, porque la medida que adoptó el Banco Central de Reserva no elimina a la unidad de S/0.01 en términos contables, porque claro, eso sería imposible”. “Por lo tanto, cuando una operación es cancelada con medios de pago distintos al efectivo, como una tarjeta de crédito débito, no existe impedimento para pagar cifras expresadas con fracciones de S/ 0.01, S/ 0.02, S/ 0.03, S/ 0.04, S/ 0.06, S/ 0.07, S/ 0.08 y S/ 0.09”.

“En esta situación, surge entonces la pregunta: ¿Cómo se aplica el redondeo del precio? Pues alguien debe asumir la diferencia necesaria para alcanzar las fracciones de S/ 0.00, S/ 0.05 o S/ 0.10, según sea el caso”. “Obviamente, nadie desea perder, aun cuando sean céntimos”. “Pues bien, al menos en el ámbito de la protección al consumidor, el Código de Protección y Defensa del Consumidor nos da la respuesta, según veremos más adelante”. “Pero esta disposición del Código sobre el redondeo, es solo una de las reglas que contiene el Código en materia de precios a los consumidores”. “Por ello, consideramos pertinente revisar estas disposiciones, para tener un panorama completo sobre los derechos de los consumidores en materia de precios y pagos de productos y servicios”.

“Las reglas sobre precios y pago en el Código de Protección y Defensa del Consumidor”:

“La primera referencia a los derechos de los consumidores en materia de precios y pagos la encontramos justamente en el artículo 1 del Código: Artículo 1.- Derechos de los consumidores: En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos”:

“Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física”.

“Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios”.

“Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios”.

“Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole”.

“Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias”.

“Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta”.

“A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes”.

“Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita”.

“Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia”.

“Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo”.

“Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar”.

“La enumeración de los derechos establecidos no excluye los demás que este Código garantiza ni los reconocidos en leyes especiales”.

“Es nula la renuncia a los derechos reconocidos por la presente norma, siendo nulo todo pacto en contrario.”

“Conforme al literal k de este artículo, los consumidores tienen derecho a efectuar el pago anticipado en las operaciones de crédito, con la correspondiente reducción de los intereses aplicables”. “Se trata de una regla que obedece a la comprobación, en la práctica, de que las entidades financieras no permitían que sus clientes realicen el prepago o pago anticipado de sus cuotas, y en los casos en que lo permitían, igual aplicaban los intereses

como si el crédito hubiera seguido en el tiempo”. “La siguiente regla que encontramos en el Código es la contenida en el artículo 4 sobre la integridad del precio”:

“Artículo 4.- Información sobre la integridad del precio”

“Cuando el proveedor exhiba precios de los productos o servicios o los consigne en sus listas de precios, rótulos, letreros, etiquetas, envases u otros, debe indicar en forma destacada el precio total de los mismos, el cual debe incluir los tributos, comisiones y cargos aplicables”.

“Los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas o recargos adicionales al precio fijado, salvo que se trate de servicios distintos o adicionales tales como transporte, instalación o similares cuya retribución no se encuentre incluida en el precio”. “Esta posibilidad debe ser informada de manera previa, adecuada y oportuna al consumidor, incluyendo el precio correspondiente a los recargos adicionales que puedan ser determinables por el proveedor, y aceptada expresamente por el consumidor. La carga de probar ello corresponde al proveedor”.

“Tal y como lo indica el artículo 4, uno de los principales derechos que poseen los consumidores, es el de contar con información completa sobre el precio a pagar por los bienes y servicios que contratan”. “Este derecho implica que los consumidores no estarán obligados a pagar montos adicionales a los del precio indicado por el proveedor”. “Así, este derecho va de la mano con la figura del redondeo, pues los consumidores no pueden ser obligados al pago de los montos adicionales que fueran necesarios para redondear el precio a favor de los proveedores”. “Se trata de una secuencia lógica en la forma en que se dan las operaciones”. “Si el proveedor anuncia un precio y este precio tiene fracciones que deben ser redondeadas, entonces dicho redondeo debe ser a favor del consumidor”. “El artículo 5 del Código regula la exhibición de las listas de precios”:

“Artículo 5.- Exhibición de precios o de listas de precios”

“Los establecimientos comerciales están obligados a consignar de manera fácilmente perceptible para el consumidor los precios de los productos en los espacios destinados para su exhibición”. “Igualmente, deben contar con una lista de precios de fácil acceso a los consumidores”. “En el caso de los establecimientos que expenden una gran cantidad de productos o servicios, estas listas pueden ser complementadas por terminales de cómputo debidamente organizados y de fácil manejo para los consumidores”.

“Para el caso de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios, los establecimientos farmacéuticos deben poner a disposición del consumidor el listado de precios de estos productos”. “La relación de precios de los productos farmacéuticos está ordenada alfabéticamente, de acuerdo a su Denominación Común Internacional (DCI)”.

“Los establecimientos que expenden comidas y bebidas y los servicios de hospedaje y hostelería están obligados a colocar sus listas de precios en el exterior, de forma accesible y visible para consulta del consumidor”. “En estos servicios está prohibido el cobro de montos adicionales por cualquier tipo de concepto o recargo de manera disgregada al precio final, con excepción del recargo al consumo por concepto de servicio de los trabajadores previsto en norma especial, en cuyo caso debe informarse al consumidor de manera oportuna, accesible y visible”.

“Este artículo 5 busca garantizar el acceso de los consumidores a la información de los precios de los productos o servicios que comercializan los proveedores, lo que permite verificar el valor exacto de cada producto y si dicho valor es el que ha sido aplicado por el proveedor o si ha sido redondeado a su favor”. “Cuando el pago se refiere a un precio expresado en moneda extranjera, los consumidores tienen derecho a pagar en esa moneda extranjera o en moneda nacional, con el tipo de cambio que el establecimiento debe haber publicitado”. “Estas operaciones también pueden llevar a la necesidad de redondear los

precios debido a la conversión de la moneda, por lo que también se debe aplicar la regla de efectuar el redondeo a favor de los consumidores”:

“Artículo 6.- Información de precios en moneda nacional y extranjera”

“En caso de que los precios de los productos o servicios se difundan o publiciten en moneda extranjera, los mismos se consignan también en moneda nacional, en caracteres y condiciones iguales, y con la indicación del tipo de cambio aceptado para efectos de pago”.

“Esta norma no es de aplicación para aquellos proveedores que ofrezcan directamente al público productos y servicios desde y hacia el exterior”.

“Si el precio se anuncia en moneda extranjera, el proveedor está obligado a aceptar el pago en dicha moneda o en su precio equivalente en moneda nacional a elección del consumidor”.

“En estos casos, se debe ubicar en lugares visibles del local, carteles, avisos o similares, con información sobre el tipo de cambio aceptado para efectos de pago”.

“Como habíamos indicado, una de las formas de evitar la necesidad de redondear los precios, es a través del pago con medios distintos al dinero en efectivo”. “Esta posibilidad de utilizar distintos medios de pago, está regulada en el artículo 7 del Código”:

“Artículo 7.- Medio de pago”

“En caso de que el proveedor diferencie el precio del producto o servicio en función del medio de pago, como tarjetas de crédito u otros, dicha información deber ser puesta en conocimiento del consumidor, de manera destacada, en forma visible y accesible en el local o establecimiento comercial, a través de carteles, avisos u otros similares”.

“En caso de incumplimiento del proveedor, los consumidores no pueden ser obligados al pago de sumas adicionales, debiendo respetarse el precio fijado por el producto o servicio”.

“En caso de ofertas, promociones, rebajas o descuentos, el consumidor puede utilizar indistintamente cualquier medio de pago, salvo que el proveedor ponga en su conocimiento, de manera previa y destacada, las condiciones, restricciones y forma de pago”.

“En el artículo 44 del Código encontramos la disposición referida al redondeo de precios a favor de los consumidores”:

“Artículo 44.- Redondeo de precios Se encuentra prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, salvo que este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio”. “Para los efectos de los donativos que se realicen, los establecimientos deben contar con carteles que informen en forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, sin perjuicio del cumplimiento de las demás obligaciones que establezca el Indecopi”.

“Pues bien, es justamente este artículo el que habría incumplido la cadena de supermercados Tottus, y que es la causa de la sanción impuesta por el Indecopi, como veremos a continuación”.

“La resolución sancionatoria por el redondeo indebido, veremos ahora el contenido de la Resolución de la Comisión de Protección al Consumidor, que sanciona a la cadena de supermercados Tottus por efectuar indebidamente el redondeo de precios, generando que los consumidores paguen un mayor valor al precio anunciado”. “Por motivos de espacio solo pondremos un extracto de la resolución, pero esta puede ser revisada en su integridad a través de la web del Indecopi (www.indecopi.gob.pe)”.

“Resolución final N.º 1123-2015/CC2 Expediente: N.º 0973-2013/CC2 Autoridad: Comisión de protección al consumidor N.º 2 (Comisión) Administrado: Hipermercados Tottus SA (Hipermercados Tottus) Materia: Procedimiento administrativo sancionador redondeo Actividad: venta minoritaria en almacenes no especializados Sanción: 122.1 UIT Lima, 16 de julio de 2015”.

Antecedentes

“1. La Secretaría Técnica de la Comisión N.º 2 mediante Memorandum 15712013/CC2- INDECOPI, de fecha 10 de mayo de 2013 encargó a la Gerencia de Supervisión y Fiscalización (en adelante, GSF), la realización de la supervisión a distintos establecimientos de la capital, con la finalidad de verificar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, Código) y eventualmente detectar la existencia de presuntas infracciones a la normativa de protección al consumidor”.

“2. En ese sentido, en los meses de mayo y junio del 2013 se realizó compras de productos en ocho (8) tiendas de HIPERMERCADOS TOTTUS ubicadas en Lima y Callao, a fin de verificar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 44 del Código”.

“3. En virtud a ello, la GSF emitió el Informe N.º 177-2013/GSF de fecha 18 de junio del 2013, el mismo que concluyó en lo siguiente”:

“15. En ese sentido, corresponde recomendar el inicio de un procedimiento administrativo sancionador a Hipermercados Tottus S.A., por la presunta infracción a lo establecido en el artículo 44 del Código de Protección y Defensa al Consumidor”.

“4. Mediante Resolución N.º 1 de fecha 5 de julio del 2013, la Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 inició un procedimiento administrativo sancionador en contra de HIPERMERCADOS TOTTUS, la misma que dispuso lo siguiente”:

“PRIMERO: Iniciar procedimiento administrativo sancionador a HIPERMERCADOS TOTTUS S.A. a instancia de la Secretaría Técnica, por presunta infracción a lo establecido en el artículo 44 del Código, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2, en tanto habría incumplido con la prohibición de aplicar redondeos en perjuicio del consumidor”. 5. Con fecha 30 de septiembre de 2013 y 24 de marzo de 2015, HIPERMERCADOS TOTTUS presentó sus descargos alegando lo siguiente”:

“Tal como se aprecia en dos tickets de compra que forman parte del informe N.º 177-2013/GSF, se procedió a redondear a favor del cliente al momento de proceder con el pago del monto total. A fin de acreditarlo adjunta el Anexo 1”.

“Adecuó las balanzas ubicadas en las cajas de sus establecimientos de modo tal que al momento de determinar los precios de los productos de venta a granel, los cuales se obtienen de la multiplicación del peso del producto por el precio del kilogramo, únicamente tomen en cuenta dos decimales, en ese sentido, en ningún caso se procederá con el redondeo de precios”. “A fin de acreditar lo señalado presentó 11 tickets de compra correspondientes a algunos de sus locales comerciales”. “6. A través de Resolución 2 del 2 de diciembre de 2013, la Secretaría Técnica requirió a HIPERMERCADOS TOTTUS que cumpla con subsanar los requisitos establecidos en la Directiva N.º001-2008/TRI-INDECOPI sobre la Confidencialidad de la Información (en adelante, Directiva). 7. Mediante escrito de fecha 10 de enero de 2014, HIPERMERCADOS TOTTUS subsanó lo requerido por la Resolución 2”.

“Conclusiones y/o recomendaciones”

“Hipermercados Tottus S.A. habría incumplido con la prohibición de aplicar redondeos en perjuicio del consumidor, de conformidad con lo establecido en el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“Análisis”

“Marco Legal aplicable, tratándose del pago por la adquisición de bienes o servicios, la entrega del vuelto constituye una de las obligaciones básicas del vendedor, pues en ello subyace el deber de efectuar el pago del precio efectivamente ofertado, sin que exista, respecto a tal obligación, habilitación legal alguna que faculte a los proveedores a retener, para sí o terceros, parte del vuelto debido”. “En el caso específico de relaciones de consumo masivas, dicha obligación adquiere mayor trascendencia, porque en la mayoría de los casos

las ofertas de precios se fijan con terminaciones en decimales, generando psicológicamente en el consumidor la percepción de un precio sensiblemente menor al real”.

“En el artículo 44 del Código, se establece expresamente que se prohíbe que los proveedores redondeen el precio de sus productos en perjuicio de los consumidores”.

“La regla matemática de redondeo de decimales establece que: si el tercer decimal de una cifra (el cual corresponde a las milésimas) es igual o mayor número 5, debe incrementarse el segundo decimal (centésimas) al número inmediato superior”. “Por otro lado, en los casos en que el referido tercer decimal sea inferior al número 5, el segundo decimal no se incrementa”.

“Sin embargo, conforme a lo expuesto por la Sala de Defensa de la Competencia N.º 2 (hoy Sala Especializada en Protección al Consumidor) en la Resolución N.º 951-2013/SC2-INDECOPI, la aplicación de la regla matemática de redondeo de ningún modo debe generar un perjuicio al consumidor”.

“Ahora bien, en el presente caso en los meses de mayo y junio de 2013, se realizó compras en los diversos establecimientos del administrado”.

“Se desprende a modo de ejemplo del cuadro N.º 1 que en el jamón de pavo la aplicación de redondeo matemático de número decimales generó que se cobre S/ 3.60, cuando debió haberse tenido que cobrar S/ 3.59, es decir, un céntimo menos”. “Igualmente, por la piña se cobró S/ 1.04 cuando en realidad se hubiera cobrado S/ 1.03”. “Tanto en ambos casos citados, como en los descritos en el Cuadro N.º 1, se cobró de más un céntimo en perjuicio del consumidor, por la aplicación indebida del redondeo del precio”.

“Además, respecto a las compras colectivas de productos, debe indicarse si bien en algunos casos el precio final es redondeado a favor del consumidor, dicho hecho no exime de responsabilidad a HIPERMERCADOS TOTTUS, dado que se evidenció en los productos a granel que el precio unitario de los mismos, se redondeó en perjuicio de los consumidores”.

“En esa línea, la modalidad utilizada por HIPERMERCADOS TOTTUS en el presente caso es distorsionar la percepción del consumidor respecto al precio final de su compra, cuando en la realidad existió un perjuicio mayor en su contra, el cual se produjo al momento de la determinación de precios de los productos individuales a granel”.

“Así, por ejemplo, en la compra efectuada en el establecimiento en la Av. Lima N°4208, Callao, el redondeo aplicado en cuatro productos implicó que se facture S/ 18.41, cobrándose S/ 18.40 como consecuencia del redondeo aplicado sobre el monto total. 28. No obstante, de no haberse aplicado el redondeo en cuatro productos en perjuicio del consumidor, se habría facturado S/ 18.37, por lo que hubiera correspondido cobrar S/ 18.36”.

“En consecuencia, en este caso se efectuó un cobro en exceso de S/ 0.04 céntimos. Tal como se desprende del siguiente cuadro: (Ver cuadro en la Resolución)”

“En ese orden de ideas, es preciso indicar que el supuesto infractor del artículo 44 del Código se configura, en el caso particular de los productos expendidos a granel, con la determinación del precio de cada producto a través de la aplicación de un redondeo en perjuicio del consumidor que genera que se le termine cobrando de más; independientemente de si la compra se materializa en forma conjunta con otros productos”.

“Entender que el redondeo en perjuicio del consumidor –en la venta de productos a granel– debería verificarse únicamente respecto de la sumatoria final de los precios de dicho productos junto a los demás adquiridos por el consumidor, es decir, en el precio total consignado en el comprobante de pago, significaría establecer una diferencia no prevista en la norma”. “En tal sentido, la evidencia de la infracción incurrida conforme los hechos expuestos se refleja al colocar en el comprobante de pago del producto un precio mayor al que corresponde de acuerdo a la prohibición de redondeo en perjuicio del consumidor”.

“En esa línea, se verifica del cuadro N.º 1 que dichos establecimientos incumplieron con la prohibición de aplicar redondeos en perjuicio de los consumidores”.

“HIPERMERCADOS TOTTUS manifestó en sus descargos que tal como se aprecia en dos tickets de compra que forman parte del informe N.º 1772013/GSF, se procedió a redondear a favor del cliente al momento de proceder con el pago del monto total”.

“Del cuadro precedente se desprende que, si bien HIPERMERCADOS TOTTUS aplicó el redondeo matemático de número decimales a favor del consumidor respecto del precio final, los precios individuales de cuatro productos, fueron redondeados en perjuicio del consumidor”.

“De igual modo, se presenta la misma situación en el establecimiento de la Molina, tal como se muestra a continuación: (Ver imagen en la Resolución)”

“Conforme se aprecia, se facturó como precio total S/ 11.21, no obstante, de haberse realizado el redondeo a favor de los consumidores por cada uno de los productos, se habría facturado S/ 11. 17 cobrándose S/ 11.16. En ese sentido, existió un perjuicio en exceso de S/ 0.04 céntimos en dicha compra”.

“Ahora bien, con relación al argumento esgrimido por el administrado –en el sentido que aplicó el redondeo a favor en el precio final de las compras– este no enerva la responsabilidad respecto de los hechos imputados, dado que la infracción se configura con la determinación del precio de cada producto en forma individual, independiente de la materialización del precio final de los productos en forma conjunta”.

“En esa línea, ha quedado acreditado que HIPERMERCADOS TOTUS redondeó en perjuicio del consumidor, el precio de los productos individuales”.

“De otro lado, HIPERMERCADOS TOTTUS señaló que adecuó las balanzas ubicadas en las cajas de sus establecimientos de modo que, al determinar los precios de los productos de venta a granel, los cuales se obtienen de la multiplicación del peso del producto por el precio del kilogramo, únicamente tomen en cuenta dos decimales, en ese sentido, en ningún caso se procederá con el redondeo de precios”.

“A fin de acreditar lo señalado el administrado presentó inicialmente 11 tickets de compras y posteriormente 42 tickets de compras correspondientes a algunos de sus locales comerciales, es menester indicar que, de la revisión y verificación de los medios probatorios presentados, se aprecia que se ha procedido con el redondeo a favor de los consumidores”.

“Sobre el particular, debe indicarse que el hecho que el administrado haya corregido su conducta, no lo exime de responsabilidad”. “No obstante, esto será considerado al momento de determinar la medida correctiva a ser aplicada, así como la respectiva sanción”.

“En consecuencia, se ha verificado que HIPERMERCADOS TOTTUS incumplió con la prohibición de aplicar redondeos en perjuicio del consumidor”. “43. Por lo expuesto, este Colegiado considera que corresponde sancionar al administrado por infracción a lo establecido en el artículo 44 del Código”.

“Se resuelve”:

“Primero: Sancionar a HIPERMERCADOS TOTTUS S.A. con 122.1 UIT17 por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado durante el procedimiento que incumplió con la prohibición de aplicar redondeos en perjuicio de los consumidores. Dicha multa será rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles contado a partir de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor”.

“Segundo: Declarar la confidencialidad de la información presentada por HIPERMERCADOS TOTTUS S.A. en su escritos del 27 de agosto y 30 de septiembre de 2013 y 10 de enero de 2014, la misma que se encuentra en el soporte magnético ubicado en el folio 33 Expediente N.º 973-2013/CC2; precisándose que la confidencialidad declarada deberá mantenerse durante toda la tramitación del presente procedimiento, así como por el

lapso indeterminado después de la conclusión definitiva en sede administrativa del procedimiento”.

“Tercero: Informar a HIPERMERCADOS TOTTUS S.A., que la presente resolución tiene vigencia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 38 del Decreto Legislativo N.º 807, modificado por la Primera Disposición Complementaria Modificatoria del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el único recurso impugnativo que puede interponerse contra lo dispuesto por este colegiado es el de apelación. Cabe señalar que dicho recurso deberá ser presentado ante la Comisión en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida”.

“Cuarto: Disponer la inscripción de HIPERMERCADOS TOTTUS S.A., en el Registro de Infracciones y Sanciones del INDECOPI, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. Con la intervención de los señores Comisionados: Sr. Javier Cavero - Egúsquiza Zariquiey, Srta. María Luisa Egúsquiza Mori, y Sr. Alfredo Castillo Ramírez”.

“Conclusiones”

“Tal y como consta en la resolución reseñada, el redondeo de precios en contra de los consumidores constituye una infracción al sistema de protección al consumidor y debe ser sancionado en función de la gravedad de la conducta. Si bien la resolución en cuestión puede ser sometida a impugnación, nos sirve como ejemplo para comprender la gravedad que puede revestir una conducta por la cual se afecta directamente el patrimonio de los consumidores. Puede ser que el valor de cada operación no tenga una magnitud considerable, pero es justamente esa condición la que hace importante la labor de fiscalización del Indecopi, pues

es muy probable que los consumidores, al ver el reducido valor de su operación, no consideren conveniente seguir un procedimiento de denuncia”.

“Finalmente, debe quedar claro que la figura del redondeo, que debe ser a favor del consumidor, solo es aplicable para las operaciones con pago en efectivo, pues si el pago se realiza a través de otros medios, no es necesario realizar ningún redondeo (Northcote, 2015)”

REVISTA ZOOM

AUTOR: Rolando Galán Guevara

FECHA: 19.11.15

RESUMEN: “¿Quiere donar sus céntimos? Es la pregunta común, que, a diario, realizan en las cajas de las grandes cadenas de tiendas comerciales, al momento de realizar sus pagos. Quién ha sido capaz de negarse tratándose de obras benéficas”.

“Es verdad, me pregunto tanta es la preocupación en ayudar a los que menos tienen, de parte de las grandes tiendas, o ¿existe en el fondo algún interés subrepticio, que justo tiene que ver con algún tipo de beneficio fiscal?”

“¿Se ha imaginado usted la cantidad de céntimos que a diario se acumulan uno tras otro multiplicados por todos los clientes? Según cálculos realizados por la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec), entre los años 2002 y 2007, los consumidores peruanos a nivel nacional perdieron alrededor de S/540 millones de soles por vueltos no entregados”.

“Cuando las empresas reportan estas contribuciones como donaciones, son completamente deducibles de impuestos, por tanto, el beneficio para estas grandes tiendas indudablemente existe, las mismas que deberían indicar cómo se realizó esta donación, y quienes son los verdaderos responsables de los aportes, es decir los clientes”.

“Pero qué sucede si yo no acepto hacer donaciones, entonces el establecimiento comercial está en la obligación de entregar el vuelto o redondearlo hacia abajo, pero nunca en

perjuicio del consumidor, pues esto significa una infracción y es sancionado por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual [INDECOP](#)’.

“Ahora que ya lo sabe, cuando le vuelvan a preguntar si quiere donar sus céntimos, piénselo bien, y si decide hacerlo tenga en cuenta lo siguiente: que la empresa comercial tenga carteles que informen de forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, que tiene que ser sin fines de lucro”.

“Tal como lo obliga el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, sobre todo debe consignar también en el comprobante de pago el monto que ha sido donado y la entidad que será beneficiaria de dicha cantidad. (Galan, 2015)”

GESTIÓN

AUTOR: Anónimo

TÍTULO: “ASPEC en contra de retiro de monedas de un céntimo”

FECHA: 05.01.11

RESUMEN: “La entidad anunció que pedirá al BCR que reconsidere su decisión, pues con la medida los “redondeos” podrían perjudicar al consumidor. Tweet El presidente de la Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (Aspec), Crisólogo Cáceres, informó que mañana solicitará formalmente al Banco Central de Reserva del Perú (BCR) reconsiderar el anunciado retiro de circulación de las monedas de un céntimo de sol, a efectuarse desde mayo de este año. Sostuvo que esta medida generará que retorne al mercado nacional la práctica del “redondeo” de precios en perjuicio de los consumidores, pues al desaparecer dichas monedas no habrá cómo otorgar vueltos y, por ejemplo, un producto que hoy cuesta S/ 1.97 terminará valiendo en la práctica S/ 2.00. “Así, nadie impedirá que las empresas redondeen sus precios hacia arriba cuando haya terminaciones decimales. Que las monedas de uno y cinco céntimos hayan vuelto a circulación después de varios años fue todo un logro de la

propia ciudadanía que se organizó para reclamar su vuelto completo”, dijo. Tras mostrarse en desacuerdo con este anuncio del BCR, Cáceres destacó que aquellas personas que recibían dos o tres céntimos de vuelto, con el tiempo, podían economizar. “Además, en todos estos años nunca se nos resarcó del redondeo en contra del que fuimos víctimas”, subrayó el titular de Aspec. Finalmente, vaticinó que, una vez sacadas de circulación las monedas de dicha denominación, serán mucho más comunes los anuncios de precios con terminaciones decimales, que resultan atractivos para inducir al consumidor a comprar determinados productos, y de forma disimulada, a mayor precio. Más temprano, el BCR había precisado que el retiro de la referida moneda no debe presentar ningún tipo de efecto sobre los precios de los locales comerciales. A través de un comunicado explicó que, si una persona realiza compras y en su cuenta final la cifra que debe pagar aparece con decimales, el establecimiento deberá realizar el redondeo del monto a favor del cliente. Esto se aplica para los pagos en efectivo. Si se paga con tarjetas de crédito o débito se considerarán los céntimos. Así, por ejemplo, las fracciones de S/ 0.01, S/ 0.02, S/ 0.03 y S/ 0.04 serán redondeadas a S/ 0.00, mientras que las fracciones de S/ 0.06, S/ 0.07, S/ 0.08 y S/ 0.09 serán redondeadas a S/ 0.05 (Gestión, 2011)”.

2 Bases teórico – científicas:

2.1 Diferencia por redondeo:

- “El hablar de la diferencia por redondeo en el precio es muy importante y más si estos centavos no son reflejados de la forma correcta, según ASPEC (Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios) los consumidores peruanos perdieron alrededor de S/ 540 millones por vueltos no entregados entre los años 2002 y 2007 a nivel nacional”.

**2.2 TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA
DECRETO SUPREMO N.º 179-2004-EF (Publicado el 8.12.2004) / CAPITULO VI (De
La Renta Neta).**

- “**Artículo 37** - A fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como los vinculados con la generación de ganancias de capital, en tanto la deducción no esté expresamente prohibida por esta ley, en consecuencia son deducibles:”

“**Inciso x.** Los gastos por concepto de donaciones otorgadas en favor de entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas, y de entidades sin fines de lucro cuyo objeto social comprenda uno o varios de los siguientes fines:(i) beneficencia; (ii) asistencia o bienestar social; (iii) educación; (iv) culturales; (v) científicos; (vi) artísticos; (vii) literarios; (viii) deportivos; (ix) salud; (x) patrimonio histórico cultural indígena; y otros de fines semejantes; siempre que dichas entidades y dependencias cuenten con la calificación previa por parte de la SUNAT. La deducción no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la renta neta de tercera categoría, luego de efectuada la compensación de pérdidas a que se refiere el artículo 50°.”

- “**Artículo 44°.-** No son deducibles para la determinación de la renta imponible de tercera categoría:”

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

2.3 “SUNAT / Reglamento de la ley del impuesto a la renta decreto supremo n° 122-94-EF Capitulo (VI) de la renta neta artículo 21°.- Renta Neta de Tercera Categoría”

- “Para efecto de determinar la Renta Neta de Tercera Categoría, se aplicará las siguientes Disposiciones”:

”S. Tratándose de la deducción por donaciones prevista en el inciso (x) del artículo 37° de la Ley”:

1. “Los donantes deberán considerar lo siguiente”:

1.1. “Sólo podrán deducir la donación si las entidades beneficiarias se encuentran calificadas previamente por la SUNAT como entidades receptoras de donaciones”.

1.2. “La realización de la donación se acreditará”:

i) “Mediante el acta de entrega y recepción del bien donado y una copia autenticada de la resolución correspondiente que acredite que la donación ha sido aceptada, tratándose de donaciones a entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas.

ii) Mediante declaración emitida por las organizaciones u organismos internacionales, a que se refiere el numeral 2.2 del presente inciso, tratándose de donaciones efectuadas a favor de éstos”.

iii) “Mediante el “Comprobante de recepción de donaciones” a que se refiere el numeral 2.2 del presente inciso, tratándose de donaciones a las demás entidades beneficiarias.

1.3. La donación de bienes podrá ser deducida como gasto en el ejercicio en que se produzca cualquiera de los siguientes hechos:

i) Tratándose de efectivo, cuando se entregue el monto al donatario.

ii) Tratándose de bienes inmuebles, cuando la donación conste en escritura pública en la que se identifique el inmueble donado, su valor y el de las cargas que ha de satisfacer el donatario”.

iii) “Tratándose de bienes muebles registrables de acuerdo a la ley de la materia, cuando la donación conste en un documento de fecha cierta en el que se identifique al bien donado, su valor y el de las cargas que ha de satisfacer el donatario, de ser el caso”.

iv) “Tratándose de títulos valores (cheques, letras de cambio y otros documentos similares), cuando éstos sean cobrados”.

v) “Tratándose de otros bienes muebles, cuando la donación conste en un documento de fecha cierta en el que se especifiquen sus características, valor y estado de conservación. Adicionalmente, en el documento se dejará constancia de la fecha de vencimiento que figure en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los productos perecibles, de ser el caso”.

“1.4. Deberán declarar a la SUNAT, en la forma y plazo que esta establezca mediante Resolución de Superintendencia”:

i) “Las donaciones que efectúen”.

ii) “El destino de las donaciones en el país, de conformidad con la declaración emitida por las organizaciones u organismos internacionales”.

1.5. “En las donaciones efectuadas por sociedades, entidades y contratos de colaboración empresarial a que se refiere el último párrafo del artículo 14° de la Ley, la donación se considerará efectuada por las personas naturales o jurídicas que las integran o que sean parte contratante, en proporción a su participación”.

2. “Los donatarios tendrán en cuenta lo siguiente”:

2.1. “Deberán estar calificados como entidades receptoras de donaciones”:

i) “Las entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas, comprendidas en el inciso a) del artículo 18° de la Ley, se encuentran calificadas como entidades receptoras de donaciones, con carácter permanente”.

“También se encuentran calificadas como entidades receptoras de donaciones con carácter permanente, las organizaciones u organismos internacionales acreditados ante el Estado Peruano, respecto de las donaciones que reciban y que sean destinadas a los fines a que se refiere el inciso x) del artículo 37° de la Ley”.

“Las entidades señaladas en los párrafos anteriores no requieren inscribirse en el “Registro de entidades receptoras de donaciones” a cargo de la SUNAT”.

ii) “Las demás entidades beneficiarias deberán estar calificadas como receptoras de donaciones por la SUNAT. Para estos efectos, las entidades deberán encontrarse inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, Registro de entidades inafectas del Impuesto a la Renta o en el Registro de entidades exoneradas del Impuesto a la Renta y cumplir con los demás requisitos que se establezcan mediante Resolución de Superintendencia. La calificación otorgada tendrá una validez de tres (3) años, pudiendo ser renovada por igual plazo”.

“La SUNAT deberá fiscalizar no menos del 10% de las entidades calificadas como receptoras de donaciones que hayan sido calificadas como tales en el año anterior. En caso que la SUNAT fiscalice a entidades calificadas en años anteriores al indicado, éstas serán consideradas para efectos del porcentaje establecido”.

“2.2. Emitirán y entregarán a los donantes”:

“i) Una copia autenticada de la resolución que acredite que la donación ha sido aceptada, tratándose de entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas”.

“ii) Una declaración en la que indique el destino de la donación en el país, tratándose de organizaciones u organismos internacionales”.

“iii) El “Comprobante de recepción de donaciones”, tratándose de las demás entidades beneficiarias. Éste se emitirá y entregará en la forma y oportunidad que establezca la SUNAT”.

“En los documentos se deberá indicar”:

“i) Los datos de identificación del donante: nombre o razón social, número de Registro Único de Contribuyente, o el documento de identidad personal que corresponda, en caso de carecer de RUC”.

“ii) Los datos que permitan identificar el bien donado, su valor, estado de conservación, fecha de vencimiento que figure impresa en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los productos perecibles, de ser el caso, así como la fecha de la donación”.

“Tratándose de los documentos a que se refieren los acápites i) y iii) del primer párrafo de este numeral, cualquier otra información que la SUNAT determine mediante Resolución de Superintendencia”.

“2.3. Las entidades a que se refiere el acápite ii) del numeral 2.1 de este inciso, deberán informar a la SUNAT de la aplicación de los fondos y bienes recibidos, sustentada con comprobantes de pago, en la forma, plazos, medios y condiciones que ésta establezca.

2.4. De conformidad con el Código Penal y la Ley Penal Tributaria, respectivamente, constituye delito contra la fe pública la emisión de comprobantes de recepción de donaciones por montos mayores a los efectivamente recibidos, y delito de defraudación tributaria la deducción de dicho mayor monto, siempre que en este último caso el donante haya dejado de pagar, en todo o en parte, los tributos correspondientes”.

“3. En cuanto a los bienes donados:

3.1. Cuando las donaciones se refieran a bienes importados con liberación de derechos, el valor que se les asigne quedará disminuido en el monto de los derechos liberados”.

“3.2. En el caso de donaciones en bienes muebles e inmuebles, el valor de las mismas no podrá ser en ningún caso superior al costo computable de los bienes donados”.

“3.3. La donación de bonos suscritos por mandato legal se computará por su valor nominal. En el caso que dichos bonos no hayan sido adquiridos por mandato legal, la donación de los mismos se computará por el valor de mercado.

3.4. Los bienes perecibles deben ser entregados físicamente al donatario antes de la fecha de vencimiento que figure en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los productos perecibles, de ser el caso o, de no existir dicha fecha, dentro de un plazo que permita su utilización”.

“3.5. La donación de dinero se deberá realizar utilizando Medios de Pago, cuando corresponda, de conformidad con lo establecido en el artículo 3° de la Ley N.° 28194.

s.1) Tratándose de la deducción por donaciones de alimentos prevista en el inciso x.1) del artículo 37° de la Ley”:

“1. Los donantes deberán considerar lo siguiente”:

“1.1. Solo podrán deducir la donación que efectúen a favor de las entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas, comprendidas en el inciso a) del artículo 18 de la Ley, organizaciones u organismos internacionales acreditados ante el Estado Peruano y demás entidades sin fines de lucro calificadas previamente como entidades receptoras de donaciones”.

“A tal efecto, entiéndase que las organizaciones u organismos internacionales y las demás entidades sin fines de lucro a que se refiere el párrafo anterior son aquellas cuyo objetivo sea recuperar alimentos en buen estado, evitando su desperdicio o mal uso para entregarlos gratuitamente a personas que necesiten de estos, directamente o a través de instituciones caritativas y de ayuda social calificadas también como entidades receptoras de donaciones. Asimismo, podrán deducir los gastos necesarios vinculados a la donación efectuada”.

“La deducción no podrá exceder del 1,5% de los ingresos gravables de la tercera categoría devengados en el ejercicio provenientes de la venta de alimentos, menos las devoluciones, bonificaciones, descuentos y demás conceptos de naturaleza similar que respondan a la costumbre de la plaza, correspondientes a tales ventas”.

“1.2. La realización de la donación se acreditará”:

“i) Mediante el acta de entrega y recepción de los alimentos donados y una copia autenticada de la resolución correspondiente que acredite que la donación ha sido aceptada, tratándose de donaciones a entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas”.

“ii) Mediante declaración emitida por las organizaciones u organismos internacionales tratándose de donaciones efectuadas a favor de éstos”.

“iii) Mediante el “Comprobante de recepción de donaciones” a que se refiere el acápite iii) del primer párrafo del numeral 2.2 del presente inciso, tratándose de las demás entidades sin fines de lucro a que se refiere el numeral 1.1 de este inciso”.

“1.3. La donación de alimentos podrá ser deducida como gasto en el ejercicio en el que aquella conste en un documento de fecha cierta en el que se especifiquen sus características, valor y estado de conservación. En dicho documento se dejará constancia de la fecha de vencimiento que figure en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los productos perecibles, de ser el caso”.

“1.4. Deberán declarar a la SUNAT las donaciones que efectúen, en la forma y plazo que esta establezca mediante resolución de superintendencia”.

“1.5. En las donaciones efectuadas por sociedades, entidades y contratos de colaboración empresarial a que se refiere el último párrafo del artículo 14 de la Ley, la donación se considerará efectuada por las personas naturales o jurídicas que las integran o que sean parte contratante, en proporción a su participación”.

“2. Los donatarios tendrán en cuenta lo siguiente”:

“2.1. Deberán estar calificados como entidades receptoras de donaciones”:

“i) Las entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas, comprendidas en el inciso a) del artículo 18 de la Ley, se encuentran calificadas como entidades receptoras de donaciones, con carácter permanente. No requieren inscribirse en el Registro de entidades receptoras de donaciones a cargo de la SUNAT. También se encuentran calificadas como entidades receptoras de donaciones con carácter permanente, las organizaciones u organismos internacionales acreditados ante el Estado Peruano y cuyo objeto sea el previsto en el numeral 1.1 de este inciso. No requieren inscribirse en el Registro de entidades receptoras de donaciones a cargo de la SUNAT”.

“ii) Las demás entidades sin fines de lucro a que se refiere el numeral 1.1 de este inciso deberán estar calificadas como receptoras de donaciones por la SUNAT. Para estos efectos, deberán encontrarse inscritas en el Registro Único de Contribuyentes, Registro de entidades inafectas del Impuesto a la Renta o en el Registro de entidades exoneradas del Impuesto a la Renta y cumplir con los demás requisitos que se establezcan mediante resolución de superintendencia. La calificación otorgada tendrá una validez de tres (3) años, pudiendo ser renovada por igual plazo”.

“2.2. Emitirán y entregarán a los donantes”:

“i) Una copia autenticada de la resolución que acredite que la donación ha sido aceptada, tratándose de entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas”.

“ii) Una declaración en la que indique el destino de la donación en el país, tratándose de organizaciones u organismos internacionales”.

“iii) El “Comprobante de recepción de donaciones”, tratándose de las demás entidades sin fines de lucro a que se refiere el numeral 1.1 de este inciso. Este se emitirá y entregará en la forma y oportunidad que establezca la SUNAT”.

“En dichos documentos se deberá indicar”:

“i) Los datos de identificación del donante: nombre o razón social y número de Registro Único de Contribuyentes”.

“ii) Los datos que permitan identificar los alimentos donados, su valor, estado de conservación, fecha de vencimiento que figure impresa en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque de los alimentos, de ser el caso, así como la fecha de donación”.

“iii) Cualquier otra información que la SUNAT determine mediante resolución de superintendencia”.

“2.3. Las demás entidades sin fines de lucro a que se refiere el primer párrafo del numeral 1.1 de este inciso, deberán informar a la SUNAT de la aplicación de los fondos y bienes recibidos, sustentada con comprobantes de pago, en la forma, plazos, medios y condiciones que ésta establezca”.

“3. En cuanto a los alimentos donados:

3.1. Entiéndase por alimentos a cualquier sustancia comestible, ya sea cruda, procesada, preparada o cocinada, hielo, bebidas e ingredientes que cumplan con todos los requisitos de calidad y que, si bien no pueden ser comercializados en el mercado por razones de apariencia, frescura, madurez, tamaño u otras condiciones equivalentes, se encuentran aptos para el consumo humano al momento de ser transferidos a las entidades y dependencias a que se refiere el numeral 1.1 de este inciso.

3.2. El valor de las donaciones de alimentos no puede ser en ningún caso superior al costo computable de los bienes donados.

3.3. Los alimentos deben ser entregados físicamente a las entidades y dependencias a que se refiere el numeral 1.1 de este inciso antes de la fecha de vencimiento que figure en el rotulado inscrito o adherido al envase o empaque, de ser el caso o, de no existir dicha fecha, dentro de un plazo que permita su utilización”.

2.4 “INDECOPI: LEY 29571 SEGÚN EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR. ARTICULO 44 REDONDEO DE PRECIO”:

Se encuentra prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, salvo que este manifieste expresamente su aceptación al momento de efectuar el pago del producto o servicio. Para los efectos de los donativos que se realicen, los establecimientos deben contar con carteles que informen en forma destacada el destino de esos donativos o la institución beneficiaria, sin perjuicio del cumplimiento de las demás obligaciones que establezca el Indecopi”.

2.5 “RESOLUCION DE SUPERINTENDENCIA N° 025-2000/SUNAT (PUBLICADO 24.02.2000)”: “Considerando que la novena Disposición Final del Texto Único Ordenado del Código Tributario aprobado mediante Decreto Supremo N° 135-99-EF dispone que mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar se establecerá, para todo efecto tributario, el número de decimales a utilizar para fijar porcentajes, factores de actualización, actualización de coeficientes, tasas de intereses moratorios u otros conceptos, así como el procedimiento de redondeo”.

“Que es necesario dictar las medidas adecuadas para la correcta determinación de la deuda tributaria”.

“Que en tal sentido resulta conveniente establecer el procedimiento de redondeo para fines tributarios”.

“En uso de las facultades conferidas por las normas mencionadas y de conformidad con el artículo 11° del Decreto Legislativo N° 501 y el inciso n) del artículo 6° del Texto

Único Ordenado del Estatuto de la SUNAT, aprobado por la Resolución de Superintendencia N° 041-98/SUNAT”.

“SE RESUELVE:

Artículo 1°.- ESTABLECIMIENTO Y APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE REDONDEO: La presente Resolución de Superintendencia establece el procedimiento de redondeo a ser utilizado para la determinación de las obligaciones tributarias a cargo de los deudores tributarios y de las que efectúe la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT”.

“Artículo 2°.- PROCEDIMIENTO DE REDONDEO EN LA DETERMINACIÓN DE LA DEUDA TRIBUTARIA: La información solicitada en las declaraciones pago será expresada en números enteros; salvo que se trate de declaraciones presentadas mediante medios telemáticos, en cuyo caso dicha obligación se restringirá al rubro referido a la determinación de la deuda tributaria.

A fin de cumplir lo dispuesto en el párrafo anterior se deberá considerar el primer decimal y aplicar el siguiente procedimiento de redondeo:

Si la fracción es inferior a cinco (5), el valor permanecerá igual, suprimiéndose el decimal.

Si la fracción es igual o superior a cinco (5), el valor se ajustará a la unidad inmediata superior.

Lo dispuesto en el presente artículo será de aplicación a la deuda materia de aplazamiento y/o fraccionamiento”.

“Artículo 3°.- PROCEDIMIENTO DE REDONDEO EN LA DETERMINACIÓN DE PORCENTAJES, FACTOR DE ACTUALIZACIÓN, COEFICIENTES Y TASA DE INTERÉS MORATORIO: Para estos efectos se deberá tener en cuenta lo siguiente”:

“En el caso de porcentaje, se considerará dos (2) decimales”;

“En el caso del factor de actualización, se considerará tres (3) decimales”;

“En el caso de coeficientes, se considerará cuatro (4) decimales”;

“En el caso de la Tasa de Interés Moratorio diaria, se considerará cinco (5) decimales”. “La Tasa de Interés Moratorio diaria se obtiene dividiendo la TIM vigente entre treinta (30)”.

“En el caso de la Tasa de Interés Moratorio Acumulada, se considerará tres (3) decimales. La Tasa de Interés Moratorio Acumulada se obtiene multiplicando la Tasa de Interés Moratorio diaria por el número de días que forman el período impago”.

“El redondeo se establecerá teniendo en cuenta el primer decimal siguiente al número de decimales señalados en cada uno de los incisos anteriores de acuerdo a”:

“Si el primer decimal siguiente es inferior a cinco (5), el valor permanecerá igual, suprimiéndose los decimales posteriores a los señalados en los literales precedentes”.

“Si el primer decimal siguiente es igual o superior a cinco (5), el valor será incrementado en un centésimo, milésimo, diezmilésimo y cienmilésimo, según corresponda”.

“Los montos a ser utilizados en la determinación de los porcentajes o coeficientes, deberán considerar previamente el procedimiento de redondeo indicado en el artículo anterior”.

“Artículo 4°.- APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO A NORMAS QUE SE PUBLIQUEN CON POSTERIORIDAD: La presente resolución será de aplicación a las normas que se publiquen con posterioridad a ésta, siempre que no se señale expresamente en aquéllas el procedimiento de redondeo”.

“Artículo 5°.- VIGENCIA”

“La presente resolución entrará vigencia al día siguiente de su publicación”.

DISPOSICIÓN FINAL

“Única- INAPLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE REDONDEO A LOS LIBROS Y REGISTROS CONTABLES”.

“Lo establecido en el artículo 2° de la presente resolución, no será de aplicación para efecto del registro de las operaciones en los Libros y Registros Contables.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

JAIME R. IBERICO

Superintendente

Poder Ejecutivo del Perú Ley 29667 presentado por presidente de la Republica Alan García Pérez y por el Presidente del Consejo de Ministro José Antonio Chang Escobedo. Ley que modifica los Art. 10,13 y 17 del Texto Único Ordenado de la Ley para la lucha contra La Evasión y para la formalización de la Economía”.

“Art. 1. Definición: A efectos de la presente norma, cuando se haga mención a la ley, se entiende referida al texto único ordenado de la ley para la lucha contra la evasión y para la formalización de la economía aprobada mediante el Decreto Supremo 150-2017-EF y normas modificatorias”.

“Art. 2. Alícuota del Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF): Sustituye el artículo 10 de la ley por el siguiente texto”:

“Art. 10. De La Alícuota: La alícuota del impuesto a las transacciones financieras (ITF) es el 0.005%. el Impuesto se determinan aplicando la tasa sobre el valor de la operación afecta. Conforme a lo establecido en el ART.12 de la ley”.

“Art. 3. Redondeo en el Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF): sustituye el segundo párrafo del Art. 13 de la Ley por el siguiente texto”:

“Art. 13. Del Redondeo del Impuesto: A fin de cumplir lo dispuesto en el párrafo interior se debe considerar lo siguiente procedimiento de redondeo”:

“Si el dígito correspondiente al Tercer decimal es inferior, igual o superior a cinco (5), debe suprimirse”.

“Si el dígito correspondiente al segundo decimal es inferior a cinco (5), se ajusta a cero (0), y si es superior a cinco (5) se ajusta a 5”.

“Art. 4. Declaración y Pago del Impuesto a las transacciones financieras (ITF):
Incorporase el numeral 6 al segundo párrafo del Art. 17 de la ley con el siguiente texto”:

“Art. 17. De la declaración y pago del Impuesto: El impuesto es declarado y pagado por”:

“La declaración y pago por”:

“La declaración y pago del impuesto e realiza en la forma, plazo y condiciones que establece Sunat y debe contener la siguiente información”:

“Monto acumulado del impuesto que, en aplicación de la alícuota señala en el artículo 10, debió ser retenido o percibido en las operaciones gravadas de no considerar lo señalado en el literal b) del segundo párrafo del artículo 13”.

“Art. 5. Vigencia: La presente ley entra en vigencia entra en vigencia a partir del primero de abril de 2011”.

“Comuníquese al Sr. al Presidente de la república para su promulgación.

En lima, a los dieciséis días del mes de febrero del dos mil once.

CESAR ZUMAETA FLORES

Presidente del Congreso de la Republica.

ALDA LAZO RIOS DE HORNING

Segunda Vicepresidencia del Congreso de la Republica.

AI SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA.

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la casa de Gobierno, en Lima a los diecinueve días del mes de febrero del año dos mil once.

Alan García Pérez.

Presidente Constitucional de la Republica.

José Antonio Chang Escobedo.

Presidente del Concejo de Ministros y Ministro de educación”.

2.6 “Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado del Código Tributario Decreto Supremo N° 133 – 2013-EF (Publicado el 22 de junio de 2013)”.

“Que, mediante el Decreto Legislativo N° 816 se aprobó el Nuevo Código Tributario, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 21 de abril de 1996”.

“Que, a través del Decreto Supremo N° 135-99-EF, se aprobó el Texto Único Ordenado del Código Tributario, publicado el 19 de agosto de 1999”.

“LIBRO CUARTO

INFRACCIONES, SANCIONES Y DELITOS

TITULO I. INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS”.

“Artículo 164°.- CONCEPTO DE INFRACCIÓN TRIBUTARIA Es infracción tributaria, toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias, siempre que se encuentre tipificada como tal en el presente Título o en otras leyes o decretos legislativos”.

2.7 “Reglamento de comprobante de Pago, Texto actualizado al 28.05.2018, fecha de publicación de la Resolución de Superintendencia N.º 133-2018/SUNAT REGLAMENTO DE COMPROBANTES DE PAGO RESOLUCION DE SUPERINTENDENCIA N° 007-99/SUNAT (Publicada el 24.01.1999, vigente desde el 01.02.1999)”

“Capítulo 1”

“DISPOSICIONES GENERALES”

“Artículo 1°.- DEFINICIÓN DE COMPROBANTE DE PAGO El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. En los casos en que las normas sobre la materia exijan la autorización de impresión y/o importación a que se refiere el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se considerará que existe comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido autorizada por la SUNAT conforme al procedimiento señalado en el citado numeral. La inobservancia de dicho procedimiento acarreará la configuración de las infracciones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según corresponda”.

**2.8 TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA
DECRETO SUPREMO N.° 179-2004-EF (Publicado el 8.12.2004) / CAPITULO V (De
La Renta Bruta).**

- “**Artículo 28.-** Son rentas de tercera categoría:”
“**Inciso A.-** Las derivadas del comercio, la industria o minería; de la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; de la prestación de servicios comerciales, industriales o de índole similar, como transportes, comunicaciones, sanatorios, hoteles, depósitos, garajes, reparaciones, construcciones, bancos, financieras, seguros, fianzas y capitalización; y, en general, de cualquier otra actividad que constituya negocio habitual de compra o producción y venta, permuta o disposición de bienes.”

**2.9 REGLAMENTO DE LA LEY DEL IMPUESTO A LA RENTA DECRETO
SUPREMO N° 122-94-EF / CAPITULO V (De La Renta Bruta).**

- “**Artículo 17°.-** RENTAS BRUTAS DE TERCERA CATEGORIA Para efecto de lo dispuesto en el Artículo 28° de la Ley:”

“**Inciso d.-** Las rentas previstas en el inciso a) del artículo 28 de la Ley a que se refiere el segundo párrafo del citado artículo 28, son aquéllas que se derivan de cualquier otra actividad que constituya negocio habitual de compra o producción y venta, permuta o disposición de bienes.

2.10 Norma Internacional de Contabilidad 18 Ingresos de Actividades Ordinarias / Caballero Bustamante edición 2012 pág. 295

- “Dado que el ingreso debe estar relacionado con un periodo específico, la principal preocupación respecto al rubro ingresos es determinar cuándo deben ser reconocidos, para ello, resulta de suma importancia aplicar la base de acumulación o devengado que de conformidad con el párrafo **22 del marco conceptual** para la preparación y presentación de los estados financieros.”

“Devengado o base acumulación/ párrafo 22 del marco conceptual:

Las transacciones y sus efectos se reconocen cuando ocurren.- Es esencial que con el fin de cumplir sus objetivos los estados financieros se preparen sobre la base contable de la acumulación o devengado, según esta base:

- a) los efectos de las transacciones y demás sucesos se reconocen cuando ocurren y no cuando se recibe o paga dinero u otro equivalente al efectivo.”

2.11 Norma Internacional de Información Financiera 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes.

- El objetivo de esta Norma es establecer los principios que aplicará una entidad para presentar información útil a los usuarios de los estados financieros sobre la naturaleza, importe, calendario e incertidumbre de los ingresos de actividades ordinarias y flujos de efectivo que surgen de un contrato con un cliente.
- **Medición.** Párrafo 46 Cuando (o a medida que) una obligación de desempeño se satisface, una entidad reconocerá como ingresos de actividades ordinarias el

importe del precio de la transacción (que excluye las estimaciones de la contraprestación variable que están limitadas de acuerdo con los párrafos 56 a 58) que se asigna a esa obligación de desempeño.

- **Determinación del precio de la transacción.** Párrafo 47 Una entidad considerará los términos del contrato y sus prácticas tradicionales de negocio para determinar el precio de la transacción. El precio de la transacción es el importe de la contraprestación a la que una entidad espera tener derecho a cambio de transferir los bienes o servicios comprometidos con cliente, excluyendo los importes recaudados en nombre de terceros (por ejemplo, algunos impuestos sobre las ventas). La contraprestación que se compromete en un contrato con un cliente puede incluir importes fijos, importes variables, o ambos.
- Párrafo 48 la naturaleza, calendario e importe de la contraprestación a que se ha comprometido el cliente afecta a la estimación del precio de la transacción. Al determinar el precio de la transacción, una entidad considerará los efectos de todos los siguientes aspectos:
 - (a) contraprestación variable (véanse los párrafos 50 a 55 y 59);
 - (b) limitaciones de las estimaciones de la contraprestación variable (véanse los párrafos 56 a 58);
 - (c) existencia de un componente de financiación significativo en el contrato (véanse los párrafos 60 a 65);
 - (d) contraprestaciones distintas al efectivo (véanse los párrafos 66 a 69); y
 - (e) contraprestación por pagos a realizar al cliente (véanse los párrafos 70 a 72).
- Párrafo 49 a efectos de determinar el precio de la transacción, una entidad asumirá que los bienes o servicios se transferirán al cliente según el compromiso y de

acuerdo con el contrato existente y que el contrato no se cancelará, renovará o modificará.

- **Contraprestación variable.** Párrafo 50 Si la contraprestación prometida en un contrato incluye un importe variable, una entidad estimará el importe de la contraprestación a la cual la entidad tendrá derecho a cambio de transferir los bienes o servicios comprometidos con el cliente.
- Párrafo 51 El importe de la contraprestación puede variar debido a descuentos, devoluciones, reembolsos, créditos, reducciones de precio, incentivos, primas de desempeño, penalizaciones u otros elementos similares. La contraprestación acordada puede también variar si el derecho de una entidad a recibirla depende de que ocurra o no un suceso futuro. Por ejemplo, un importe de contraprestación sería variable si se vendiera un producto con derecho de devolución o se promete un importe fijo como prima de desempeño en el momento del logro de un hito especificado.
- Párrafo 52 La variabilidad relacionada con la contraprestación prometida por un cliente puede señalarse de forma explícita en el contrato. Además de los términos del contrato, la contraprestación acordada es variable si existe alguna de la siguientes circunstancias:
 - (a) El cliente tiene una expectativa válida de que surja de las prácticas tradicionales de negocios, políticas publicadas o declaraciones específicas de una entidad que la entidad aceptará un importe de contraprestación que es menor que el precio señalado en el contrato. Esto es, se espera que la entidad ofrezca una reducción del precio. Dependiendo de la jurisdicción, sector industrial o cliente, esta oferta puede denominarse descuento, devolución, reembolso o crédito.

- (b) Otros hechos y circunstancias indican que la intención de la entidad, al realizar el contrato con el cliente, es la de ofrecerle una reducción del precio.
- Párrafo 53 Una entidad estimará un importe de contraprestación variable utilizando alguno de los siguientes métodos, dependiendo del método que la entidad espere que prediga mejor el importe de contraprestación al que tendrá derecho:
 - (a) El valor esperado—el valor esperado es la suma de los importes ponderados según su probabilidad en un rango de importes de contraprestación posibles. Un valor esperado puede ser una estimación apropiada del importe de la contraprestación variable si una entidad tiene un gran número de contratos con características similares.
 - (b) El importe más probable—el importe más probable es el importe individual más probable en un rango de importes de contraprestaciones posibles (es decir, el desenlace individual más probable del contrato). El importe más probable puede ser una estimación apropiada del importe de la contraprestación variable si el contrato tiene solo dos desenlaces posibles (por ejemplo, una entidad logra una prima de desempeño o no la logra).
 - Párrafo 54 Una entidad aplicará un método de forma congruente a todo el contrato al estimar el efecto de una incertidumbre sobre el importe de la contraprestación variable a la que tendrá derecho la entidad. Además, una entidad considerará toda la información (histórica, actual y pronosticada) que esté razonablemente disponible para la entidad e identificará un número razonable de importes de contraprestación posibles. La información que utiliza una entidad para estimar el importe de la contraprestación variable sería habitualmente similar a la información que la gerencia de la entidad utiliza durante el proceso de oferta y

propuesta, así como al establecer precios para los bienes o servicios comprometidos.

- **Pasivos por reembolsos.** Párrafo 55 Una entidad reconocerá un pasivo por reembolsos si la entidad recibe contraprestaciones de un cliente y espera reembolsarle toda o parte de la contraprestación. Un pasivo por reembolso se mide al importe de la contraprestación recibida (o por recibir) a la cual la entidad no espera tener derecho (es decir, los importes no incluidos en el precio de la transacción). El pasivo por reembolso (y el cambio correspondiente en el precio de la transacción y, por ello, el pasivo del contrato se actualizará al final de cada periodo de presentación para tener en cuenta los cambios en las circunstancias. Para contabilizar un pasivo por reembolso relacionado con una venta con derecho a devolución, una entidad aplicará las guías de los párrafos B20 a B27.
- **Limitaciones de las estimaciones de la contraprestación variable.** Párrafo 56 Un entidad incluirá en el precio de la transacción todo o parte del importe de la contraprestación variable estimada de acuerdo con el párrafo 53 solo en la medida en que sea altamente probable que no ocurra una reversión significativa del importe del ingreso de actividades ordinarias acumulado reconocido cuando se posteriormente resuelva la incertidumbre sobre la contraprestación variable.
- Párrafo 57 Al evaluar si es altamente probable que no ocurra una reversión significativa en el importe de los ingresos de actividades ordinarias acumulados reconocidos, una vez que se resuelva posteriormente la incertidumbre sobre la contraprestación variable, una entidad considerará la probabilidad y la magnitud de la reversión de los ingresos de actividades ordinarias. Los factores que podrían incrementar la probabilidad o la magnitud de una reversión de los ingresos de

actividades ordinarias incluyen, pero no se limitan a, cualquiera de los siguientes aspectos:

(a) El importe de la contraprestación es altamente sensible a factores que están fuera de la influencia de la entidad. Dichos factores pueden incluir la volatilidad en un mercado, el juicio o las acciones de terceros, las condiciones climatológicas y un alto riesgo de obsolescencia del bien o servicio comprometido.

(b) La incertidumbre sobre el importe de la contraprestación no se espera que se resuelva durante un largo periodo de tiempo.

(c) La experiencia de la entidad (u otra evidencia) con tipos similares de contratos es limitada, o esa experiencia (u otra evidencia) tiene un valor predictivo limitado.

(d) La entidad tiene por práctica ofrecer un amplio rango de reducciones de precios o cambiar los términos y condiciones de pago de contratos similares en circunstancias parecidas.

(e) El contrato tiene un gran número y amplio rango de importes de contraprestación posibles.

- Párrafo 58 Una entidad aplicará el párrafo B63 para contabilizar la contraprestación en forma de regalías basadas en ventas o en uso que se promete a cambio de una licencia de propiedad intelectual.
- **Nueva evaluación de la contraprestación variable.** Párrafo 59 Al final de cada periodo de presentación, una entidad actualizará el precio estimado de la transacción (incluida la actualización de su evaluación acerca de si una estimación de la contraprestación variable está restringida) para representar fielmente las circunstancias existentes al final del periodo de presentación y los cambios en las circunstancias durante dicho periodo de presentación. La entidad contabilizará los cambios en el precio de la transacción de acuerdo con los párrafos 87 a 90.

- **Existencia de un componente de financiación significativo en el contrato.**

Párrafo 60 Al determinar el precio de la transacción, una entidad ajustará el importe comprometido de la contraprestación para dar cuenta de los efectos del valor temporal del dinero, si el calendario de pagos acordado por las partes del contrato (explícita o implícitamente) proporciona al cliente o a la entidad un beneficio significativo de financiación de la transferencia de bienes o servicios al cliente. En esas circunstancias, el contrato contiene un componente de financiación significativo. Un componente de financiación significativo puede existir independientemente de si el compromiso de financiación se estipula de forma explícita en el contrato, o bien está implícita en las condiciones de pago acordadas por las partes del contrato.

- Párrafo 61 El objetivo de ajustar el importe que se ha comprometido en la contraprestación para dar cuenta de un componente de financiación significativo es que una entidad reconozca los ingresos de actividades ordinarias por un importe que refleje el precio que un cliente habría pagado por los bienes o servicios comprometidos si hubiera pagado en efectivo por dichos bienes o servicios cuando transfieren al cliente (es decir, el precio de venta en efectivo). Una entidad considerará todos los hechos y circunstancias relevantes en la evaluación de si un contrato contiene un componente de financiación y si ese componente de financiación es significativo en relación con el contrato, los dos aspectos siguientes:

(a) la diferencia, si la hubiera, entre el importe de la contraprestación acordada y el precio de venta en efectivo de los bienes o servicios comprometidos; y

(b) el efecto combinado de:

- (i) el periodo de tiempo esperado entre el momento en que la entidad transfiere los bienes o servicios comprometidos con cliente y el momento en que el cliente paga por dichos bienes o servicios; y
 - (ii) las tasas de interés dominantes en el mercado correspondiente.
- Párrafo 62 A pesar de la evaluación mencionada en el párrafo 61, un contrato con un cliente no tendría un componente de financiación significativo si se diesen cualquiera de los siguientes factores:
 - (a) El cliente pagó por los bienes o servicios por anticipado y el calendario de la transferencia de dichos bienes o servicios es a discreción del cliente.
 - (b) Una parte sustancial de la contraprestación comprometida por el cliente es variable y el importe o calendario de esa contraprestación varía según ocurra o no un suceso futuro que no está sustancialmente dentro del control del cliente o de la entidad (por ejemplo, si la contraprestación es una regalía basada en ventas).
 - (c) La diferencia entre la contraprestación acordada y el precio de venta en efectivo del bien o servicio (como se describe en el párrafo 61) surge por razones distintas a la de proporcionar financiación al cliente o a la entidad, y la diferencia entre dichos importes es proporcional al motivo de la diferencia. Por ejemplo, las condiciones de pago pueden proporcionar a la entidad o al cliente protección de que la otra parte no cumpla adecuadamente todas o una parte de sus obligaciones según el contrato.
- Párrafo 63 Como solución práctica, una entidad no necesita ajustar el importe que se ha comprometido como contraprestación para dar cuenta de los efectos de un componente de financiación significativo si la entidad espera, al comienzo del contrato, que el periodo entre el momento en que la entidad transfiere un bien o

servicio comprometido con el cliente y el momento en que el cliente paga por ese bien o servicio sea de un año o menos.

- **Párrafo 64** Para cumplir el objetivo del párrafo 61 al ajustar el importe comprometido de la contraprestación para dar cuenta de un componente de financiación significativo, una entidad utilizará la tasa de descuento que se reflejaría en una transacción de financiación separada entre la entidad y su cliente al comienzo del contrato. Esa tasa reflejaría las características del crédito de la parte que recibe financiación en el contrato, así como cualquier garantía o garantía colateral proporcionada por el cliente o la entidad, incluidos los activos transferidos en el contrato. Una entidad podría determinar esa tasa identificándola con la tasa que descuenta el importe nominal de la contraprestación acordada y lo iguala al precio que el cliente pagaría en efectivo por los bienes o servicios cuando (o a medida que) se transfieren al cliente. Después del comienzo del contrato, una entidad no actualizará la tasa de descuento por cambios en las tasas de interés u otras circunstancias (tales como un cambio en la evaluación del riesgo de crédito del cliente).
- **Párrafo 65** Una entidad presentará los efectos de la financiación por separado (ingresos por intereses o gastos por intereses) de los ingresos de actividades ordinarias de contratos con clientes en el estado del resultado integral. Los ingresos por intereses o gastos por intereses se reconocen solo en la medida en que se reconozca un activo del contrato (o cuenta por cobrar) o un pasivo del contrato en la contabilización de un contrato con un cliente.
- **Contraprestación distinta al efectivo.** **Párrafo 66** Para determinar el precio de la transacción para contratos en los que un cliente compromete una contraprestación

- en una forma distinta al efectivo, una entidad medirá la contraprestación distinta al efectivo (o compromiso de contraprestación distinta al efectivo) al valor razonable.
- **Párrafo 67** Si una entidad no puede estimar de forma razonable el valor razonable de la contraprestación distinta al efectivo, la entidad medirá dicha contraprestación de forma indirecta por referencia al precio de venta independiente de los bienes o servicios comprometidos con el cliente (o clase de cliente) a cambio de la contraprestación.
 - **Párrafo 68** El valor razonable de la contraprestación distinta al efectivo puede variar debido a la forma de la contraprestación (por ejemplo, un cambio en el precio de una acción a la que una entidad tiene derecho a recibir de un cliente). Si el valor razonable de la contraprestación distinta al efectivo comprometida por un cliente varía por razones distintas a la forma de la contraprestación (por ejemplo, el valor razonable podría variar debido al desempeño de la entidad), una entidad aplicará los requerimientos de los párrafos 56 a 58.
 - **Párrafo 69** Si el cliente aporta bienes o servicios (por ejemplo, materiales, equipo o empleados) para facilitar a una entidad el cumplimiento del contrato, ésta evaluará si obtiene el control de dichos bienes o servicios aportados. Si es así, la entidad contabilizará los bienes o servicios aportados como una contraprestación distinta al efectivo recibida del cliente.
 - **Contraprestación pagadera a un cliente.** **Párrafo 70** La contraprestación pagadera al cliente incluye importes de efectivo que una entidad paga, o espera pagar, al cliente (u otras partes que compren los bienes o servicios de la entidad procedentes del cliente). La contraprestación pagadera al cliente también incluye el crédito u otros elementos (por ejemplo, un cupón o vale) que puede aplicarse contra los importes adeudados a la entidad (o a terceros que compren los bienes o

servicios de la entidad procedentes del cliente). Una entidad contabilizará la contraprestación pagadera al cliente como una reducción del precio de la transacción y, por ello, de los ingresos de actividades ordinarias, a menos que el pago al cliente sea a cambio de un bien o servicio distinto (como se describe en los párrafos 26 a 30) que el cliente transfiera a la entidad. Si la contraprestación pagadera al cliente incluye un importe variable, una entidad estimará el precio de la transacción (incluida la evaluación de si la estimación de la contraprestación variable está restringida) de acuerdo con los párrafos 50 a 58.

- Párrafo 71 la contraprestación pagadera al cliente es un pago por un bien o servicio distinto procedente del cliente, entonces una entidad contabilizará la compra del bien o servicio de la misma forma que contabiliza otras compras procedentes de proveedores. Si el importe de la contraprestación pagadera al cliente supera el valor razonable del bien o servicio distinto que la entidad recibe del cliente, entonces la entidad contabilizará el exceso como una reducción del precio de la transacción. Si la entidad no puede estimar de forma razonable el valor razonable del bien o servicio recibido del cliente, contabilizará toda la contraprestación pagadera al cliente como una reducción del precio de la transacción.
- Párrafo 72 Por consiguiente, si la contraprestación pagadera al cliente se contabiliza como una reducción del precio de la transacción, una entidad reconocerá la reducción de los ingresos de actividades ordinarias cuando (o a medida que) ocurra el último de los siguientes sucesos:
 - (a) la entidad reconoce los ingresos de actividades ordinarias por la transferencia al cliente de los bienes o servicios relacionados; y

(b) la entidad paga o se compromete a pagar la contraprestación (incluso si el pago se condiciona a un suceso futuro). Ese compromiso puede estar implícito en las prácticas comerciales tradicionales de la entidad.

2.12 Norma Internacional de Contabilidad 1 Presentación de Estados Financieros.

- El objetivo de esta Norma es establecer las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general, con el fin de asegurar la comparabilidad de los mismos, tanto con respecto a los estados publicados por la misma empresa en periodos anteriores, como con respecto a los de otras empresas diferentes. Para alcanzar dicho objetivo, la Norma establece, en primer lugar, consideraciones generales para la presentación de los estados financieros y, a continuación, ofrece guías para determinar su estructura, a la vez que fija los requisitos mínimos sobre el contenido de los estados a publicar por las empresas. Tanto el reconocimiento como la medición y presentación de las transacciones y sucesos particulares, se abordan en otras Normas Internacionales de Contabilidad.
- Párrafo 5. Los estados financieros constituyen una representación financiera estructurada de la situación financiera y de las transacciones llevadas a cabo por la empresa. El objetivo de los estados financieros, con propósitos de información general, es suministrar información acerca de la situación y desempeño financieros, así como de los flujos de efectivo, que sea útil a un amplio espectro de usuarios al tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión que los administradores han hecho de los recursos que se les han confiado. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministran información acerca de los siguientes elementos de la empresa (activos, pasivos, patrimonio neto, flujo de efectivo, los ingresos y

gastos, en los cuales se incluyen las pérdidas y ganancias). Esta información, junto con la contenida en las notas a los estados financieros, ayuda a los usuarios a predecir los flujos de efectivo futuros, particularmente en lo que se refiere a la distribución temporal y grado de certidumbre de la generación de efectivo y otros medios líquidos equivalentes.

- **Párrafo 29. Importancia relativa y agrupación de datos**, cada partida que posea la suficiente importancia relativa debe ser presentada por separado en los estados financieros. Las partidas de importes no significativos deben aparecer agrupadas con otras de similar naturaleza o función.
- **Párrafo 34. Compensación**, Las partidas de ingresos y gastos deben ser compensadas cuando, y sólo cuando:
 - (a) Lo exija o permita alguna Norma Internacional de Contabilidad; o bien
 - (b) Las ganancias, las pérdidas, y los gastos correspondientes, surgidos de la misma transacción o suceso, o bien de un conjunto similar de ellos, no resulten individualmente significativas. Tales importes deben agregarse siguiendo las pautas dadas en el párrafo 29.
- **Párrafo 36.** En la NIC 18 Ingresos Ordinarios, se define el concepto de ingreso ordinario y se exige evaluarlo según el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, teniendo en cuenta el importe de cualesquiera descuentos comerciales y rebajas por volumen de venta que sean practicadas por la empresa. Las empresas llevan a cabo, en el curso normal de sus operaciones, otras transacciones que son accesorias respecto a las actividades que generan los ingresos ordinarios más importantes. Los resultados de tales transacciones se presentarán compensando los ingresos con los gastos que genere la misma operación, siempre que este tipo de presentación refleje la sustancia de la transacción. Por ejemplo:

- (a) Las pérdidas y ganancias por la venta de activos no circulantes, entre los que se encuentran las inversiones financieras y los activos no corrientes de la explotación, se suelen presentar netas, deduciendo, del importe recibido por la venta, el valor contable del activo y los gastos relacionados con la desapropiación.
- (b) Los gastos que hayan sido reembolsados a la empresa como consecuencia de un acuerdo contractual con terceros (por ejemplo un contrato de subarriendo), se presentarán compensándolos con los reembolsos efectivamente recibidos.
- (c) Las partidas extraordinarias pueden presentarse netas de los impuestos correspondientes y de la parte que corresponde a intereses minoritarios, mostrando las cantidades brutas por medio de notas.
- Párrafo 75. Estado o cuenta de resultados Información a revelar en el cuerpo del estado o cuenta de resultados, Como mínimo, en el cuerpo del estado o cuenta de resultados se deben incluir líneas con los importes que correspondan a las siguientes partidas:
 - (a) Ingresos ordinarios.
 - (b) Resultado de la operación.
 - (c) Gastos financieros.
 - (d) Participación en las pérdidas y ganancias de las empresas asociadas y negocios conjuntos que se lleven contablemente por el método de la participación.
 - (e) Gasto por el impuesto a las ganancias.
 - (f) Pérdidas o ganancias por las actividades ordinarias.
 - (g) Resultados extraordinarios.
 - (h) Intereses minoritarios.
 - (i) Ganancia o pérdida neta del período.

- Párrafo 90. **Estado de flujo de efectivo**, La NIC 7 Estados de Flujo de Efectivo, establece ciertos requisitos para la presentación de este documento financiero, así como otras informaciones relacionadas con él. Allí se afirma que la información sobre flujos de efectivo resulta útil al suministrar a los usuarios una base para la evaluación de la capacidad que la empresa tiene para generar efectivo y otros medios líquidos equivalentes, así como las necesidades de la empresa para la utilización de esos flujos de efectivo.

3 Definición de términos básicos:

3.1 Diferencia por Redondeo:

- “El redondeo consiste en reducir los dígitos en un valor número. En contabilidad, el redondeo se produce cuando reduces el número de decimales importantes al valor numérico más cercano, ya sea superior o inferior”.

3.2 Evasión Tributaria:

- “Es el uso de medios ilegales para reducir el pago de impuestos que le correspondería pagar a un contribuyente. El evasor actúa de mala fe, en forma ilícita, incurriendo en ingresar datos falsos para pagar menos impuesto”.

3.3 Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF):

“Es un Impuesto creado en el año 2004, que permite la bancarización de las operaciones económicas y comerciales que realizan las personas y empresas a través de empresas del sistema financiero, utilizando los medios de pago que la ley permite”

3.4 Ratios Financieros:

- “Las ratios, razones o indicadores financieros son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través

de las cuales, la relación entre sí de dos datos financieros directos permiten analizar el estado actual o pasado de una organización”.

3.8.1 *Liquidez-caja (tesorería)*

- “Es un indicador que mide la liquidez más inmediata, pues responde ante obligaciones de corto plazo con su efectivo y depósitos bancarios.

Interpretación: Que la entidad cuenta con “X” sol entre dinero y bienes de rápida liquidez por cada sol que tiene de deuda a corto plazo”.

Tesorería = Efectivo y equivalente de efectivo / Pasivo corriente

3.5 Redondeo

- “Es el uso de medios ilegales para reducir el pago de impuestos que le correspondería pagar a un contribuyente. El evasor actúa de mala fe, en forma ilícita, incurriendo en ingresar datos falsos para pagar menos impuesto”.

3.6 Tipos de Redondeo:

“Existen 2 tipos de redondeo: simétrico y truncado”

“Truncado: Es el término usado para reducir el número de dígitos a la derecha del separador decimal, descartando los menos significativos”.

*”Ejemplo: $0.3333+0.6666=0.9999$ (Redondeo truncado)

Simétrico: Consiste en aumentar en uno la última cifra retenida si la primera cifra descartada esta entre 5 y 9, o dejarla igual si la cifra descartada entre 0 y 4”

- *”Ejemplo: $0.3333+0.6667=1.000$ (Redondeo simétrico)”

3.7 Tributo:

- “Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

El Código Tributario establece que el término TRIBUTO comprende en impuestos, contribuciones y tasas”:

- **Impuesto:** “Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta”.
- **Contribución:** “Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO”.
- **Tasa:** “Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos”.

“La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los administran para fines específicos”.

3.8 Unidad Impositiva Tributaria (UIT):

- “Es el valor de referencia, la definición del Diccionario Fiscal de la Asociación Iberoamericana de Tribunales de Justicia Fiscal o Administrativa dice: “puede ser utilizado en las normas tributarias para determinar las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere conveniente el legislador. También podrá ser utilizada para aplicar sanciones, determinar obligaciones contables, inscribirse en el registro de contribuyentes y otras obligaciones formales.” En el Perú, la UIT es fijada al inicio del año por el Ministerio de Economía y Finanzas. Para el 2018, la UIT es S/4,150.00. Veinte años atrás, en 1992 la UIT era de S/1,040.00”

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

1. Hipótesis y/o supuestos básicos:

1.1 Hipótesis General:

- La diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad generan evasión de impuestos.

1.2 Hipótesis Específicas:

- Las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales.
- No se refleja esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago.
- La diferencia por redondeo genera evasión tributaria.

2. Identificación de Variables o Unidades de Análisis:

2.1 Variable Independiente:

- Diferencia por Redondeo.

2.2 Variable Dependiente:

- Evasión de Impuestos.

3. Matriz Lógica de Consistencia:

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Problema General ¿Cómo la diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad puede generar la evasión de impuesto?	Objetivo General Establecer como la diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en la actualidad puede generar la evasión de impuestos.	Hipótesis General La diferencia por redondeo que aplican las tiendas comerciales en La actualidad genera evasión de impuestos.	Independiente Diferencia por Redondeo.	Redondeo a favor consumidor	Margen comercial	Encuesta
				Redondeo a favor del vendedor		
Problema Secundarios ¿De qué manera las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales? - ¿Es válido que no se refleje esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago? - ¿La diferencia por redondeo genera evasión tributaria?	Objetivos Específicos Establecer la manera que las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales. - Establecer la valides que no se refleja esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago. - Establecer si la diferencia por redondeo genera evasión tributaria	Hipótesis Específicos Las empresas se benefician con la diferencia por redondeo que aplican en sus precios las tiendas comerciales No se refleja esa ganancia por redondeo en el comprobante de pago. La diferencia por redondeo genera evasión tributaria.	Dependiente Evasión de Impuestos.	No declarar ingresos	Cuadraturas de venta por tienda	Indicadores Financieros
				IGV Y RENTA		Indicadores Financieros

CAPÍTULO IV

MÉTODO

1. Tipo y Método de Investigación:

- La presente investigación aplicada es de tipo cuantitativo la cual explica la ganancia por redondeo para la empresa DH EMPRESAS PERU S.A, para poder competir con precios que la competencia expone.

El método utilizado es el método descriptivo - explicativo debido a que la problemática establecida es de cómo una empresa evade impuestos a través de dar un precio referido que al redondearlo termina siendo beneficiada la empresa.

2. Diseño específico de investigación:

- El diseño de esta investigación es no experimental y correlacional.

3. Población, Muestra o Participantes:

- La población y la muestra está conformada por el área de finanzas constituida 15 personas, estas personas participan en la presente investigación, quienes proporcionaron la información para el presente trabajo de investigación.

4. Instrumentos de Recogida de Datos:

- La técnica para poder obtener la información se dio a través de encuesta al personal de las áreas involucradas de la empresa, según la información reunida por parte de los empleados, jefes y gerentes de la empresa DH EMPRESAS PERU S.A.

- En la encuesta se desarrolló ciertas preguntas para saber si los trabajadores conocían si las ganancias por redondeo que tanto son legales o no y el criterio que toman los trabajadores al conocer si es legal o no.

5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos:

- La técnica para poder proceder a la investigación fue a base a la encuesta realizada al personal especializado de contabilidad y finanzas.

6. Procedimiento para la Ejecución del Estudio:

- Después de obtener la información se efectuó el análisis para poder proceder a desarrollar el presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Datos Cuantitativos:

Para poder canalizar la información del trabajo de investigación, se elaboró una serie de preguntas tomando una muestra de 15 colaboradores de la empresa DH Empresas Perú SA, dicho colaboradores son del área de finanzas (conformado por la Gerente financiera con 3 años de experiencia en el cargo, la contadora general con más de 2 años en el cargo, 3 analistas contables, 2 asistentes contables con más de 2 años en el cargo, 2 auditores internos con más de 2 años en el cargo, 1 practicante de auditoria con más de 1 años en el cargo, 1 analistas de adquisiciones con más de 2 años en el cargo, 1 tesorero con más de 2 años en el cargo y 3 analistas de facturación con más de 2 años en el cargo), la encuesta contiene 18 preguntas que fueron respondidos por las personas encuestadas.

Los temas que se elaboraron para poder recolectar la información y el desarrollo de las preguntas se tomó por conceptos económicos y éticos como fuente desarrollo de la empresa:

- Precio redondeado
- Evasión impuesto
- Comprobante de pago
- Ley del consumidor 29571
- Ley del impuesto a la Renta
- Donaciones

2. Análisis de Resultados:

El resultado de la encuesta de 18 preguntas se detalla a continuación:

2.1 ¿Tiene Conocimiento el personal de la empresa sobre la LEY 29571 según EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ARTICULO 44 DEL REDONDEO DE PRECIO?

Tabla 2

Conocimiento de la ley 29571 art 44 empresa

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	20%
NO	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

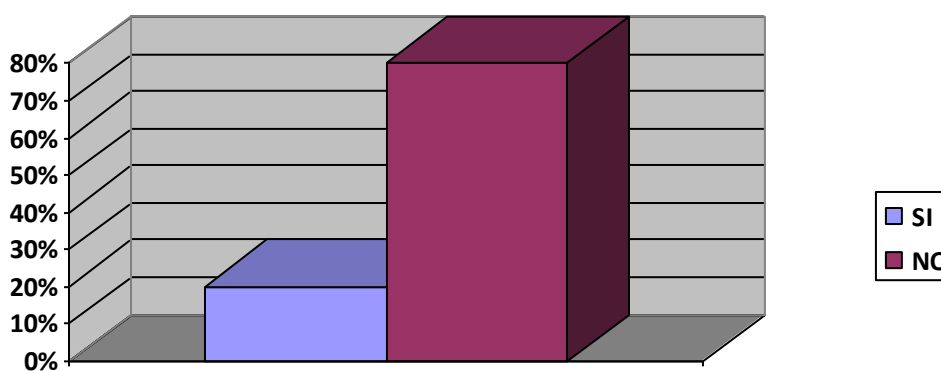


GRAFICO 1 : CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA POR LA LEY 29571 (Elaboración Propia)

Figura 1. Conocimiento de la empresa por la Ley 29571
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de finanzas la muestra indica:

Que el 20% de la muestra señala que, si conoce la ley 29571 del art. 44 del redondeo de precio, mientras que el 80% de la muestra indica que no conocen la norma.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas desconocen de la ley 29571.

2.2 ¿Tiene Conocimiento el consumidor sobre la LEY 29571 según EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ARTICULO 44 DEL REDONDEO DE PRECIO?

Tabla 3

Conocimiento de la ley 29571 art 44 consumidor

Alternativas	Encuestados	Porcentaje
SI	1	6.67%
NO	14	93.33%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

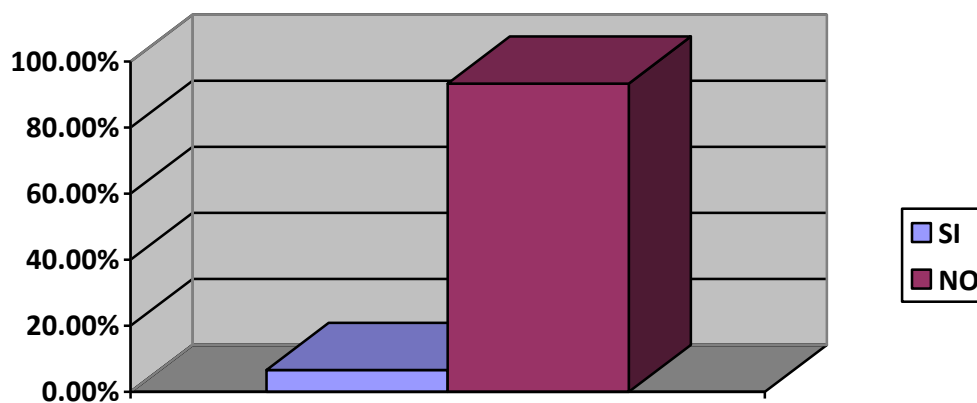


GRAFICO 2 : CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR POR LA LEY 29571 (Elaboración Propia)

Figura 2. Conocimiento del consumidor por la Ley 29571
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de finanzas la muestra indica:

Que el 6.67% de la muestra señala que, si conoce la ley 29571 del art. 44 del redondeo de precio, mientras que el 93.33% de la muestra indica que no conocen la norma.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas señalan que el consumidor desconoce de sus derechos ley 29571.

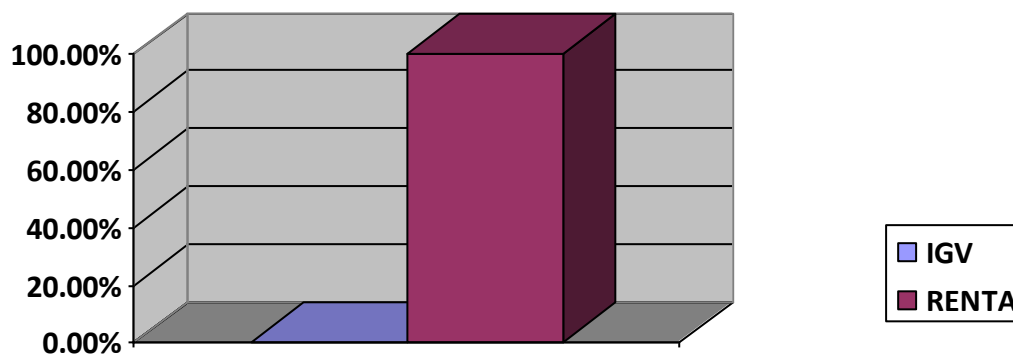
2.3 ¿En qué parte cree usted que se declara tributariamente las ganancias o pérdidas por redondeo producto de la venta por precios con precios redondeados?

Tabla 4

Conocimiento tributario donde se deduce las ganancias o pérdidas por redondeo

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
IGV	0	0%
RENTA 3°	15	100%
CATEGORIA		
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)



**GRAFICO 3 : CONOCIMIENTO TRIBUTARIO
DONDE SE DEDUCE LAS GANANCIAS O
PERDIDAS POR REDONDEO (Elaboración
Propia)**

Figura 3. Conocimiento tributario donde se deduce las ganancias o pérdidas por redondeo
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 100 % de la muestra señala que la ganancia o la pérdida por redondeo se encuentran declaradas en el impuesto a la renta.

El resultado de la encuesta señala que por unanimidad las personas encuestadas declaran la diferencia por redondeo en la declaración del impuesto renta.

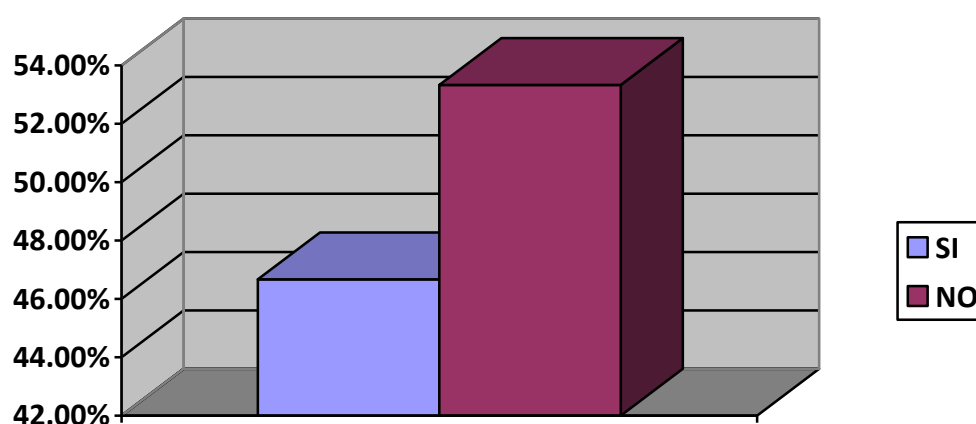
2.4 ¿cree usted que el precio redondeado puede generar alguna evasión tributaria?

Tabla 5

Posibilidades de evasión tributaria

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	46.67%
NO	8	53.33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)



**GRAFICO 4 : POSIBILIDADES DE EVASION
TRIBUTARIA (Elaboración Propia)**

Figura 4. Posibilidades de evasión tributaria

Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 46.67 % de la muestra señala que si podría darse una evasión tributaria y el 53.33% señala que no puede darse evasión tributaria.

El resultado de la encuesta señala que con una mínima aceptación de las personas encuestadas que no puede haber una evasión tributaria.

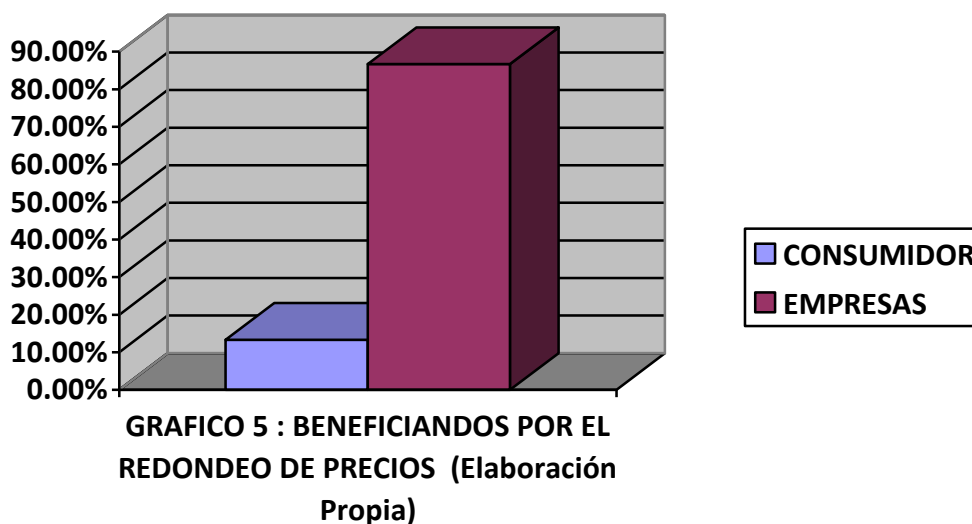
2.5 ¿Quién cree en la actualidad se benefician en el Perú con los precios redondeados el consumidor o las empresas?

Tabla 6

Beneficiados por el redondeo de precios

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CONSUMIDOR	2	13.33%
EMPRESAS	13	86.67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)



Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 13.33 % de la muestra señala que se benefician con el redondeo de precios en el Perú es el consumidor final y el 86.67% indica que los que se benefician son las empresas.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que los beneficiados por el precio redondeado son las empresas.

2.6 ¿Cree usted que el redondeo de los precios debe ir registrado en el comprobante de pago?

Tabla 7

Criterio de si debe reflejarse la ganancia o pérdida de redondeo en el comprobante de pago

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	12	80 %
NO	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

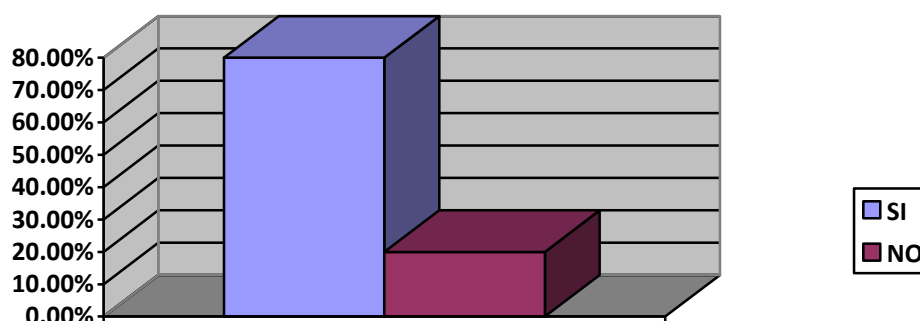


GRAFICO 6 : CRITERIO DE SI DEBE REFLEJARSE LA GANACIA O PERDIDA DE REDONDEO EN EL COMPROBANTE DE PAGO (Elaboración Propia)

Figura 5. Criterios de si debe reflejarse
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 80 % de la muestra señala que el redondeo de los precios debe de ir registrado en el comprobante de pago y un 20% señala que no debe ir reflejado en el comprobante de pago.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que debe señalar en el comprobante pago l diferencia por redondeo.

2.7 ¿Las donaciones producto de los vueltos de clientes por redondeo cree usted que serán deducible para el impuesto a la renta?

Tabla 8

Conocimiento tributario si es deducible o no las donaciones de cliente

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	20%
NO	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

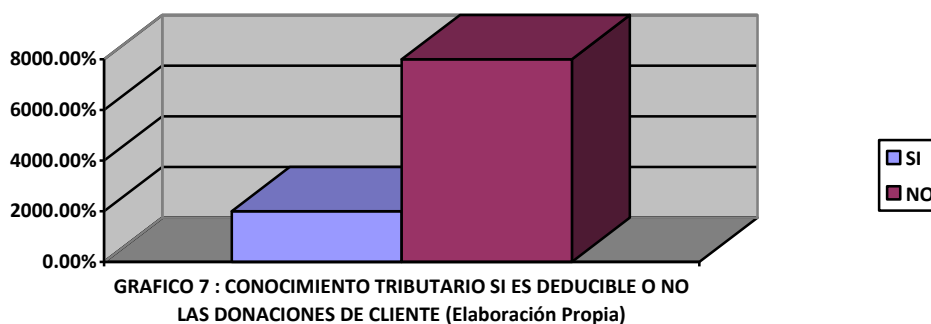


Figura 6. Conocimiento tributario si es deducible o no las donaciones de cliente
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 20% de la muestra señala que las donaciones producto de vueltos de clientes por redondeo de precio si son deducibles y el 80% creen que las donaciones producto de los vueltos de clientes no son deducibles.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que no son deducibles las donaciones por vueltos de clientes.

2.8 ¿cree usted que existen mecanismos por parte del estado para poder controlar los ingresos por redondeo de forma correcta?

Tabla 9

Existen mecanismos tributarios para controlar los ingresos por redondeo

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	7	46.67%
NO	8	53.33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

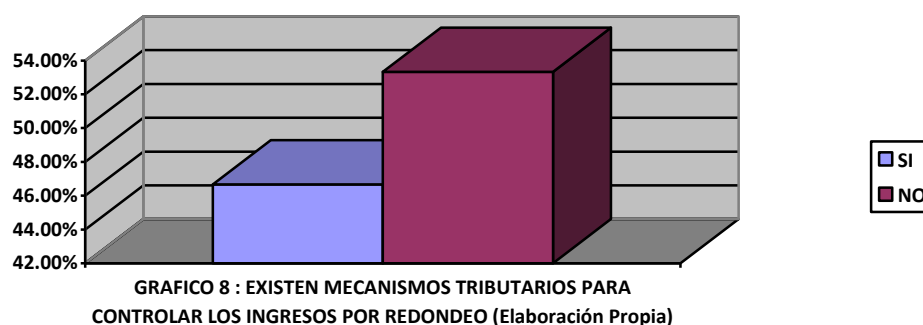


Figura 7. Existen mecanismos tributarios para controlar los ingresos por redondeo
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 46.67% de la muestra señala que si existen mecanismos por parte del estado que controla la diferencia por redondeo y el 53.33% indica que no existen mecanismos para controlar dicha diferencia.

El resultado de la encuesta señala que con una mínima negación de las personas encuestadas señala que existen mecanismos para controlar el precio redondeado.

2.9 ¿Al declarar el impuesto a la renta el pago lo realiza?

Tabla 10

Criterio para la declaración de renta

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Exacto	2	6.67%
Redondeo a favor Sunat	14	93.33%
Redondeo en contra Sunat	0	0
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

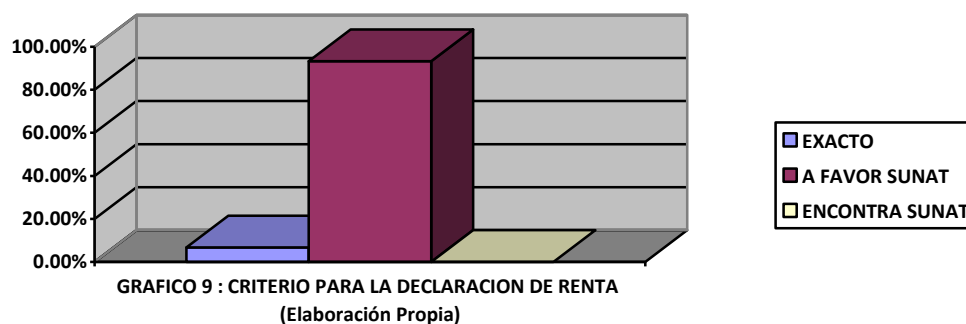


Figura 8. Criterio para la declaración de renta
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 6.67% de la muestra señala que al declarar los tributos el importe a pagar lo realiza exacto y el 93.33% señala que al declarar los tributos el importe a pagar lo realiza el redondeo siempre a favor de Sunat, cabe mencionar que ninguno de la muestra señaló que realizara el pago del tributo con el redondeo en contra de Sunat.

El resultado de la encuesta señala que por unanimidad las personas encuestadas indican que al declarar la renta el resultado lo redondean a favor de sunat.

2.10 ¿al declarar el IGV el pago lo realiza? Exacto/ redondeado a favor del estado o a favor de la empresa?

Tabla 11

Criterio para declarar IGV

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Exacto	2	6.67%
Redondeo a favor Sunat	14	93.33%
Redondeo en contra Sunat	0	0
Total	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

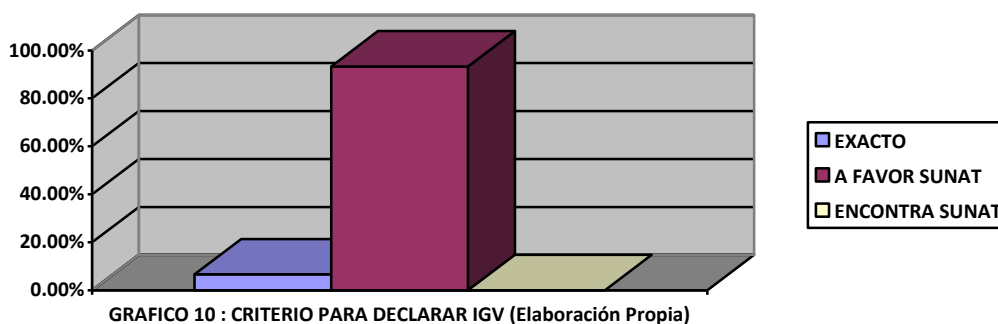


Figura 9. Conocimiento de la empresa por la Ley 29571
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 6.67% de la muestra señala que al declarar el impuesto del IGV el importe a pagar lo realiza exacto y el 93.33% señala que al declarar el impuesto del IGV el importe a pagar lo realiza el redondeo siempre a favor de Sunat, cabe mencionar que ninguno de la muestra señalo que realizara el pago del IGV con el redondeo en contra de Sunat.

El resultado de la encuesta señala que por unanimidad las personas encuestadas indican que al declarar IGV el resultado lo redondean a favor de sunat.

2.11 ¿cree usted que al donar los centavos el cliente en el comprobante de pago debe figurar el organismo el cual va a destino?

Tabla 12

Conocimiento de si debe o no reflejar en el comprobante a la entidad benéfica

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	14	93.33 %
NO	1	6.67%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

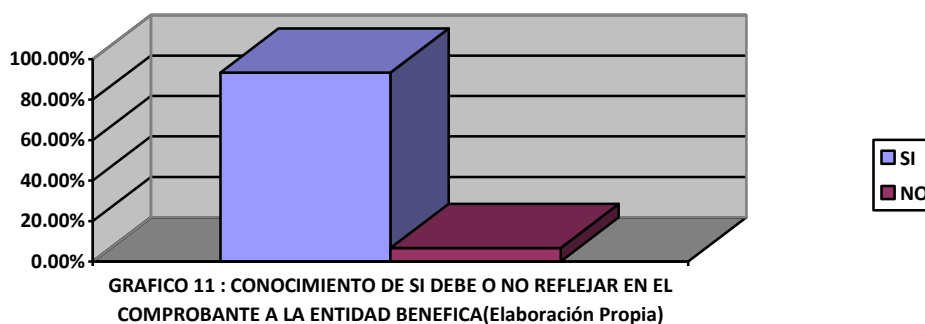


Figura 10. Conocimiento de si debe o no reflejar en el comprobante a la entidad benéfica
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 93.33% de la muestra señala que al donar los centavos producto del redondeo de precio debe de indicar el organismo benéfico y el 6.67% de la muestra señala que no debe indicar al organismo benéfico.

El resultado de la encuesta señala que por unanimidad las personas encuestadas indican que al donar si debería ir en el comprobante la entidad benéfica.

2.12 ¿cree usted que los tributos deberían declararse y pagar sus tributos con el criterio del redondeo sea a favor del contribuyente?

Tabla 13

Criterios para declarar tributos con el redondeo a favor o en contra del estado

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	12	80%
NO	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

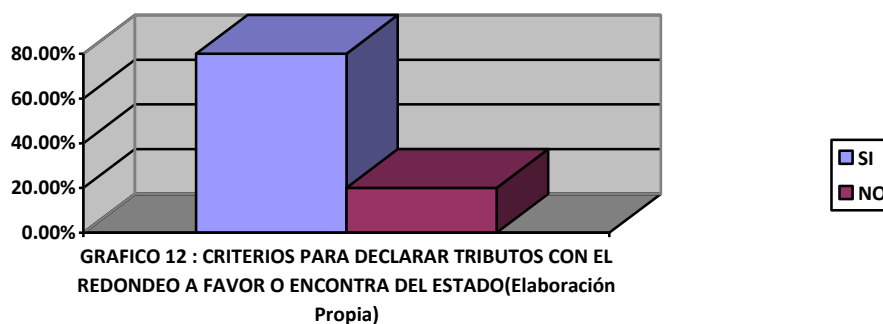


Figura 11. Criterios para declarar tributos con el redondeo a favor o en contra del Estado
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 80% de la muestra señala que todos los tributos deberían pagarse con el redondeo a favor del contribuyente y el 20% señala que solo debería pagarse los tributos con el redondeo a favor del estado.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que el beneficio del redondeo debería también aplicarse a favor del contribuyente.

2.13 ¿cree usted que el margen de ganancia por el redondeo es bajo en las empresas de ventas masivas?

Tabla 14

Criterio si el margen de ganancia es bajo o no

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
BAJO	7	46.67 %
ALTO	8	53.33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

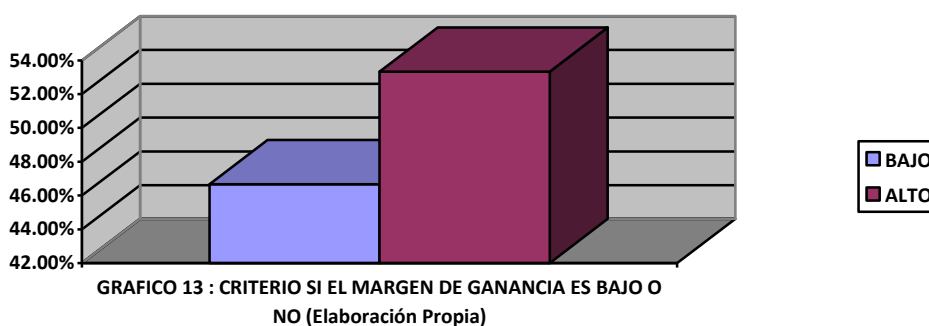


Figura 12. Criterio su el margen de ganancia es bajo o no
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de Finanzas la muestra indica:

Que el 46.67% de la muestra señala que el margen de ganancia por el redondeo de precios es bajo y el 53.33% señala que el margen de ganancia es alto.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que el margen de ganancia es alto.

2.14 ¿se siente usted obligado a donar los céntimos que se generaron a favor del consumidor en los establecimientos comerciales?

Tabla 15

Conocimiento si se siente obligado o no a donar los centavos

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	13	86.67 %
NO	2	13.33%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

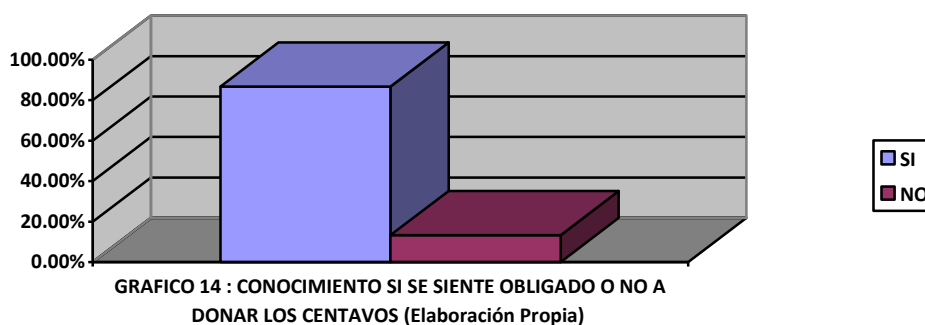


Figura 13. Conocimiento si se siente obligado o no a donar los centavos
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de finanzas la muestra indica::

Que el 86.67% de la muestra señala que se sienten obligados a donar los centavos que indican los cajeros de los centros comerciales y el 13.33% señala que no muestra obligación por parte de los centros comerciales a donar sus centavos producto del redondeo de precio.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que se sienten obligados a donar centavos.

2.15 ¿usted se siente engañado ocasionalmente al llevar productos con precio redondeados?

Tabla 16

Credibilidad si lo redondeado es lo correcto para el cliente

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	8	53.33 %
NO	7	46.67%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

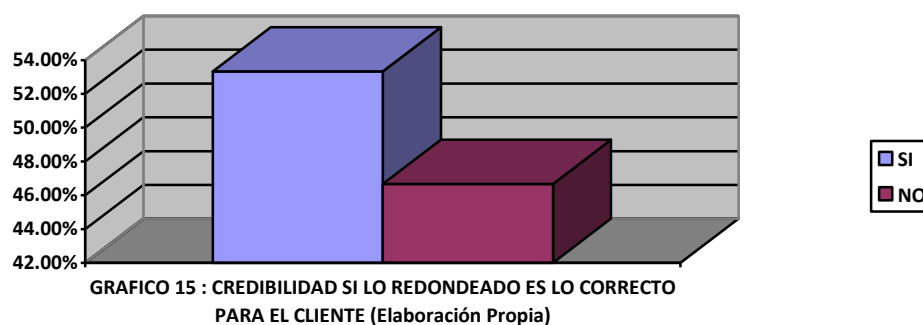


Figura 14. Conocimiento de la empresa por la Ley 29571
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de finanzas la muestra indica:

Que el 53.33% de la muestra señala que el público en general se siente engañado ocasionalmente al llevar productos con precios redondeados y el 46.67% señala que no se siente estafado por dicho mecanismo de precios.

El resultado de la encuesta señala que la mínima aceptación de las personas encuestadas indica que existe una desconfianza del consumidor sobre artículos con precios redondeados.

2.16 ¿las diferencias que pueden existir en un arqueo de caja de tienda puede también darse por operaciones pagadas por importes redondeados?

Tabla 17

Diferencia en el arqueo de caja también es por efecto de redondeo

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	20 %
NO	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta al área de Finanzas (Elaboración Propia)

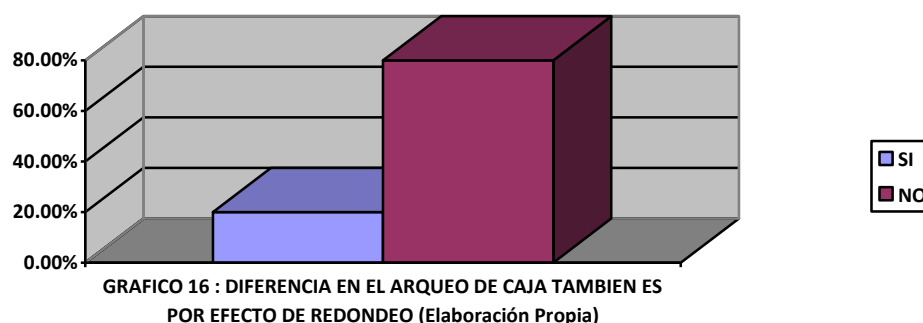


Figura 15. Diferencia en el arqueo de caja también es por efecto de redondeo
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al Área de Finanzas la muestra indica:

Que el 20% de la muestra señala que las diferencias que pueden existir en un arqueo de caja puede ser producto de los precios redondeados de los artículos y el 80% señala que no debe existir diferencia en el arqueo de caja de una tienda por el usar los precios redondeados.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que no debe existir diferencia en el arqueo de caja de una tienda por artículos con precio redondeados.

2.17 ¿Confía usted sobre el importe total a pagar que muestran las máquinas registradoras?

Tabla 18

Conocimiento si cree o no en el conteo que realiza las máquinas registradoras

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	3	20 %
NO	12	80%
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

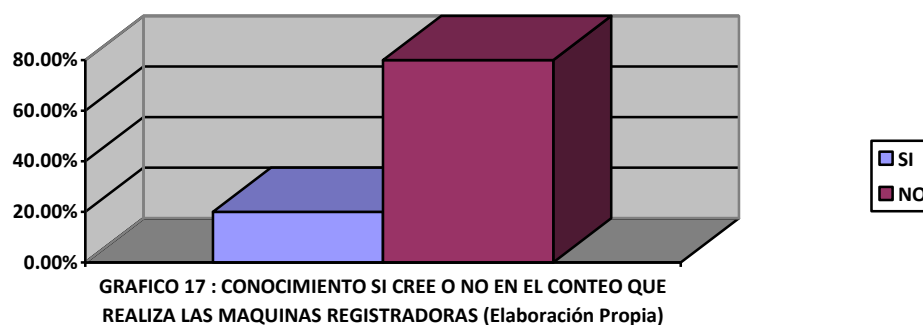


Figura 16. Conocimiento si cree o no en el conteo que realiza las máquinas registradoras
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al área de finanzas la muestra indica::

Que el 20% de la muestra señala que si confían en las máquinas registradoras al conteo de los artículos con precio redondeados y el 80% señala que no confía en las máquinas registradoras al conteo de dichos artículos.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que no confían en las máquinas registradoras al contar los artículos.

2.18 ¿cree usted que el margen de ganancia por redondeo es mínima anualmente?

Tabla 19

Conocimiento si el margen de ganancia anual es baja o alta

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
BAJA	6	40 %
ALTA	9	60 %
TOTAL	15	100%

Fuente: encuesta al área de finanzas (Elaboración Propia)

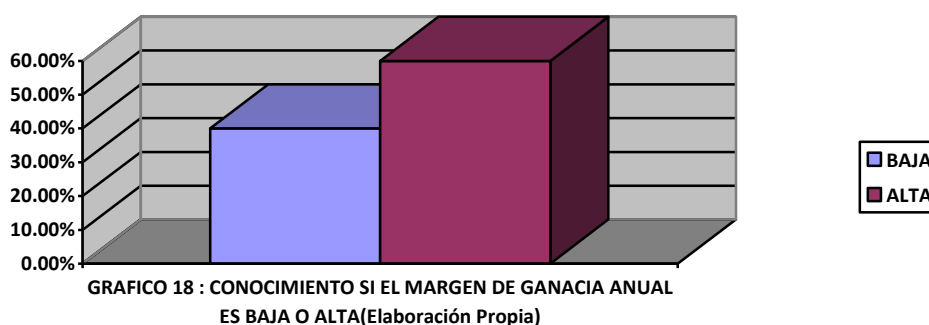


Figura 17. Conocimiento si el margen de ganancia anual es baja o alta
Elaboración propia

Análisis e interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada al Área de Finanzas la muestra indica:

Que el 40% de la muestra señala que el margen de ganancia anual mente es mínimo y el 60% señala que el margen de ganancia anual es mayor anualmente.

El resultado de la encuesta señala que la mayoría de las personas encuestadas indican que el margen de ganancia es alto.

CASO PRÁCTICO:

DH EMPRESAS PERU SA es una de las empresas de venta de artículos para el hogar el cual cuenta con 20 tiendas distribuidas 12 en lima (plaza lima norte, primavera, san miguel, open plaza Angamos, plaza lima sur, mall del sur, santa Anita, real plaza Salaverry, begonias,

rambla san Borja, jockey plaza y en Asia) y 8 en provincia (Chiclayo, dos en Arequipa, Cuzco, dos en Trujillo, Ica y Piura).

		<u>2018</u>		<u>2017</u>	
		<u>Importe</u>	<u>%</u>	<u>Importe</u>	<u>%</u>
VENTAS		113,964,157	100%	94,755,898	100%
COSTO DE VENTAS		(56,058,269)	-49.2%	(38,841,537)	-41.0%
MARGEN COMERCIAL		57,905,887	50.8%	55,914,360	59.0%
MARGEN DE LA EXPLOTACIÓN		57,905,887	50.8%	55,914,360	59.0%
GASTOS ADMINISTRATIVOS (anexo 1)		(8,814,148)	-7.7%	(6,797,076)	-7.2%
GASTOS DE VENTAS (anexo 1)		(51,279,837)	-45.0%	(34,840,719)	-36.8%
TOTAL GASTOS de ADM. Y VENTA		(60,093,985)	-52.7%	(41,637,795)	-43.9%
RESULTADO OPERACIONAL		(2,188,098)	-1.9%	14,276,565	15.1%
Ingresos y Egresos Financieros		(830,700)	-0.7%	(575,574)	-0.6%
Efecto neto por Diferencia de cambio		5,251,327	4.6%	3,638,528	3.8%
Ingresos y Egresos Extraordinarios		(53,379)	0.0%	(36,985)	0.0%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		2,179,150	1.9%	17,302,534	18.3%
Impuesto a la Renta		(642,849)	-0.6%	(5,104,248)	-5.4%
UTILIDAD NETA		1,536,300	1.3%	12,198,287	12.9%

	2018	VENTAS	ADM	2017	VENTAS	ADM
Remuneraciones	19,818,717	17,478,717	2,340,000	13,731,952	11,475,952	2,256,000
Servicios y asesorías	2,050,172		2,050,172	1,420,519		1,420,519
Depreciaciones y amortizaciones	5,029,751	4,023,801	1,005,950	3,485,004	2,788,003	697,001
Arriendos	10,359,049	10,239,049	120,000	7,177,556	7,057,556	120,000
Logística	7,587,445	6,069,956	1,517,489	5,257,173	4,205,738	1,051,435
Servicios de Vigilancia y Seguridad	1,899,371	1,839,371	60,000	1,316,033	1,256,033	60,000
Marketing	2,333,713	2,333,713		1,616,979	1,616,979	
Visual	961,825	961,825		666,427	666,427	
Comunicaciones y proyecto SAP	1,340,111	1,072,089	268,022	928,534	742,827	185,707
Materiales e insumos de Empaque	819,769	737,792	81,977	568,000	511,200	56,800
Utiles de oficina y de aseo	157,206	141,485	15,721	108,925	98,032	10,892
Gastos de viaje y movilización	733,150	146,630	586,520	507,984	101,597	406,387
Mantenimiento	870,908	696,726	174,182	603,433	482,746	120,687
Serv. Agua y Luz	2,569,330	2,055,464	513,866	1,780,232	1,424,186	356,046
Patentes y contribuciones	369,599	369,599		256,087	256,087	
Seguros	160,032	128,026	32,006	110,883	88,706	22,177
Comisiones Tarjetas de Crédito	2,792,624	2,792,624		1,934,947	1,934,947	
Otros Gastos de Administración y Venta	241,211	192,969	48,242	167,130	133,704	33,426
	60,093,985	51,279,837	8,814,148	41,637,795	34,840,719	6,797,076

REPORTE DE LOGROS DE TIENDA 2018

Tienda	Logro S/.	Ppto S/.	Vta. 2017	Cumplimiento
PE03 BEGONIAS	5,695,164.08	6,443,900.00	6566360.22	88.38
PE04 TIENDA ASIA	2,095,497.53	1,993,800.00	2072455.92	105.10
PE07 PRIMAVERA PARK PLAZA	4,876,031.45	5,261,700.00	4960731.44	92.67
PE08 PLAZA SAN MIGUEL	16,995,445.39	18,137,800.00	16066362.91	93.70
PE09 PLAZA LIMA SUR	3,050,721.95	3,211,500.00	2827187.02	94.99
PE11 REAL PLAZA AREQUIPA	4,334,378.48	4,663,600.00	4134536.76	92.94
PE12 AVENTURA PLAZA TRUJILLO	5,632,738.03	5,829,600.00	5650663.8	96.62
PE13 REAL PLAZA CHICLAYO	4,523,475.32	4,606,000.00	4022065.09	98.21
PE14 OPEN PLAZA ANGAMOS	10,263,342.13	11,554,200.00	11200432.44	88.83
PE15 AVENTURA PLAZA AREQUIPA	5,452,007.39	5,674,100.00	4938447.38	96.09
PE16 EL QUINDE ICA	2,138,323.18	2,220,300.00	1971835.38	96.31
PE17 REAL PLAZA SALAVERRY	6,801,023.15	7,491,800.00	6610845.69	90.78
PE18 REAL PLAZA CUZCO	6,187,849.05	6,350,800.00	5231258.66	97.43
PE19 PLAZA LIMA NORTE	6,538,835.08	6,854,400.00	5755034.84	95.40
PE21 AVENTURA SANTA ANITA	2,592,440.72	2,763,200.00	2462259.17	93.82
PE22 OPEN PLAZA PIURA	3,149,865.23	3,155,700.00	2519330	99.82
PE23 JOCKEY PLAZA	12,495,003.65	14,463,400.00	6367502.22	86.39
PE24 RAMBLA SAN BORJA	4,315,356.50	4,747,000.00	1398588.92	90.91
PE25 MALL DEL SUR	3,419,558.49	3,593,700.00	0	95.15
PE26 REAL PLAZA TRUJILLO	3,407,099.79	3,645,000.01	0	93.47
Total general	113,964,156.60	122,661,500.01	94,755,897.86	

REPORTE DE CONTROL DE CUADRATURA ANUAL POR TIENDAS 2018

CUADRATURA DE VENTAS POR MEDIO DE PAGO - INGRESOS																							
TIENDA	B/V	FACT	NC	TOTAL VTA	TOTAL INGRESOS NETOS	TOTAL DE VENTAS	DIFERENCIA DE VENTAS	INGRESOS														TOTAL INGRESO	DIFERENCIA DE CUADRATURA
								EFFECTIVO SOLES	EFFECTIVO DOLARES VISTO EN SOLES	NOTAS DE CREDITO POR APLICAR	SALDO CAJA N°05 - 07	DEVOLUC. EFFECTIVO	NOTA DE CREDITO USADAS	TARJETA DEBITO	TARJETA CREDITO	DESCUENTO AL PERSONAL	VENTAS CORPORAT.	GIFT CARDS	CONVENIO CHEQUE SOLI IDEAS	CONVENIO SODEXO	CONVENIO EFFECTIBONO		
PE03 BEGONIAS	6,347,484.18	391,784.72	-18,975.28	6,720,293.61	5,695,164.08	6,720,293.61	-	604,826.43	40,321.76	-0.00	-18,975.28	18,975.28	2,284,899.83	3,225,740.94	953.03		53,762.00	174,056.00	134,406.00	201,609.00	6,720,574.98	-281.36	
PE04 TIENDA ASIA	2,342,248.23	143,396.93	-12,958.07	2,472,687.09	2,095,497.53	2,472,687.09	-	222,541.84	14,836.12	-	-12,958.07	12,958.07	840,713.61	1,186,889.80	351.97		19,781.00	64,043.00	49,454.00	74,181.00	2,472,792.35	-105.26	
PE07 PRIMAVERA PARK PLAZA	5,662,965.44	112,490.14	-21,738.47	5,753,717.11	4,876,031.45	5,753,717.11	-	517,834.54	34,522.30	-	-21,738.47	21,738.47	1,956,263.82	2,761,784.21	819.01		46,030.00	149,021.00	115,074.00	172,612.00	5,753,960.88	-243.77	
PE08 PLAZA SAN MIGUEL	19,239,022.23	917,862.01	-102,258.69	20,054,625.55	16,995,445.39	20,054,625.55	-	1,804,916.30	120,327.75	-	-102,258.69	102,258.69	6,818,572.69	9,626,220.27	2,854.65		160,437.00	519,415.00	401,093.00	601,639.00	20,055,475.66	-850.10	
PE09 PLAZA LIMA SUR	3,515,927.16	95,561.40	-11,636.66	3,599,851.90	3,050,721.95	3,599,851.90	-	323,986.67	21,599.11	-	-11,636.66	11,636.66	1,223,949.65	1,727,928.91	512.42		28,799.00	93,236.00	71,997.00	107,996.00	3,600,004.76	-152.86	
PE11 REAL PLAZA AREQUIPA	4,964,829.13	166,937.14	-17,199.66	5,114,566.61	4,334,378.48	5,114,566.61	-	460,311.00	30,687.40	-	-17,199.66	17,199.66	1,738,952.65	2,454,991.97	728.03		40,917.00	132,467.00	102,291.00	153,437.00	5,114,783.04	-216.43	
PE12 AVENTURA PLAZA TRUJILLO	6,252,954.26	416,885.00	-23,208.39	6,646,630.87	5,632,738.03	6,646,630.87	-	598,196.78	39,879.79	-	-23,208.39	23,208.39	2,259,854.50	3,190,382.82	946.11		53,173.00	172,148.00	132,933.00	199,399.00	6,646,912.98	-282.11	
PE13 REAL PLAZA CHICLAYO	5,013,690.29	338,702.06	-14,691.46	5,337,700.88	4,523,475.32	5,337,700.88	-	480,393.08	32,026.21	-	-14,691.46	14,691.46	1,814,818.30	2,562,096.42	759.79		42,702.00	138,246.00	106,754.00	160,131.00	5,337,926.80	-225.91	
PE14 OPEN PLAZA ANGAMOS	11,314,302.89	930,476.76	-134,035.93	12,110,743.71	10,263,342.13	12,110,743.71	-	1,089,966.93	72,664.46	-	-134,035.93	134,035.93	4,117,652.86	5,813,156.98	1,723.89		96,886.00	313,668.00	242,215.00	363,322.00	12,111,256.13	-512.42	
PE15 AVENTURA PLAZA AREQUIPA	4,704,692.31	1,734,734.43	-6,058.02	6,433,368.72	5,452,007.39	6,433,368.72	-	579,003.18	38,600.21	-	-6,058.02	6,058.02	2,187,345.37	3,088,016.99	915.75		51,467.00	166,624.00	128,667.00	193,001.00	6,433,640.50	-271.78	
PE16 EL QUINDE ICA	2,506,974.91	100,567.85	-84,321.41	2,523,221.35	2,138,323.18	2,523,221.35	-	227,089.92	15,139.33	-	-84,321.41	84,321.41	857,895.26	1,211,146.25	359.16		20,186.00	65,351.00	50,464.00	75,697.00	2,523,327.92	-106.57	
PE17 REAL PLAZA SALAVERRY	7,832,763.99	307,251.45	-114,808.13	8,025,207.31	6,801,023.15	8,025,207.31	-	722,268.66	48,151.24	-	-114,808.13	114,808.13	2,728,570.49	3,852,099.51	1,142.34		64,202.00	207,853.00	160,504.00	240,756.00	8,025,547.24	-339.92	
PE18 REAL PLAZA CUZCO	7,166,111.58	143,545.83	-7,995.53	7,301,661.88	6,187,849.05	7,301,661.88	-	657,149.57	43,809.97	-	-7,995.53	7,995.53	2,482,565.04	3,504,797.70	1,039.35		58,413.00	189,113.00	146,033.00	219,050.00	7,301,970.63	-308.75	
PE19 PLAZA LIMA NORTE	7,266,678.55	493,674.23	-44,527.39	7,715,825.39	6,538,835.08	7,715,825.39	-	694,424.29	46,294.95	-	-44,527.39	44,527.39	2,623,380.63	3,703,596.19	1,098.30		61,727.00	199,840.00	154,317.00	231,475.00	7,716,153.36	-327.97	
PE21 AVENTURA SANTA ANITA	2,810,796.15	254,798.82	-6,514.91	3,059,080.05	2,592,440.72	3,059,080.05	-	275,317.20	18,354.48	-	-6,514.91	6,514.91	1,040,087.22	1,468,358.42	435.44		24,473.00	79,230.00	61,182.00	91,772.00	3,059,209.77	-129.72	
PE22 OPEN PLAZA PIURA	3,394,403.75	330,749.36	-8,312.13	3,716,840.98	3,149,865.23	3,716,840.98	-	334,515.69	22,301.05	-	-8,312.13	8,312.13	1,263,725.93	1,784,083.67	529.07		29,735.00	96,266.00	74,337.00	111,505.00	3,716,998.40	-157.43	
PE23 JOCKEY PLAZA	13,768,419.20	1,060,628.96	-84,943.86	14,744,104.30	12,495,003.65	14,744,104.30	-	1,326,969.39	88,464.63	-	-84,943.86	84,943.86	5,012,995.46	7,077,170.07	2,098.73		117,953.00	381,872.00	294,882.00	442,323.00	14,744,728.27	-623.97	
PE24 RAMBLA SAN BORJA	4,979,557.33	253,197.53	-140,634.19	5,092,120.66	4,315,356.50	5,092,120.66	-	458,290.86	30,552.72	-	-140,634.19	140,634.19	1,731,321.03	2,444,217.92	724.83		40,737.00	131,886.00	101,842.00	152,764.00	5,092,336.36	-215.70	
PE25 MALL DEL SUR	3,707,580.18	336,092.34	-8,593.49	4,035,079.02	3,419,558.49	4,035,079.02	-	363,157.11	24,210.47	-	-8,593.49	8,593.49	1,371,926.87	1,936,837.93	574.37		32,281.00	104,509.00	80,702.00	121,052.00	4,035,250.75	-171.73	
PE26 REAL PLAZA TRUJILLO	3,786,347.06	273,131.24	-39,100.54	4,020,377.75	3,407,099.79	4,020,377.75	-	361,834.00	24,122.27	-	-39,100.54	39,100.54	1,366,928.44	1,929,781.32	572.28		32,163.00	104,128.00	80,408.00	120,611.00	4,020,548.29	-170.54	

ASIENTOS CONTABLES SEGÚN CUADRATURA ANUAL DE TIENDAS 2018

ASIENTOS CONTABLES SEGÚN CUARATURA ANUAL DE TIENDAS 2018		
CONTABILIZACION VENTA ANUAL		
12 CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS		
121 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR COBRAR		134,477,704.79
40 TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR		
401 GOBIERNO CENTRAL		
4011 IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS		20,513,548.19
70 VENTA		
701 MERCADERIAS		113,964,156.60
CONTABILIZACION DE LA CUADRATURA SEGÚN VENTAS		
12 CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS		
121 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR COBRAR		134,477,704.79
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		
101 CAJA		
1011 CAJA SOLES		12,102,993.43
1012 CAJA DOLARES		806,866.23
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS		
1041 CUENTAS CORRIENTES OPERATIVAS		
10411 CUENTAS CORRIENTES DEBITO		45,722,419.63
10412 CUENTAS CORRIENTES CREDITO		64,549,298.30
14 CUENTAS POR COBRAR AL PERSONAL, A LOS ACCIONISTAS (SOCIOS), DIRECTORES Y GERENTES		
141 PERSONAL		19,138.50
12 CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS		
122 ANTICIPOS DE CLIENTES		1,075,824.00
121 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR COBRAR		
1214 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR COBRAR EN DESCUENTO		3,482,972.00
16 CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS - TERCEROS		
162 RECLAMACIONES A TERCEROS		
1629 OTRAS		
16291 SODEXO		2,689,555.00
16292 EFECTIBONO		4,034,332.00
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		
101 CAJA		
1011 CAJA SOLES		5,694.29
CONTABILIZACION GANANCIA POR REDONDEO		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		
101 CAJA		
1011 CAJA SOLES		5,694.29
75 OTROS INGRESOS DE GESTIÓN		
759 OTROS INGRESOS DE GESTIÓN		5694.29

De acuerdo a las cuadraturas de tienda:

- **El promedio de ganancias por tienda al mes: S/23.73 sol**
- **El promedio de ganancia por 20 tiendas al mes: S/ 474.52 sol**
- **El promedio de ganancia por 20 tiendas anual: S/ 5,694.29 sol**
- **El promedio de ganancia del 2005 al 2018: S/ 74,025.81 sol**

Si bien podemos observar que al mes las 20 tiendas muestran un importe considerado, pero si lo vemos anual o desde que se fundó el importe si es considerativo. Si este importe lo multiplicáramos por la cantidad de empresas que utilizan este método de precios a dos decimales, crearía la duda de cuanto en realidad es sustentada al estado y cuanta no. Cabe mencionar que el infringir el artículo 44 del Código de Protección y Defensa del Consumidor el cual señala que está prohibido que los proveedores redondeen los precios en perjuicio del consumidor, el cual ya fueron sancionados empresas como TOTTUS por 122 UIT, INKAFARMA por 4 UIT y otras empresas que fueron sancionadas por dicha operación.

3. Discusión de Resultado:

DH EMPRESAS PERÚ S.A. nos muestra que al optar por colocar sus artículos con precios a dos decimales si bien es un mecanismo para poder competir con la competencia, puede generarse contingencias negativas no solamente legales, si no también tributarios para la empresa, si es que no se usan los principios y criterios legales para poder controlarlo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

- a) De acuerdo al estudio y la encuesta realizada se llega a la conclusión de que existen empresas comerciales que evaden impuestos con el tema del precio redondeado.
- b) Que tanto el consumidor y trabajadores del área de finanzas desconocen la Ley 29571 DEL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ART 44 DEL REDNDEO DE PECIO.
- c) Que el único beneficiado con la modalidad del precio por redondeo son las empresas y no el consumidor.
- d) Que existen en la actualidad empresas que no reflejan en el comprobante de pago la ganancia por redondeo.
- e) Que por un mal conocimiento de los gastos deducibles y no deducibles para el impuesto a la renta, deducen como gastos las donaciones productos de vueltos donados por clientes.
- f) Que en la actualidad al declarar los tributos de las empresas asesoradas tienden a redondear a favor de Sunat debido a que los software del estado solo reconoce números enteros.
- g) Que existen en la actualidad empresas que no reflejan en el comprobante la entidad a la cual va destinada las donaciones.
- h) Que el consumidor en ocasiones se siente obligado en donar los centavos producto de un vuelto con las tiendas comerciales.

- i) Que el consumidor no esta tan seguro del conteo de las máquinas registradoras pues como la mayoría de los precios están con dos decimales al sumar tienen la posible sospecha que puedan ser adulterados.

2. Recomendaciones

- a) Es preciso que la administración Tributaria fiscalice estos mecanismos de redondeo para controlar y evitar las evasiones tributarias.
- b) Es recomendable que Indecopi promocióne de forma masiva la Ley 29571 DEL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ART 44 DEL REDNDEO DE PECIO, para conocimiento del público en general.
- c) Es preciso señalar que en una economía libre de mercado como se da en el Perú los precios de los artículos deberían estar denominados de acuerdo al tipo de moneda que genera el banco central de Reserva del Perú para no tener problemas de vueltos no devueltos a clientes.
- d) Es preciso que la administración Tributaria agregue o modifique un artículo en la ley de comprobantes de pago que exija a las empresas, a que sus comprobantes reflejen esa diferencia por redondeo ya sea a favor o en contra de la empresa.
- e) Es recomendable para el tema de gastos deducibles y no deducibles las empresas inviertan en capacitar a su personal como actualizaciones tributarias para un mayor dominio de las normas.
- f) Es preciso que el estado señale que el pago de cualquier tributo o multa debe de ser pagado y declarado de forma exacta.
- g) Es preciso que la administración Tributaria agregue o modifique un artículo en la ley de comprobantes de pago que exija a las empresas que indique el organismo para el cual está destinado las donaciones por redondeo.

- h) Es recomendable de que las empresas si desean recaudar vultos para donar a organismos benéficos, en sus cajas muestren afiches o propagandas visuales de la entidad benéfica autorizada para que el cliente no se sienta obligado a donar un vuelto que el cajero mencione cada vez que tenga que pagar en cualquier tienda.
- i) Es recomendable que, para evitar posible desconfianza del cliente sobre productos con denominación de dos decimales, coloquen precios en base a las monedas que circulan en el Perú, según el Banco Central de Reserva.

REFERENCIAS

- El Comercio. (2015). *Multan a Inkafarma por redondear precios en agravio de usuarios*.
Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/multan-inkafarma-redondear-precios-agravio-usuarios-189349>
- El Comercio. (2015). *Multan a Tottus con más de S/470 mil por redondear precios*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/multan-tottus-s-470-mil-redondear-precios-196135>
- El Peruano. (2011). *Ley N° 29667*. Obtenido de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29667.pdf>
- El Peruano. (2015). *Descartan redondeo de los precios en forma automática*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-descartan-redondeo-los-precios-forma-automatica-36724.aspx>
- Galan, R. (2015). *¿Quién gana con el redondeo de los precios?* Obtenido de <http://revistazoom.pe/nota.php?nota=2617>
- Gestión. (2011). *Aspec en contra de retiro de monedas de un céntimo* . Obtenido de <https://archivo.gestion.pe/noticia/694360/aspec-contr-retiro-monedas-centimo>
- Indecopi. (2016). *Desde 2012 el Indecopi ha sancionado a diferentes supermercados por no respetar precio anunciado de los productos y por otras infracciones*. Obtenido de https://www.indecopi.gob.pe/en/inicio/-/asset_publisher/ZxXrtRdgbv1r/content/desde-2012-el-indecopi-ha-sancionado-a-diferentes-supermercados-por-no-respetar-precio-anunciado-de-los-productos-y-por-otras-infracciones?inheritRedirect=false
- La Republica. (2011). *BCR quita moneda de un céntimo y recuerda que redondeos son a favor del consumidor*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/508659-bcr-quita-moneda-de-un-centimo-y-recuerda-que-redondeos-son-a-favor-del-consumidor>

Maldonado, O. (2015). *Tipos de redondeo* . Obtenido de

<https://prezi.com/mul3kh3oefeo/tipos-de-redondeo/>

Northcote, C. (2015). *¿Cómo se aplica el redondeo de precios a los consumidores?* Obtenido de

http://aempresarial.com/servicios/revista/332_43_AXLIYMWNXDYTVHTGTEFGZ_RNRRTQHSSLSQWBOJXCGBBAWJUDCZJ.pdf

popular, E. (2018). *Indecopi: Redondeo de precios es a favor del consumidor*. Obtenido de

<https://www.elpopular.pe/actualidad-policiales/2018-11-16-indecopi-redondeo-precios-favor-consumidor>

Quintanilla, E. (2014). *La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal en el Perú y Latinoamérica*. Tesis para optar el grado académico de doctor en contabilidad y finanzas, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de ciencias contables, económicas y financieras, Lima - Perú . Obtenido de

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1106/1/quintanilla_ce.pdf

Servicioslegales. (2012). *¿Qué es la Unidad Impositiva Tributaria (UIT)?* Obtenido de

<http://www.servicioslegales.pe/2012/03/que-es-la-unidad-impositiva-tributaria-uit/>

Sunat. (2016). *¿Que entiende por tributo?* Obtenido de

http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_entiende.html

Sunat. (2016). *01. Concepto- Impuesto a las Transacciones Financieras - ITF*. Obtenido de

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/impuesto-a-las-transacciones-financieras-itf-bancarizacion-y-medios-de-pago-personas>

Sunat. (2016). *Impuesto a la Renta*. Obtenido de

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html>

APÉNDICE

Apéndice A. Cuestionario

1. ¿Tiene Conocimiento el personal de la empresa sobre la LEY 29571 según EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ARTICULO 44 DEL REDONDEO DE PRECIO?
2. ¿Tiene Conocimiento el consumidor sobre la LEY 29571 según EL CODIGO DE PROTECCION Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ARTICULO 44 DEL REDONDEO DE PRECIO?
3. ¿En qué parte cree usted que se declara tributariamente las ganancias o pérdidas por redondeo producto de la venta por precios con precios redondeados?
4. ¿cree usted que el precio redondeado puede generar alguna evasión tributaria?
5. ¿Quién cree en la actualidad se benefician en el Perú con los precios redondeados el consumidor o las empresas?
6. ¿Cree usted que el redondeo de los precios debe ir registrado en el comprobante de pago?
7. ¿Las donaciones producto de los vueltos de clientes por redondeo cree usted que serán deducible para el impuesto a la renta?
8. ¿cree usted que existen mecanismos por parte del estado para poder controlar los ingresos por redondeo de forma correcta?
9. ¿al declarar el impuesto a la renta el pago lo realiza?
10. ¿al declarar el IGV el pago lo realiza? Exacto/ redondeado a favor del estado o a favor de la empresa?
11. ¿cree usted que al donar los centavos el cliente en el comprobante de pago debe figurar el organismo el cual va a destino?

12. ¿cree usted que los tributos deberían declararse y pagar sus tributos con el criterio del redondeo sea a favor del contribuyente?
13. ¿cree usted que el margen de ganancia por el redondeo es bajo en las empresas de ventas masivas?
14. ¿siente usted obligado a donar los centavos que se generaron a favor del consumidor en los establecimientos comerciales?
15. ¿usted se siente engañado ocasionalmente al llevar productos con precio redondeados?
16. ¿las diferencias que pueden existir en un arqueo de caja de tienda puede también darse por operaciones pagadas por importes redondeados?
17. ¿Confía usted sobre el importe total a pagar que muestran las máquinas registradoras?
18. ¿cree usted que el margen de ganancia por redondeo es mínimo anualmente?