

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**Facultad de Ciencias Contables y Administrativas**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**



**"ANÁLISIS DE LOS IMPUESTOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJE  
Y TURISMO EN LA CIUDAD DE PUNO 2011 - 2012"**

**TESIS**  
**PRESENTADA POR:**  
**Bach. JORGE LUIS BRAVO GARCIA**  
**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**PUNO - PERÚ**

**2015**

"ANÁLISIS DE LOS IMPUESTOS EN LAS AGENCIAS DE VIAJE Y  
TURISMO EN LA CIUDAD DE PUNO 2011 - 2012"

**TESIS PRESENTADA POR:  
Bach. JORGE LUIS BRAVO GARCIA**

PARA OPTAR EL TITULO DE CONTADOR PÚBLICO  
FECHA DE SUSTENTACION EL 28 DE ENERO DEL 2015  
APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE :   
MSc. ANTONIO ESPILLICO CHIQUE

PRIMER MIEMBRO :   
Dr. DAVID M. CALIBAYA ZEVALLOS

SEGUNDO MIEMBRO :   
C.P.C. JULIO CESAR CHOQUE VARGAS

DIRECTOR DE TESIS :   
MSc. MARIA A. CATACORA PEÑARANDA

ASESOR DE TESIS :   
MSc. DARWIN PINO CORDERO

PUNO, PERÚ

AREA: TRIBUTARIA

TEMA: TRIBUTOS TURISTICOS.

## DEDICATORIA

A mis compañeros de vida Angélica y a mi querido hijo que motivan mis deseos de superación constante.

A mi querida mamá Amanda por sus oraciones y preocupación permanente por mi proyecto de vida.



## AGRADECIMIENTO

Al mejor consejero de mi vida a Dios

Mi sincero agradecimiento a los docentes de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano, quienes me orientaron acertadamente. Durante mi formación Profesional.

A mis amigos y compañeros de estudios de la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA-PUNO y al personal de las Agencias de Viajes y Turismo de la ciudad de puno y a otras instituciones Públicas y Privadas, quienes en cada momento supieron brindarme información valiosa y apoyo moral.



## ÍNDICE

|  |            |
|--|------------|
| <b>DEDICATORIA .....</b>   | <b>III</b> |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>  | <b>IV</b>  |
| <b>ÍNDICE .....</b>  | <b>V</b>   |
| <b>RESUMEN .....</b>   | <b>VII</b> |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>  | <b>IX</b>  |
| <b>1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b> | <b>1</b>   |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA OBJETO DEL ESTUDIO .....                                | 1          |
| 1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....  | 3          |
| 1.3 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....  | 3          |
| 1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....   | 5          |
| <b>2 MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>         | <b>6</b>   |
| 2.1 MARCO TEÓRICO.....   | 6          |
| 2.2 MARCO CONCEPTUAL.....  | 52         |
| 2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN .....  | 56         |
| <b>3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>58</b>  |
| 3.1 MÉTODOS .....  | 58         |
| 3.2 COBERTURA DE ESTUDIO .....   | 58         |
| 3.3 FUENTES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....                     | 59         |
| 3.4 PROCESAMIENTO Y TRATAMIENTO DE DATOS.....  | 62         |
| <b>4 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN .....</b>                               | <b>63</b>  |
| 4.1 UBICACIÓN DEL ESTUDIO .....  | 63         |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5 EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b> ..... | <b>65</b> |
| 5.1 PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO No 01 .....            | 65        |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....                              | <b>87</b> |
| <b>RECOMENDACIONES</b> .....                           | <b>89</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....                              | <b>91</b> |



## RESUMEN

El desarrollo del trabajo de investigación, titulado “Análisis de los impuestos en las agencias de viaje y turismo en la ciudad de Puno 2011 - 2012”, inicia con la interrogante ¿cómo afectan los impuestos del gobierno central en los servicios que ofertan de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno periodos 2011 - 2012?, Analizar la contribución tributaria de las agencias de viajes y turismo a organismos del gobierno central, y proponer un modelo de control para evitar la evasión tributaria. Continúa con una revisión de la bibliografía existente, explicando todo lo relacionado con las agencias de viajes y turismo. La investigación mediante un análisis pretende exponer y recordar de una manera simple cuales son los impuestos que aportan las agencias de viajes y turismo a las arcas del estado. Nuestros objetivos se han cumplido en la medida que se ha podido comprobar nuestras hipótesis; llegando a las siguientes conclusiones como que las agencias de viajes y turismo en Puno tributan al gobierno central y local con 19.5% de su utilidad anual, entre el impuesto general a las ventas, impuesto a la renta. El Impuesto General a las Ventas representa el 72% del total de impuestos que paga las agencias de viajes y turismo a la SUNAT; Impuesto a la Renta es el segundo tributo con un 26%, y por último la Licencia de Funcionamiento con un 2% respectivamente. Los turistas extranjeros son los que más recurren a las

agencias de viajes y turismo debido a que estas les orientan y ofertan los servicios turísticos como traslados y excursiones, a través de paquetes

turísticos. La política de recaudación tributaria de la SUNAT sin educar a la población que tributa se hace merecedor como una institución no aceptada entre los contribuyentes y es por ello que el 20% de agencias opinan que es muy deficiente y cobra muchos impuestos; el 6.67% de agencias dicen que son abusivos; el 13.33% de agencias opinan que no miden las consecuencias y el 26.67% de agencias opinan que se exceden en el cobro de impuestos. El modelo de control para la evasión tributaria en las agencias de viajes y turismo dentro de la región Puno, es la reducción de porcentuales de los impuestos directos e indirectos tanto del Impuesto General a las Ventas, como del Impuesto a la Renta, puesto que en otros países los impuestos similares a ellos son menores.



## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Puno, junto a las ciudades fronterizas de Arequipa y Cusco son las que constituyen los ejes turísticos más importantes del sur del Perú. Entre la amplia gama de centros turísticos en la ciudad de Puno resaltan las legendarias Islas de los Uros, Taquile y Amantani; la expresión emotiva y brillante de su variado folklore costumbrista entre otros los centros de mayor atención turística.

El turismo en la zona del Altiplano Peruano, desempeña un rol primordial al actuar como un elemento dinámico, capaz de impulsar el desarrollo integral de la población, incidiendo en el campo socioeconómico.

El estado surgió en las sociedades pre-modernas, como parte de la división del trabajo. Los primeros estados se caracterizaron por ser instituciones que concentraban ciertas funciones que difícilmente podían ser manejadas por todos a la vez como: la defensa de las fronteras, la seguridad interna, la organización de leyes y la administración de justicia; pero que beneficiaban a la sociedad en general. Para financiar estas y otras actividades a cargo del Estado, fue necesario que los miembros de la sociedad le proporcionen recursos, esto se realiza mediante los tributos. El estado diseña una Política Tributaria, a partir del cual debe establecer un sistema tributario nacional el mismo que ha sido encargado a la administración tributaria.

En este contexto, el propósito del presente estudio ayudará a la evaluación y entendimiento de la importancia de la tributación de las agencias de viajes y

turismo en la región Puno del Gobierno Central. En la actualidad, particularmente en el departamento de Puno se le brinda poca atención a la

importancia de la tributación y la existencia de los diferentes tributos, en cuanto a tasas, formas de pago y plazos; por la implantación de reformas tributarias con la finalidad de mejorar la economía nacional.

En nuestro país se ha dado una serie de cambios especialmente en los últimos años, la misma que repercute en el Departamento de Puno, donde se han planteado diferentes políticas económicas, teniendo por objetivo la reducción de la inflación, aumento del empleo, la reinserción del país en la comunidad financiera internacional, para lo cual se han implantado una serie de reformas estructurales que permitan consolidar la mejora de nuestra economía.

Para reducir la inflación que vivió la economía peruana durante la década del ochenta, el Banco Central de Reserva del Perú (B.C.R.P.), diseñó una política de reducción de la Oferta Monetaria, junto a ello la política fiscal se orientó a lograr una sustancial reducción del déficit del sector público con el fin de contrarrestar los créditos internos y externos para financiar la brecha fiscal.

El Sistema Tributario Peruano es un conjunto de leyes y normas legales dictadas por el Estado, la creación y aplicación de los tributos en el país muestra que el Sistema Tributario se torna inseguro, incoherente ni duradero, debido a que la estructura tributaria varía en función a los problemas presupuestarios y realidades de cada zona geográfica, tal es así que, el

departamento de Puno por encontrarse en zona de frontera y nivel de vida bajo, tiene un tratamiento tributario distinto al resto del país en algunos aspectos (incentivos, exoneraciones, etc.) Lo cual hace que, se tenga una configuración asimétrica con el resto del país.



## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA OBJETO DEL ESTUDIO**

El turismo en la zona altiplánica peruana, desempeña un rol primordial al actuar como un elemento dinámico, capaz de impulsar el desarrollo integral de la población, incidiendo en el campo socioeconómico.

Siendo Puno uno de los departamentos con mayores centros con atractivos turísticos, y donde se está dinamizando. Es uno de los sectores que genera buenos beneficios económicos, y con ello una obligación por parte de las empresas turísticas hacia el estado peruano que es el pago de impuestos, y es por ello que la estructura tributaria ha ocasionado que haya un mayor control tributario por parte del estado mediante la SUNAT, hacia todo tipo de empresas turísticas tanto a nivel nacional como regional.

Es así que muchas empresas turísticas de pequeña y mediana envergadura han sido más supervisadas por la entidad correspondiente para su legal

funcionamiento y que es más importante para el estado, que aporte mediante sus impuestos para aumentar el nivel de recaudación tributaria iniciando por la simplificación del número de impuestos, ampliación de la base gravable y la ampliación de los impuestos progresivos. Por eso consideramos fundamental revisar y analizar los sucesos ocurridos con la política tributaria peruana en los últimos dos años del gobierno Alan García Pérez.

En nuestro país las medidas que se toman dentro de la política tributaria son inestables y por tanto que existen dudas por parte del empresario extranjero o nacional a invertir fuertemente en materia de servicios de turismo.

El impuesto que genera la empresa turística es parte del producto nacional bruto, consistente en impuestos directos e indirectos.

También es necesario resaltar que el pago de estos tributos repercute en los servicios que brindan las empresas turísticas, tanto en transporte, alojamiento y hospedaje, paseos turísticos, guías de turismo, servicios de restaurantes, etc., lo que se trata de explicar es que el empresario turístico transfiere indirectamente al turista el pago que el debería hacer al gobierno central y de tal manera no se vea la evasión tributaria.

Entonces, la política tributaria del gobierno tiene como objetivo aumentar el nivel de recaudación tributaria, iniciando por la simplificación tributaria del número de impuestos, ampliación de la base gravable y la ampliación de los impuestos progresivos. Sin embargo consideramos examinar el comportamiento de las estructuras tributarias dentro de las agencias de viajes y turismos en la ciudad de Puno.

## **1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

Impulsados por las reflexiones hechas en la formulación del problema planteamos las siguientes interrogantes.

1. ¿En qué medida los impuestos del gobierno central afectan a la utilidad de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno periodos 2011 - 2012?
2. ¿Qué impuestos son los que tienen mayor incidencia de acuerdo a los servicios que ofertan las agencias de viajes y turismo dentro de la ciudad de Puno?
3. ¿Cómo es el modelo de control para evitar la evasión de impuestos en las agencias de viajes y turismo dentro de la ciudad de Puno?

## **1.3 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 ANTECEDENTES**

**EL SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL Y LOS SISTEMAS DE RECAUDACION DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA**, realizado por Zavaleta M. Pedro E., señala

“...Dentro de las principales funciones de la SUNAT, se encuentra el recaudar y administrar tributos de origen interno, fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias, tomar acciones coactivas para el pago de la deuda tributaria, establecer mecanismos para la prevención y detección de la evasión tributaria, resolver en primera instancia de los recursos impugnativos de los contribuyentes, desarrollar programas de información y divulgación en materia tributaria, entre otros.

Entre las diversas funciones operativas como son: los de fiscalización o cobranza coactiva, se encuentra la labor de recaudación. Esta función tiene como objetivo el percibir el pago de las deudas tributarias de los contribuyentes. Para esto realiza labores pasivas, recepción efectiva de los pagos y una labor activa, uso de acciones coactivas para el cobro de la deuda morosa.

Es necesario definir previamente ciertos elementos como son: el número de obligados a los tributos, fechas de vencimiento, los medios humanos, financieros y materiales para el desarrollo de sus labores y los medios legales correspondientes. Para ello la SUNAT ha definido un sistema impositivo independiente, orientado a la administración de tributos internos. Con este propósito la función de recaudación debe contar con las facultades legales y administrativas necesarias.

El sistema de recaudación de la SUNAT está segmentado para atender a dos tipos de contribuyentes. Uno denominado Principales Contribuyentes (PRICO), a través del sistema de la misma denominación y el otro, denominado Red Bancaria para atender al resto de contribuyentes nominados como Medianos y Pequeños Contribuyentes (MEPECO)”

### **GENERACION Y CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIA A TRAVES DE OPERATIVOS Y PROGRAMAS DE FISCALIZACION**, realizado

por Recoba V. Nelson; Sostiene “...Las acciones operativas de la SUNAT, obedece a un plan integral, con los servicios claramente definidos y aplicados, diferenciando etapas a fin de cubrir las diferentes brechas de la tributación. Para ello se ha desarrollado un sistema de recaudación que facilita al contribuyente el cumplimiento de sus obligaciones mediante la red bancaria que mantiene convenios con la SUNAT.

#### **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

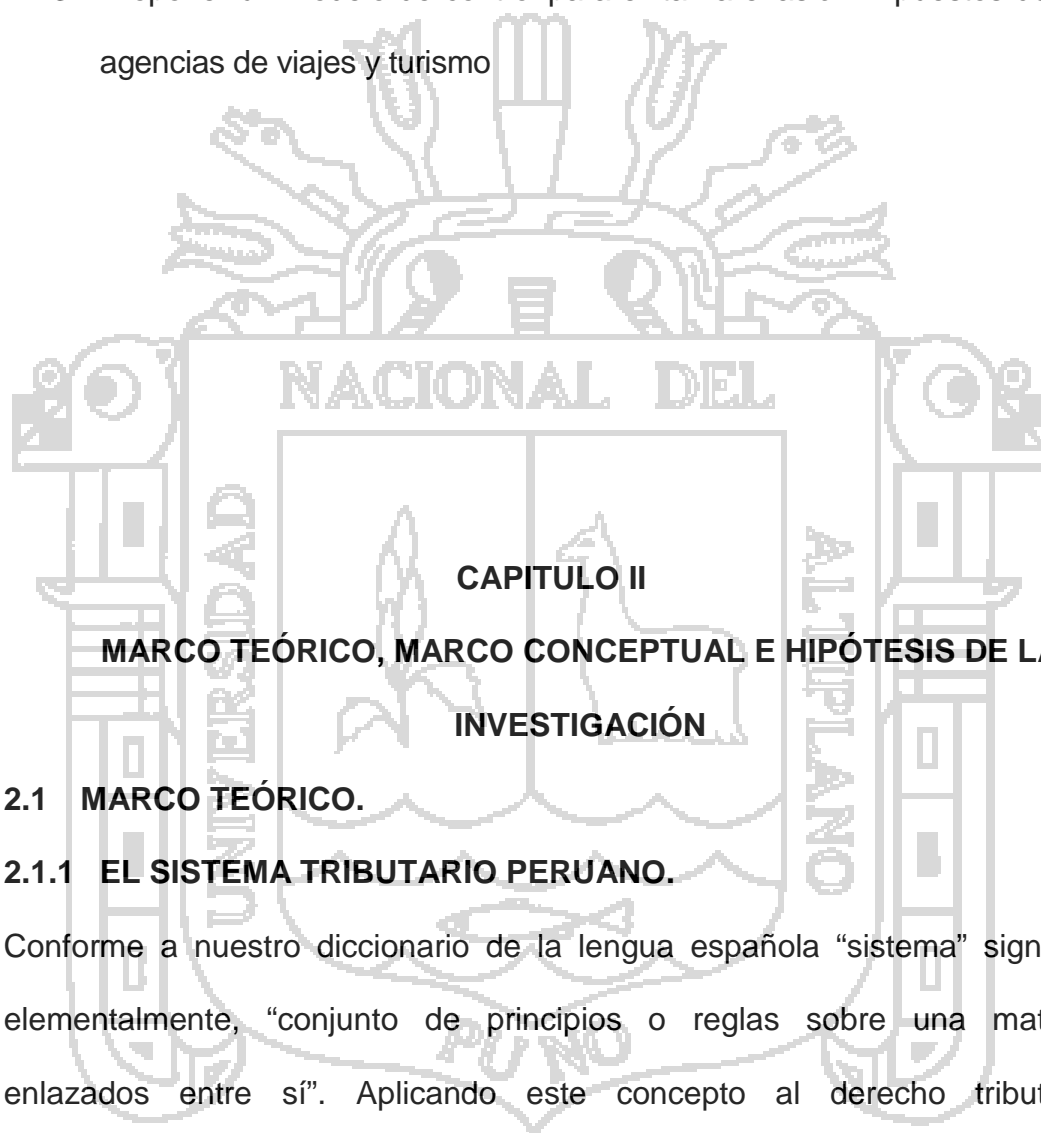
Analizar la contribución tributaria de las agencias de viajes y turismo a organismos del gobierno central en la ciudad de Puno periodos 2011 - 2012, y proponer un modelo de control para evitar la evasión tributaria.

##### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Determinar la incidencia de los principales impuestos a la utilidad de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno.



2. Analizar los impuestos que tienen mayor incidencia de acuerdo a los servicios que ofertan las agencias de viajes y turismo dentro de la ciudad de puno.
3. Proponer un modelo de control para evitar la evasión impuestos de las agencias de viajes y turismo



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO.**

##### **2.1.1 EL SISTEMA TRIBUTARIO PERUANO.**

Conforme a nuestro diccionario de la lengua española “sistema” significa elementalmente, “conjunto de principios o reglas sobre una materia enlazados entre sí”. Aplicando este concepto al derecho tributario entenderemos por sistema tributario el “conjunto de principios y/o reglas que rigen un país, en relación con los tributos. El sistema tributario peruano será,

el conjunto de principios y reglas dictados por el estado para la creación y aplicación de los tributos en el Perú” (CASTRO SUCAPUCA, 1995).

### **2.1.2. PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES RECTORES DE LA TRIBUTACIÓN EN EL PERÚ.**

Antiguamente, el ejercicio de la potestad tributaria era autoritario. El estado imponía los tributos de modo irrestricto y violento; sin garantías específicas para los contribuyentes.

Hoy, la facultad que tiene el estado, como súper organismo social, para crear, modificar, suprimir y exigir tributos en forma coactiva, no es una potestad absoluta o irrestricta. Tampoco puede usarse ni aplicarse de modo tiránico, absolutista o abusivo, porque la propia constitución política delimita sus alcances consagrando principios rectores para la ley tributaria.

“El carácter normativo de la constitución determina que todo el ordenamiento deba interpretarse tomando en cuenta, y en lo posible haciéndolo compatible, con los preceptos constitucionales. La interpretación de las obligaciones tributarias debe partir de la Constitución como parámetro interpretativo obligatorio cuyas prescripciones son el contexto necesario para la correcta aplicación de todas las normas jurídicas (HUAMANI CUEVA, Rosendo, 2005).

Según nuestra constitución política del Perú en su Art. 74º menciona:

**“Artículo 74º.-** Los tributos se crean, modifican o derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por la ley o decreto legislativo en caso de

delegación de facultades, salvo los aranceles y tasas, los cuales se regulan mediante decreto supremo.

Los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales pueden crear, modificar y suprimir contribuciones y tasas, o exonerar de éstas, dentro de su jurisdicción, y con los límites que señala la ley. El estado, al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de reserva de la ley, y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona. Ningún tributo puede tener carácter confiscatorio.

Las leyes de presupuesto y los decretos de urgencia no pueden normar sobre materia tributaria.

Las leyes relativas a tributos de periodicidad anual rigen a partir del primero de enero del año siguiente a su promulgación.

No surten efecto las normas tributarias dictadas en violación de lo establece el presente artículo (CARRASCO BULEJE, Luciano, 2006).

Los tributos son creados y exigidos únicamente por ley a excepción de los aranceles y tasas que son regulados mediante decreto supremo. En este sentido la constitución política del Perú regula la naturaleza tributaria.

### **2.1.3. LEY MARCO DEL SISTEMA TRIBUTARIO.**

“El sistema tributario es el conjunto de tributos interrelacionados que se aplican en un país en un momento determinado. De acuerdo con esta posición, que compartimos, el Código Tributario, aun cuando formalmente se

le haya incluido en la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, no es parte de este sistema. (HUAMANI CUEVA, Rosendo, 2005)

### 2.1.2 EL TRIBUTO.

Nuestra legislación no ha definido claramente el tributo ante tal carencia podemos definir que "...el tributo no es una prestación pecuniaria, sino el vínculo que origina esta prestación, la que a su vez viene a ser simplemente el objeto de este vínculo sui géneris, entre los miembros del estado y el estado mismo, que origina para una de las partes (el estado), el derecho de percibir una prestación pecuniaria, y para la otra, el deber de proporcionársela" (BARRIOS ORBEGOSO RAUL, 1988).

Otra definición o concepto más utilizado es el planteado por el maestro brasileño Geraldo Ataliba: "Jurídicamente se define al tributo como obligación jurídica pecuniaria, *ex lege*, que no constituye sanción de acto ilícito, cuyo sujeto activo es, en principio una persona pública, y cuyo sujeto pasivo es alguien puesto en esa situación por la voluntad de la ley"<sup>1</sup>

Desde estas perspectivas podemos definir al tributo como la prestación obligatoria, generalmente pecuniaria, establecida por ley, cuya finalidad es proporcionar recursos al Estado o entes públicos para el cumplimiento de sus fines.

---

<sup>1</sup> ATALIBA, Geraldo; "Hipótesis de Incidencia Tributaria"; 1987. Pág. 37.

### 2.1.3 CLASIFICACIÓN DE LOS TRIBUTOS.

Nuestro Código Tributario ha adoptado la clasificación de tributo aceptado por la mayoría de la doctrina y el Derecho positivo: la clasificación tripartita o trimestre:

#### **IMPUESTO.**

Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado.

#### **CONTRIBUCIÓN.**

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.

#### **TASA.**

Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva del Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual.

Las tasas entre otras, pueden ser:

1. **Arbitrios.** Son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.

2. **Derechos.** Son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.
3. **Licencias.** Son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.”<sup>2</sup>

#### 2.1.4 TRIBUTOS QUE ADMINISTRA LA SUNAT.

Los principales tributos que administra la SUNAT son:

##### **IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS.**

Es el impuesto que grava “a) la venta en el país de bienes muebles; b) la prestación o utilización de servicios en el país; c) los contratos de construcción; d) la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos dentro del país; y e) la importación de bienes.”<sup>3</sup>

##### **A) OPERACIONES GRAVADAS**

El Impuesto General a las Ventas grava las siguientes operaciones:

- La venta en el país de bienes muebles;
- La prestación o utilización de servicios en el país;

---

<sup>2</sup> Norma II del Decreto Supremo N<sup>o</sup> 135-99-EF TULO del Código Tributario.  
Publicado el 19.08.1999.

<sup>3</sup> Art. 1<sup>o</sup> del Decreto Supremo N<sup>o</sup> 055-99-EF TULO de la Ley del IGV e ISC.  
Publicado el 15.04.1999.

- Los contratos de construcción;
- La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.
- La importación de bienes.

## **B) OPERACIONES NO GRAVADOS**

No están gravados con el impuesto:

- a) El arrendamiento y demás formas de cesión en uso de bienes muebles e inmuebles, siempre que el ingreso constituya renta de primera o de segunda categorías gravadas con el Impuesto a la Renta.
- b) La transferencia de bienes usados que efectúen las personas naturales o jurídicas que no realicen actividad empresarial, salvo que sean habituales en la realización de este tipo de operaciones.
- c) La importación

## **C) DEFINICIONES**

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

### **VENTA:**

1. Todo acto por el que se transfieren bienes a título oneroso, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen esa transferencia y de las condiciones pactadas por las partes.

2. El retiro de bienes que efectúe el propietario, socio o titular de la empresa o la empresa misma, incluyendo los que se efectúen como descuento o bonificación, con excepción de los señalados por esta Ley y su Reglamento, tales como los siguientes:

El retiro de insumos, materias primas y bienes intermedios utilizados en la elaboración de los bienes que produce la empresa.

La entrega de bienes a un tercero para ser utilizados en la fabricación de otros bienes que la empresa le hubiere encargado.

El retiro de bienes por el constructor para ser incorporados a la construcción de un inmueble.

El retiro de bienes como consecuencia de la desaparición, destrucción o pérdida de bienes, debidamente acreditada conforme lo disponga el Reglamento.

El retiro de bienes para ser consumidos por la propia empresa, siempre que sea necesario para la realización de las operaciones gravadas.

Bienes no consumibles, utilizados por la propia empresa, siempre que sea necesario para la realización de las operaciones gravadas y que dichos bienes no sean retirados a favor de terceros.

El retiro de bienes para ser entregados a los trabajadores como condición de trabajo, siempre que sean indispensables para que el trabajador pueda prestar sus servicios, o cuando dicha entrega se disponga mediante Ley.



El retiro de bienes producto de la transferencia por subrogación a las empresas de seguros de los bienes siniestrados que hayan sido recuperados.

#### **BIENES MUEBLES:**

Los corporales que pueden llevarse de un lugar a otro, los derechos referentes a los mismos, los signos distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave y similares, las naves y aeronaves, así como los documentos y títulos cuya transferencia implique la de cualquiera de los mencionados bienes.

#### **SERVICIOS:**

1. Toda prestación que una persona realiza para otra y por la cual percibe una retribución o ingreso que se considere renta de tercera categoría para los efectos del Impuesto a la Renta, aun cuando no esté afecto a este último impuesto; incluidos el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles y el arrendamiento financiero.

Entiéndase que el servicio es prestado en el país cuando el sujeto que lo presta se encuentra domiciliado en él para efecto del Impuesto a la Renta, sea cual fuere el lugar de celebración del contrato o del pago de la retribución.

El servicio es utilizado en el país cuando siendo prestado por un sujeto no domiciliado, es consumido o empleado en el territorio nacional,

independientemente del lugar en que se pague o se perciba la contraprestación y del lugar donde se celebre el contrato.

2. La entrega a título gratuito que no implique transferencia de propiedad, de bienes que conforman el activo fijo de una empresa vinculada a otra económicamente, salvo en los casos señalados en el Reglamento.

Para efecto de establecer la vinculación económica, será de aplicación lo establecido en el Artículo 54° del presente dispositivo.

En el caso del servicio de transporte internacional de pasajeros, el Impuesto General a las Ventas se aplica sobre la venta de pasajes que se expidan en el país o de aquellos documentos que aumenten o disminuyan el valor de venta de los pasajes siempre que el servicio se inicie o termine en el país, así como el de los que se adquieran en el extranjero para ser utilizados desde el país.

**CONSTRUCCIÓN:**

Las actividades clasificadas como construcción en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) de las Naciones Unidas.

**CONSTRUCTOR:**

Cualquier persona que se dedique en forma habitual a la venta de inmuebles contruidos totalmente por ella o que hayan sido contruidos total o parcialmente por un tercero para ella.

Para este efecto se entenderá que el inmueble ha sido construido parcialmente por un tercero cuando este último construya alguna parte del inmueble y/o asuma cualquiera de los componentes del valor agregado de la construcción.

### **NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA**

La obligación tributaria se origina:

a) En la venta de bienes, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha en que se entregue el bien, lo que ocurra primero.

Tratándose de naves y aeronaves, en la fecha en que se suscribe el correspondiente contrato.

Tratándose de la venta de signos distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave y similares, en la fecha o fechas de pago señaladas en el contrato y por los montos establecidos; en la fecha en que se perciba el ingreso, por el monto que se perciba, sea total o parcial; o cuando se emite el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, lo que ocurra primero.

b) En el retiro de bienes, en la fecha del retiro o en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, lo que ocurra primero.

c) En la prestación de servicios, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, o en la fecha en que se percibe la retribución, lo que ocurra primero.

En los casos de suministro de energía eléctrica, agua potable, y servicios finales telefónicos, télex y telegráficos, en la fecha de percepción del ingreso o en la fecha de vencimiento del plazo para el pago del servicio, lo que ocurra primero.

d) En la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados, en la fecha en que se anote el comprobante de pago en el Registro de Compras o en la fecha en que se pague la retribución, lo que ocurra primero.

e) En los contratos de construcción, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento o en la fecha de percepción del ingreso, sea total o parcial o por valorizaciones periódicas, lo que ocurra primero.

f) En la primera venta de inmuebles, en la fecha de percepción del ingreso, por el monto que se perciba, sea parcial o total.

g) En la importación de bienes, en la fecha en que se solicita su despacho a consumo.

#### **SUJETOS DEL IMPUESTO**

Son sujetos del Impuesto en calidad de contribuyentes, las personas naturales, las personas jurídicas, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el

Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, sociedades irregulares, patrimonios fideicometidos de sociedades tituladoras, los fondos mutuos de inversión en valores y los fondos de inversión que desarrollen actividad empresarial que:

- a) Efectúen ventas en el país de bienes afectos, en cualquiera de las etapas del ciclo de producción y distribución;
- b) Presten en el país servicios afectos;
- c) Utilicen en el país servicios prestados por no domiciliados;
- d) Ejecuten contratos de construcción afectos;
- e) Efectúen ventas afectas de bienes inmuebles;
- f) Importen bienes afectos.

Tratándose de las personas naturales, las personas jurídicas, entidades de derecho público o privado, las sociedades conyugales que ejerzan la opción sobre atribución de rentas prevista en las normas que regulan el Impuesto a la Renta, sucesiones indivisas, que no realicen actividad empresarial, serán consideradas sujetos del impuesto cuando:

#### **RESPONSABLES SOLIDARIOS**

Son sujetos del Impuesto en calidad de responsables solidarios:

- a) El comprador de los bienes, cuando el vendedor no tenga domicilio en el país.

- b) Los comisionistas, subastadores, martilleros y todos los que vendan o subasten bienes por cuenta de terceros, siempre que estén obligados a llevar contabilidad completa según las normas vigentes.
- c) Las personas naturales, las sociedades u otras personas jurídicas, instituciones y entidades públicas o privadas designadas:
- Por Ley, Decreto Supremo o por Resolución de Superintendencia como agentes de retención o percepción del Impuesto, de acuerdo a lo establecido en el artículo 10° del Código Tributario.
  - Por Decreto Supremo o por Resolución de Superintendencia como agentes de percepción del Impuesto que causarán los importadores y/o adquirentes de bienes, quienes encarguen la construcción o los usuarios de servicios en las operaciones posteriores.

### **DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO**

El Impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del Impuesto Bruto de cada período el crédito fiscal, determinado de acuerdo a lo previsto en los capítulos V, VI y VII del TUO.

En la importación de bienes, el Impuesto a pagar es el Impuesto Bruto

### **IMPUESTO BRUTO**

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

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

### **BASE IMPONIBLE**

La base imponible está constituida por:

- a) El valor de venta, en las ventas de bienes.
- b) El total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios.
- c) El valor de construcción, en los contratos de construcción.
- d) El ingreso percibido, en la venta de inmuebles, con exclusión del correspondiente al valor del terreno.
- e) El Valor en Aduana determinado con arreglo a la legislación pertinente, más los derechos e impuestos que afecten la importación con excepción del Impuesto General a las Ventas, en las importaciones.

### **TASA DEL IMPUESTO**

La tasa del impuesto es 19%

### **CRÉDITO FISCAL**

El crédito fiscal está constituido por el Impuesto General a las Ventas consignado separadamente en el comprobante de pago, que respalde la adquisición de bienes, servicios y contratos de construcción, o el pagado en

la importación del bien o con motivo de la utilización en el país de servicios prestados por no domiciliados.

Sólo otorgan derecho a crédito fiscal las adquisiciones de bienes, las prestaciones o utilidades de servicios, contratos de construcción o importaciones que reúnan los requisitos siguientes:

- Que sean permitidos como gasto o costo de la empresa, de acuerdo a la legislación del Impuesto a la Renta, aun cuando el contribuyente no esté afecto a este último impuesto.

Tratándose de gastos de representación, el crédito fiscal mensual se calculará de acuerdo al procedimiento que para tal efecto establezca el Reglamento.

- Que se destinen a operaciones por las que se deba pagar el Impuesto.

#### **REQUISITOS FORMALES**

Para ejercer el derecho al crédito fiscal a que se refiere el artículo anterior se cumplirán los siguientes requisitos formales:

- a) Que el Impuesto esté consignado por separado en el comprobante de pago que acredite la compra del bien, el servicio afecto, el contrato de construcción, o de ser el caso, en la nota de débito, o en la copia autenticada por el Agente de Aduanas o por el fedatario de la Aduana de los documentos emitidos por la SUNAT, que acrediten el pago del Impuesto en la importación de bienes.



Los comprobantes de pago y documentos a que se hace referencia en el presente inciso son aquellos que de acuerdo con las normas pertinentes, sustentan el crédito fiscal.

b) Que los comprobantes de pago o documentos hayan sido emitidos de conformidad con las disposiciones sobre la materia.

Asimismo, se tendrán en cuenta las siguientes normas:

✓ No dará derecho a crédito fiscal, el Impuesto consignado, sea que se haya retenido o no, en comprobantes de pago, nota de débito o documento emitido por la SUNAT no fidedignos o falsos o que incumplan con los requisitos legales o reglamentarios.

El Reglamento establecerá las situaciones en las cuales los comprobantes de pago, notas de débito o documentos emitidos por la SUNAT serán considerados como no fidedignos o falsos.

- No darán derecho al crédito fiscal los comprobantes de pago o notas de débito que hayan sido emitidos por sujetos a los cuales, a la fecha de emisión de los referidos documentos, la SUNAT les haya comunicado o notificado la baja de su inscripción en el RUC o aquellos que tengan la condición de no habido para efectos tributarios.
- Tampoco darán derecho al crédito fiscal los comprobantes que hayan sido otorgados por personas que resulten no ser contribuyentes del Impuesto o los otorgados por contribuyentes cuya inclusión en algún

régimen especial no los habilite a ello o los otorgados por operaciones exoneradas del impuesto.

### **DECLARACIÓN Y PAGO**

Los sujetos del Impuesto, sea en calidad de contribuyentes como de responsables, deberán presentar una declaración jurada sobre las operaciones gravadas y exoneradas realizadas en el período tributario del mes calendario anterior, en la cual dejarán constancia del Impuesto mensual, del crédito fiscal y, en su caso, del Impuesto retenido o percibido. Igualmente determinarán y pagarán el Impuesto resultante o, si correspondiere, determinarán el saldo del crédito fiscal que haya excedido al Impuesto del respectivo período.

### **FORMA Y OPORTUNIDAD DE LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO**

La declaración y el pago del Impuesto deberán efectuarse conjuntamente en la forma y condiciones que establezca la SUNAT, dentro del mes calendario siguiente al período tributario a que corresponde la declaración y pago.

Si no se efectuaren conjuntamente la declaración y el pago, la declaración o el pago serán recibidos, pero la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria -SUNAT aplicará los intereses y/o en su caso la sanción, por la omisión y además procederá, si hubiere lugar, a la cobranza coactiva del Impuesto omitido de acuerdo con el procedimiento establecido en el Código Tributario.

La declaración y pago del Impuesto se efectuará en el plazo previsto en las normas del Código Tributario.

El sujeto del Impuesto que por cualquier causa no resultare obligado al pago del Impuesto en un mes determinado, deberá comunicarlo a la SUNAT, en los plazos, forma y condiciones que señale el Reglamento.

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

#### **DE LOS REGISTROS Y OTROS MEDIOS DE CONTROL**

Los contribuyentes del Impuesto están obligados a llevar un Registro de Ventas e Ingresos y un Registro de Compras, en los que anotarán las operaciones que realicen, de acuerdo a las normas que señale el Reglamento.

En el caso de operaciones de consignación, los contribuyentes del Impuesto deberán llevar un Registro de Consignaciones, en el que anotarán los bienes entregados y recibidos en consignación.

La SUNAT mediante Resolución de Superintendencia podrá establecer otros registros o controles tributarios que los sujetos del Impuesto deberán llevar.

#### **COMPROBANTES DE PAGO**

Los contribuyentes del Impuesto deberán entregar comprobantes de pago por las operaciones que realicen, los que serán emitidos en la forma y condiciones que establezca la SUNAT.

En las operaciones con otros contribuyentes del Impuesto se consignará separadamente en el comprobante de pago correspondiente el monto del

Impuesto. Tratándose de operaciones realizadas con personas que no sean contribuyentes del Impuesto, se podrá consignar en los respectivos comprobantes de pago el precio o valor global, sin discriminar el Impuesto.

El comprador del bien, el usuario del servicio incluyendo a los arrendatarios y subarrendatarios, o quien encarga la construcción, están obligados a aceptar el traslado del Impuesto.

La SUNAT establecerá las normas y procedimientos que le permita tener la información previa de la cantidad y numeración de los comprobantes de pago y guías de remisión de que dispone el sujeto del Impuesto, para ser emitidas en sus operaciones.

### **CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS DE LOS COMPROBANTES DE PAGO**

Corresponde a la SUNAT señalar las características y los requisitos básicos de los comprobantes de pago, así como la oportunidad de su entrega.

### **IMPUESTO A LA RENTA.**

El impuesto a la renta se configura como un tributo directo, de carácter natural y subjetivo, que grava la renta de las personas. En otras palabras, se trata de un impuesto que grava la renta o ganancia que se ha producido a partir de una inversión o de la rentabilidad de cierto capital. Se puede tratar también del producto de un trabajo dependiente o independiente. En términos más sencillos, el impuesto a la renta es un tributo que, como ya se ha dicho, grava las rentas o aquellos ingresos que se configuran como

utilidades o beneficios. Estos ingresos provienen de una cosa o actividad, constituyéndose la renta, a partir de todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciban o devenguen, cualquiera sea su naturaleza, origen o denominación.

### **IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO.**

Este impuesto grava “a) la venta en el país a nivel de productor y la importación de los bienes especificados en los Apéndices III y IV; b) la venta en el país por el importador de los bienes especificados en el literal A del Apéndice IV; y, c) los juegos de azar y apuestas, tales como loterías, bingos, rifas, sorteos y eventos hípicas.”<sup>4</sup>

### **NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO.**

Se trata de un nuevo tributo conformante de la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, que reemplaza al régimen único simplificado (RUS) derogado a partir del 1º de enero del 2004, que comprende “...el Impuesto a la Renta, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal que deban pagar en su calidad de contribuyentes los sujetos...”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Art. 50º del Decreto Supremo N° 055-99-EF T.U.O. de la Ley del IGV e ISC. Publicado el 15.04.1999.

<sup>5</sup> Art. 4º del D. Leg. N° 937. T.U.O. del Nuevo RUS. Publicado el 14.11.2003.

que se acojan a este régimen, salvo que se encuentren en la Categoría Especial del mismo.

#### **APORTACIONES A ESSALUD Y A LA ONP.**

Las aportaciones al Seguro Social de Salud (ESSALUD) y a la oficina de Normalización Provisional (ONP) tienen naturaleza tributaria, cabe recordar que mediante la Ley N° 27334 de fecha 30 de Julio del 2000, ley que amplía las funciones de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT, se ha dispuesto que esta entidad ejercerá sus funciones de Administración Tributaria respecto a las aportaciones a ESSALUD y a la ONP a que hace referencia la Norma II del Título Preliminar del Código Tributario.

#### **IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS.**

Fundamentalmente, el ITF-vigente a partir del 01 de marzo del 2004, grava la mera circulación de la moneda nacional o extranjera que se realizan de cuentas abiertas en las Empresas del Sistema Financiero “...las obligaciones que se cumplan mediante el pago de sumas de dinero...”<sup>6</sup>, según la moneda en la cual se pactó la obligación. Es oportuno mencionar que, para estos efectos, se entiende como Empresas del Sistema Financiero, a las empresas bancarias, empresas financieras, cajas municipales de ahorro y crédito,

---

<sup>6</sup> Art. 3° de la Ley N° 28194. “Ley para la Lucha contra la evasión y para la formalización de la Economía.” Publicado el 26.03.2004

cooperativas de ahorro y crédito autorizadas a captar depósitos del público, cajas rurales de ahorro y crédito, cajas municipales de crédito popular y empresas de desarrollo de la pequeña y microempresa – EDPYMES a que se refiere la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. Así como cualquier otra entidad que se cree para realizar intermediación financiera relacionada con actividades que el estado decida promover.

#### **2.1.5 AGENCIA DE VIAJES**

Por el lado de las Agencias de viajes se presenta en forma genérica la evolución histórica de como se ha configurado la estructura administrativa de los organismos públicos del sector Turismo, habiéndose ordenado por periodos para mayor claridad.

##### **Historia del Turismo en el Perú**

Se sabe que la historia en todos los aspectos es importante sea porque de ellos aprendemos de las ideas y/o pensamientos de los que iniciaron todo esto pero además es darnos cuenta cuán importante es saber esas ideas que lograron en esos tiempos, de que quizás tuvieron errores o no , pero de una u otra forma tenemos que aprender del pasado ya que de ello es lo que nosotros debemos ver más adelante como cuando y como estamos ahora en ese sentido no solo es leer la historia del turismo sino es ver la realidad de ahora

comparándola con la del pasado quizás se haya hecho poco pero en nosotros esta ver cuánto podemos cambiarla y mejorarlo.

Entonces para poder ver como se inició el Turismo en el Perú tendríamos que ver cómo empezó, quienes fueron los primeros en dar la iniciativa pues para eso no tenemos que remitir a las instituciones, ministerios o en todo caso a personajes que vieron que en el Perú esta plaza era necesario.

### **Ministerio de Fomento y Obras Públicas 1932-1930**

Quizás sea uno de los inicios del turismo que correspondía al Estado crear ese sector ya que aún no se suponía una claro manejo del sector, pues los siete primeros años que duro ese sector se dio la promulgación de un avance que se refería al avance del turismo en el Perú con el apoyo del Touring Club Peruano (hoy Touring y automóvil Club del Perú) ya que este era la encargada de hacer la respectiva propaganda turística. Una parte del citado documento dice:

“Autorizase al Ministerio de Fomento para que a la brevedad posible y empleando los recursos y medios provisionales necesarios, atienda al establecimiento de la corriente turística al Perú y en especial a la ciudad del Cuzco...”

Además de en otro de sus artículos consigna al Touring Club Peruano para que se le autorice la función de hacer la propaganda respectiva.



### **Corporación Nacional de Turismo 1946-1950**

La corporación Nacional del Turismo fue creada por Ley N° 10556 el 30 de abril de 1946 durante el gobierno de don José Luís Bustamante y Rivero. La administración la ejercía un Directorio Nombrado por el Presidente de la república, siendo su primer presidente don Pedro Bentín Mujica. Esta entidad fue la que tuvo como las primeras tareas organizar y fomenta el turismo en el Perú con ayuda del Ministerio del Fomento en crear la red de caminos y ferrocarriles, teniendo en mira los principales objetivos turísticos.

Entre una de las actividades importante que se puede destacar de este periodo fue la de convocar el Primer Congreso Nacional de Turismo entre el 8 y 15 de junio de 1947. En dicho congreso asistieron personalidades importantes, gremios, empresarios e instituciones afines, entre las personalidades importantes están: Elmer Faucett, Aurelio Miro Quesada S., Javier Pulgar Vidal, José Sabogal, Luís Valcárcel, Julio C. Tello Fernando Belaúnde Ferry entre otros.

Los temas que abordaron en el evento fueron de gran importancia para el desarrollo del turismo ya que entre los diversos temas que abarcaron fueron tan vitales para la vida del turismo entre los puntos importantes están:

1. Legislación y Finanzas Turísticas.

2. Propaganda, Información y Educación Turística.
3. Transportes y Obras Publicas vinculadas al turismo.
4. Hoteles, Albergues y mejoramiento de los servicios.
5. Inventario, utilización y defensa del Patrimonio Turístico.
6. Agencias de Turismo, Comercio de Objetos para el turista y Escuela de Guías.
7. Turismo interno y de Acción Social.
- 8 Fomento Integral del Turismo, Deportes Turísticos y Turismo de Emoción.
9. Cronología.
10. Sanidad.

Entre las actividades que trabajan la Corporación tenemos otras obras como la construcción de hoteles, aprobado por el Gobierno de entonces, no obstante que en aquella época ya existía la Compañía Hotelera del Perú S.A., creada en 1942 y antecesora de la fenecida ENTURPERU.

Y quizás una de la mas resaltantes es de instalar una Oficina Representativa en Nueva York, en plena Plaza Rockefeller N° 50, siendo su misión la promoción y propaganda del turismo en ese país, con lo cual contó con todos los medios adecuados para cumplir sus objetivos.

Y luego como siempre mediante un Decreto Supremo del 27 de Octubre de 1950, se dispuso la liquidación de la CNT tras cuatro años de trabajo truncanon la labor que venía ejerciendo el Sector.

### **Corporación de Turismo del Perú (COTURPERU) 1964-1969**

La Corporación de Turismo del Perú, fue creado por Ley N° 14947 el 6 de marzo de 1964 durante el primer gobierno de Fernando Belaúnde Ferry.

En este periodo de la evolución del turismo se da el boom turístico internacional como resultado de los niveles de ingreso de los EEUU y la reducción de la jornada laboral semanal; y el inusitado avance de la aviación comercial.

Se le transfiere la propiedad de los Hoteles del Estado a la Red Hotelera, quedando esta como administradora. Quedando en construir y equipar nuevos hoteles.

Entre los fines se señalaba un Plan de turismo con la asesoría del instituto de planificación, elevándola nivel de conducción sectorial dentro de un esquema ordenado de objetivos políticas y acciones que se reflejaban en un presupuesto.

En materia de oferta, COTURPERU emprendió la ejecución del Inventario del Patrimonio Turístico de la Nación; la conservación y restauración de bienes monumentales y artísticos conjuntamente con las entidades encargadas; la promoción de inversiones privadas y el estímulo de las expresiones folklóricas y artesanales, entre otros.

Sobre demanda se inició un programa de promoción, participando y organizando certámenes internacionales con líneas aéreas y agencias de viaje. Se firmaron acuerdos donde la Compañía Hotelera del Perú daba

alojamientos a maestros, obreros o empleados de sus familiares con tarifas especiales de alojamiento y pensión en sus respectivos servicios.

Este enunciado legislativo fue una conquista trascendental ya que tuvo una acogida con el slogan que COTURPERU acuño: Conozca el Perú primero.

Se dio un gran avance con el servicio de turismo receptivo dejando a su suerte el turismo interno.

LA MISION CHECCHI fue uno de los mayores esfuerzos que hizo la COTURPERU donde a través de la Organización de los Estados Americanos

Se contrató los servicios de la empresa norteamericana Checchi and Company con el objetivo de elaborar un estudio sobre Las Posibilidades del Turismo en el Perú.

En las cuales sus resultados se resumen así:

1. Los Esfuerzos deben ser concentrados en áreas de prioridad dentro del Perú, particularmente en la combinación Lima-Cuzco-Machu Picchu.
2. Debe tratarse mejor a los turistas.
3. Para 1969 se deben construir 700 nuevos cuartos de hotel; 400 en Lima.
4. Un programa de promoción intenso debe aplicarse en el futuro.
5. Hasta que otros problemas no sean resueltos, el programa debe permanecer en su actual nivel.

### **La Escuela Nacional de Turismo**

La Escuela Nacional de Turismo se crea por DS No. 73 del 10 de noviembre de 1965 y funciona como tal hasta el 6 de julio de 1967 en que mediante la Ley No. 16658 se crea el Centro Nacional de Aprendizaje de Servidores en Hoteles - CENASH, que se orientó a preparar a barman, mozos, maîtres, cocineros, ayudantes de cocina, cuarteros, camareros, gobernantas y otros que en ese entonces requerían los establecimientos de hospedaje, restaurantes y afines. En 1974 el CENASH se incorpora al SENATI hasta el 23 de enero de 1975. Al ser incorporado el CENASH y la Escuela Nacional de Turismo al SENATI, se crean los programas de Turismo y Hotelería.

#### **La Empresa Nacional de Turismo 1969**

Como siempre en todos los periodos del avance del turismo, se truncó por quinta vez desde 1932, en el proceso de la consolidación institucional del sector. Es entonces tras la llegada del gobierno militar de Velasco se encarga por primera vez al Ministerio de Industria y Comercio dirigir, regular y promover las actividades turísticas. Con el Decreto Ley 17525 del 21 de Marzo de 1969, Ley Orgánica del Ministerio de Industria y Comercio, crea la Empresa Nacional de Turismo incorporándola como Organismo Público Descentralizado en sustitución de COTURPERU.

Su periodo de vigencia duro aprox. 9 meses y su trabajo fue exclusivamente en la construcción, equipamiento y administración de los Hoteles del Estado

reemplazando a la Compañía Hotelera del Perú. En ese sentido, ENTURPERU continuaría con esa función hasta 1994 fecha de su venta al sector privado. De lo cual en diciembre se crea la Dirección General del Turismo.

#### **Dirección General del Turismo 1969-1978**

Se creó el 19 de diciembre de 1969 mediante Decreto Ley 18059, asumiendo esta el control, conducción y dirección del turismo en el Perú así como la gestión empresarial del sector, hasta el 24 de abril de 1978.

#### **Secretaría de Estado del Turismo 1978-1981**

Se crea un 25 de abril de 1978 al 11 de junio de 1981 bajo el mandato el Ministerio de Industria, Turismo e integración.

#### **Viceministerio de Turismo 1981-2002**

El 12 de junio de 1981 se encarga al Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales (MITINCI), a tener la facultad del manejo del sector con una innegable evolución jerárquica.

Entre 1994 y 1998 cuando el viceministro dejó de ser tal al pasar a un nivel de tercer escalón en Forma de Dirección Nacional de Turismo.

En este periodo el sector turismo llegó a convertirse en uno de los factores del crecimiento peruano.

Por primera vez se elaboraron Planes de Turismo donde se fijaron con precisión Objetivos Sectoriales, destacando el Plan de Turismo 1974-80 y los Planes Anuales que se trazaron desde 1974, debido a que el sector turismo formaba parte del Sistema de Planificación Nacional.

Al concluir el régimen del gobierno del presidente Belaúnde se promulga la Ley General del Turismo, Ley N° 24027 (13.12.84) que contenía un régimen de incentivos a la inversión privada y a la reinversión. Sin embargo, el gobierno del presidente García Pérez liquidó todos los incentivos a la reinversión en todos los sectores de la economía nacional. Durante el año 88 recogiendo la aspiración empresarial, el poder legislativo y ejecutivo, propusieron un proyecto de Ley denominado Fomento de Desarrollo Turístico, cuyo texto fue estudiado y examinado por la Cámara Nacional de Turismo. Para luego no ser firmado por el presidente.

Durante el segundo periodo del gobierno del presidente Alberto Fujimori se promulgaron las leyes N° 26961 Ley para el desarrollo de la Actividad Turística, y la ley N° 26962. Ley sobre Modificaciones de Disposiciones Tributarias para el Desarrollo de la Actividad Turística.

### **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR 2002**

Mediante las Leyes N° 27779 y 27790, se creó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y se establece su Ley de Organización y Funciones, como una dependencia a cargo de promover y regular la actividad turística incluyendo la promoción, orientación y regulación de la actividad artesanal.

A través del PromPeru se hace la promoción y propaganda respectiva dado que a través de la Web se a conocer a nuestro país y a la vez creando conciencia en la población de contribuir a crear un clima hospitalario y seguro al turista.

También se crea el sistema de información y asistencia para viajeros, a través del cual es posible solicitar información turística objetiva e imparcial, así como obtener asistencia si los servicios turísticos contratados no fueron brindados de acuerdo a lo ofrecido las 24 horas.

Así también con el fin de promover la inversión en proyectos turísticos se ha establecido la CEPRI de Proyectos de Desarrollo Turístico.

Con el fin de crear un clima propicio para la inversión de turismo en el Perú se dieron acciones en esta área que son:

**a)** Desregulación de la actividad a través de la eliminación de un sinnúmero de registros y trámites.



b) Régimen tributario favorable. En particular las nuevas inversiones en establecimientos de hospedaje en Lima y Callao están exoneradas del impuesto predial e impuesto extraordinario a los activos netos hasta por tres años. Si son establecimientos de hospedaje de provincias el lapso se extiende a cinco años. Asimismo, están sujetos a un régimen de depreciación acelerada.

c) El Ministerio ha venido propiciando el desarrollo de infraestructura turística básica, coordinando acciones con otras instituciones del Estado.

Entre los muchos proyectos que tiene este sector podemos mencionar: El Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), El Plan Copesco Nacional, el Proyecto PENTUR, Proyecto de Rehabilitación y Reordenamiento del Valle del Vilcanota, etc.

Es así que en este gobierno se dan grandes esfuerzos por incentivar el turismo interno como externo descentralizando el turismo dando a conocer los distintos parajes que tiene el Perú, ya que antes solo el Cuzco era el centro del turismo ahora pues bien sabemos que en cada rincón del Perú existen muchas cosas por conocer.

#### **REPERCUSIONES ECONÓMICAS:**

El Turismo desde una perspectiva económica, se integra con todas las prestaciones que implica el satisfacer las necesidades que conlleva todo

desplazamiento temporal de personas. Por tal motivo, es necesario que el Turismo se desarrolle a través de procesos que, si bien parten de causa motivacionales, psíquicas, deben enmarcarse en cuadros que afectan directa o indirectamente a los sectores productivos de la población.

Al configurarse el Turismo como una actividad exportadora o importadora, ya sea que el atributo se refiera a países emisores o países receptores, respectivamente; se presenta una dualidad, paradójica en apariencia, en relación a las actividades comerciales. Por un lado, la internación de un turista trae como consecuencia una importación de divisas, y por el otro su externación lleva implícita una exportación de dinero nacional.

La paciencia contradictoria de estos movimientos, de personas y divisas, se pone de manifiesto al considerar que en el plano comercial toda importación implica a su vez exportación, es decir la adquisición de mercancías en el extranjero provoca el pago correspondiente, ya sea en moneda en mercaderías o materia prima.

### **IMPORTANCIA DEL TURISMO**

Hemos reiterado que el Turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna, y por ende como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Toda vez que esta

actividad va convirtiendo al planeta en patria común para el viajero internacional, que invade todas las zonas geográficas y elimina todas las barreras físicas, históricas y sociales, y contribuye en tal forma a integrar una sociedad ecuménica. Por eso tanto las entidades públicas como las privadas, en los campos nacional e internacional, han intercalado en el plano de sus actividades la preocupación por lograr un desarrollo privado de la actividad turística, maximizan en algunos países donde se ha convertido en la principal fuente proveedora de sus sistemas económicos.

### **POLÍTICAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Las transformaciones que presentan en el mercado internacional como consecuencia de las fluctuaciones económicas, demuestran rápidamente la importancia de la venta de los bienes y servicios turísticos en el éxito de los programas de desarrollos emprendidos por nuestra economía turística por lo que las actividades de promoción y comercialización aparecen como un elemento vital dentro del conjunto de operaciones que deben llevar a todos los interesados en el desarrollo y promoción de la actividad turística que se ha convertido en una actividad altamente competitiva, dando lugar a competencia entre regiones, países y aún dentro de centros turísticos dentro de un mismo país.

### **IMPORTANCIA DEL TURISMO**

El turismo constituye uno de los fenómenos socio económico más importante del mundo en el presente siglo. Los turistas se desplazan entre regiones con la finalidad de satisfacer necesidades culturales, económicas, etc., o simplemente para conocer paisajes, costumbres de los pueblos. Impacto del turismo en la economía de una región y/o país se traduce en un mayor ingreso de divisas y una serie de inversiones iniciales y al mismo tiempo en un proceso encadenado de ingresos y gastos autogenerados que se deja de sentir en todos los sectores económicos.

### **NACIONAL DEL EL TURISTA COMO SUJETO DE DERECHO**

El protagonista principal en la actividad turística es el turista, y no solo cuando resulta evidente, como sucede por ejemplo cuando se norman las reservas de establecimientos de hospedaje, la categorización de los mismos, la aplicación de los precios y tarifas, sino también cuando se regulan requisitos de carácter técnico, de estructura física y condiciones en la prestación de servicios.

#### **EL TURISTA**

Según la definición de la sociedad de las naciones unidas considera, que las personas que se hallan comprendidas en las siguientes categorías, se consideran turistas:

La personas que efectúan un viaje de placer, o por razones de familia, salud, etc.

Las personas que acuden a una reunión, o en calidad de servicios (científico, administrativo, diplomático, religioso, deportista, etc.)

Las personas que viajan por negocios.

Los visitantes de los cruceros marítimos.

### **POLÍTICA FISCAL**

“Esta política, la más importante de las políticas económicas, se conoce como la política fiscal. Desde la Gran Depresión, se ha aceptado generalmente la política fiscal del gobierno central debe contribuir a la consecución de ciertos objetivos económicos...”<sup>7</sup>

### **POLÍTICAS FISCALES QUE AFECTAN AL SECTOR TURISMO:**

Las disposiciones fiscales tienen destacada importancia para la economía de nuestro país, ya que los gobiernos por su responsabilidad de llevar a cabo obras de carácter social, se ven obligados a diversificar sus fuentes tributarias, para recaudar fondos que las sufraguen.

La actividad turística no queda exenta del anterior considerando, y por ese motivo dentro de una escala de las prioridades, cuando se definen y concretan dichas fuentes, el turismo queda incluido directamente entre ellas.

Dichas medidas dentro de un contexto de política fiscal, constituyen uno de

---

<sup>7</sup> E Shapiro - Análisis Macroeconómico pág. 320

los factores que condicionan el desarrollo. Dos tendencias bien definidas debemos distinguir en materia fiscal: Una de carácter eminentemente restrictivo y otra de carácter promocional o estimulante. El tema puede considerarse desde diferentes ángulos, pero solo nos referiremos a aquellas medidas que afectan directamente, ya sea al turista o al viajero en general o a los prestadores de servicios turísticos, o bien a los inversionistas.

Al visitar diferentes países, el viajero internacional se ve afectado por una serie de medidas, que podríamos calificar de restrictivas, tales como los derechos fiscales y migratorios, referidos a derechos de aeropuerto y de muelle; consulares, tarjeta de turista, etc.; que en cierto modo frenan el desarrollo y la práctica de la actividad. Sería ilusorio pretender que estas medidas desaparecieran en su totalidad; pero si se observan los aspectos positivos que el turismo aporta a un país y que sobrepasan por un amplio margen a los aspectos negativos, es recomendable que se auspicien políticas de estímulo, para lo cual deben reducirse al grado mínimo de medidas fiscales restrictivas, otorgando de esta manera todas aquellas franquicias y demás facilidades que permiten un desplazamiento turístico mundial más libre y positivo.

la Política Fiscal el mismo que inicia con la simplificación del número de impuestos, ampliación de la base gravable y la ampliación de los impuestos progresivos; de otro lado la Administración Tributaria a través de la

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), ha simplificado los procedimientos para el cumplimiento de las obligaciones y ha puesto un mayor énfasis en la tarea de orientación a los contribuyentes, el mismo que llega principalmente a las ciudades urbanas grandes.

## **TURISMO**

Se habla de turismo cada vez que una persona utiliza una parte de sus entradas para las vacaciones y el viaje, para satisfacer exigencias personales que hacen necesario un cambio de localidad.

### **DIVISIÓN DEL TURISMO**

El turismo se divide en:

- a) *Turismo Receptivo*. - Es la captación turística extranjera y nacional a la cual se le presenta los servicios convenientes.
- b) *Turismo Egresivo*. - Comprende a las personas nacionales que viajan al exterior por un periodo determinado.
- c) *Turismo Interno* .- Es aquel que se produce en un país a través de los flujos de residentes en el mismo, que se desplazan dentro de sus fronteras para

realizar viajes con fines no comerciales de un plazo mayor de 24 horas, también se le denomina turismo nacional.

d) *Turismo Social* .- Es una de las formas de turismo interno dirigido a fomentar los viajes de descanso entre aquellos sectores de la población cuyos ingresos no le permiten utilizar los servicios normales de prestación turística entendiéndose que estos responden al mercado general y cuyos precios se establecen con criterio de menor gastos de los usuarios, por lo tanto requieren de instalaciones especiales debajo del costo unitario planteadas como economías de escala en base a un volumen de prestaciones y alta ocupación de los servicios durante el mayor tiempo posible.

### **RECURSOS TURÍSTICOS.**

Son aquellos valores turísticos que poseen un país y son factibles de explotarse turísticamente, pueden ser recursos físicos recreacionales, culturales y humanos<sup>8</sup>.

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Son aquellos recursos turísticos en explotación o en pleno aprovechamiento con que dispone el Perú, por ejemplo Lago Titicaca, etc.,

---

<sup>8</sup> Castillo Yui, 1<sup>ra</sup> Edición - Noviembre '87



## **SERVICIOS TURÍSTICOS**

Son actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos en venta como tales en conexión con la venta de un producto resultante de la planta turística, entre ellas tenemos: Alojamiento, alimentación, esparcimiento, organización de viajes, información turística, etc.<sup>9</sup>.

## **ACTIVIDAD TURÍSTICA.**

Son aquellos actos que realizan el consumidor o turista para que acontezca el turismo, según el objeto de viaje y la razón con lo cual desea proporcionar los servicios<sup>10</sup>.

## **PRODUCTO TURÍSTICO.**

El producto turístico visto a nivel de los objetivos de viaje está configurada por los atractivos que generan la atracción al lugar, las facilidades que posibilitan la permanencia y el acceso a situaciones de tránsito que permite el desplazamiento al lugar y toma diferente nombre de acuerdo a la forma de presentación del mismo pudiendo ser programa turístico, paquete turístico, etc.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Terminología Turística - 1983 - Pág. 9

<sup>10</sup> Fernández Fuster, Luís - "Teoría y técnicas del turismo - tomo 1

<sup>11</sup> Cárdenas Fabio - "Producto turístico" - 2da Edición

### **TURISMO RECEPTIVO**

Es el total de arribos de turistas extranjeros que llegan al Perú de las diferentes regiones del mundo en un período determinado, por no menos de 24 horas ni mayor de 90 días. Pero con la condición de que los gastos que se realicen en los países receptivos, sea con dinero proveniente de los emisores.<sup>12</sup>

### **TURISMO AGRESIVO**

Forma de turismo constituido por los nacionales de un país que realizan viajes fuera de un territorio a otro u otros países extranjeros, por no menos de 24 horas y más de 90 días, pero con la condición de que los gastos que se realizan en el extranjero, sea dinero del país de residencia.

### **INGRESO TOTAL POR CONCEPTO DE TURISMO**

Es la masa monetaria total aportada por el turismo receptivo en la economía del país, por la venta de bienes y servicios turísticos que es ofrecido en el mercado nacional. También se le puede definir como la entrada de divisas obtenida por la transacción que efectúan los turistas extranjeros con los oferentes nacionales en la compra y venta de bienes y servicios turísticos.

---

<sup>12</sup> Castillo Yui - Primera Edición - 1987

## COMPROBANTES DE PAGO Y CONTABILIZACIÓN DE OPERACIONES

### **Emisión de Comprobantes de Pago.**

Las agencias de viajes y turismo emitirán indistintamente Facturas y Boletas de Venta por los diversos servicios que brinden

“Los boletos que expiden las compañías de aviación comercial por el servicio de transporte aéreo de pasajeros” permitirán sustentar gasto o costo para efectos tributarios, ejercer el derecho al crédito fiscal o al crédito deducible, según sea el caso, siempre que se identifique al adquirente o usuario y se discrimine el impuesto.

Como boleto aéreo es considerado comprobante de pago, no se podría emitir una Factura o Boleta de Venta a favor el pasajero o empresa que adquiere el boleto puesto que se estaría produciendo una doble facturación y dadas las operaciones que realizan las agencias de viajes y turismo se consideró adecuado el uso adicional a los comprobantes de pago del Documento de Cobranza, el uso que se dé a este documento dependerá de las agencias de viajes y turismo siempre que no reemplacen a los comprobante de pago.

La SUNAT a través del Oficio N° 278-93-SUNAT/06.00.00.00 definió los comprobantes de pago a utilizar en las principales por las agencias de viajes y turismo y propuso algunos usos para el Documento de Cobranza.

### **Por la venta de Boletos que expiden las Compañías de Aviación.**

La agencia de viajes y turismo otorgará al cliente, como comprobante de pago, el boleto que expide la compañía de aviación. Podrá entregar adicionalmente al comprobante de pago, el Documento de cobranza de ser requerido para fines de cobro al cliente, sea éste una empresa o consumidor final.

En caso de operaciones con empresas, la agencia podrá entregar el Documento de Cobranza conjuntamente con el boleto que expide la compañía de aviación para que de manera temporal, se utilice como sustentación de la operación, debiendo la empresa que efectúa el gasto archivarlo conjuntamente con la copia fotostática del boleto. Con posterioridad al retorno del usuario del boleto, este comprobante de pago deberá ser entregado a la empresa, de manera que el gasto o el crédito fiscal este sustentado con el boleto, conservándolo en el archivo antes mencionado.

#### **Por los Servicios Turísticos Nacionales.**

La agencia de viajes y turismo minorista, no comisionista de una agencia mayorista, tiene la obligación de emitir, por estos servicios, como comprobantes de pago, Facturas o Boletas de Venta, dependiendo del tipo de cliente, empresa o consumidor final respectivamente.

De tratarse de una agencia minorista comisionista de una mayorista, entregará como comprobante de pago, la Factura o Boleta de Venta emitida por la

agencia mayorista, dependiendo del tipo de cliente, empresa o consumidor final respectivamente.

La agencia mayorista tiene la obligación de emitir por estos servicios, en su relación con la agencia minorista, una Factura. En su relación con clientes, emitirán Factura o Boleta de Venta dependiendo del tipo de cliente, empresa o consumidor final respectivamente.

**Por los Servicios Turísticos Internacionales.**

La agencia de viajes y turismo minorista y no comisionista de la Agencia mayorista, otorgará como comprobante de pago Factura o Boleta de Venta, dependiente de la naturaleza del cliente, empresa o consumidor final respectivamente.

De ser la agencia minorista una comisionista de la agencia mayorista, otorgará como comprobante de pago, una Factura emitida por el mayorista (de no ser la agencia mayorista una comisionista de la agencia del exterior), o el comprobante emitido por la agencia del exterior (de ser la agencia mayorista una comisionista de la agencia del exterior). De requerir, en este último caso, para fines de cobro al cliente, podrá entregar adicionalmente a dicho comprobante, el Documento de Cobranza.

La agencia mayorista y no comisionista de la agencia del exterior, deberá entregar a la agencia minorista una Factura.

Si la agencia es mayorista y actúa como comisionista de una agencia del exterior, deberá entregar a la agencia minorista como comprobante de pago, el comprobante emitido por la agencia del exterior. En caso de requerir para fines de cobro, podrá entregar adicionalmente a dicho comprobante, el Documento de Cobranza.

Para fines de libros y registros, deberán tenerse en cuenta únicamente los comprobantes emitidos por la agencia del exterior o las facturas. Estos son los únicos documentos que sustentan las operaciones realizadas.

## **2.1.6 INGRESOS DEL GOBIERNO CENTRAL**

### **I. INGRESOS CORRIENTES (A+B)**

#### **A) INGRESOS TRIBUTARIOS**

1. Impuesto a los Ingresos
2. Impuesto al Patrimonio
3. Impuesto a la Importación
4. Impuesto a la Producción y Consumo
5. Otros
6. Documentos Valorados (-)

#### **B) INGRESOS NO TRIBUTARIOS**

1. Fondo Nacional de Vivienda (FONAVI)

2. Otros

## II.- INGRESOS DE CAPITAL

## III.- INGRESOS TOTALES (I+II)

1.- Los Tributos

2.- Para el Gobierno Central:

a) Impuesto a la Renta

b) Impuesto General a las Ventas

c) Impuesto Selectivo al Consumo

d) Derechos Arancelarios

e) Tasas por prestación de servicios públicos

f) El Régimen Único Simplificado.

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

### 2.2.1 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

#### 2.2.1.1 IMPUESTO

“Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del estado”.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> SUNAT - “Glosario Tributario” - pág. 24

### 2.2.1.2 TASA

“Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual. Son especies de este género los arbitrios, los derechos y las licencias”.<sup>14</sup>

### 2.2.1.3 CONTRIBUCIÓN

“Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales”.<sup>15</sup>

### 2.2.1.4 TURISTA

Según la definición de la sociedad de las naciones unidas, considera, que las personas que se hallan comprendidas en las siguientes categorías, se consideran turistas:

Las personas que efectúan un viaje de placer, o por razones de familia, salud, etc.

Las personas que acuden a una reunión, o en calidad de servicios (científico, administrativo, diplomático, religioso, deportista, etc.)

Las personas que viajan por negocios.

Los visitantes de los cruceros marítimos.

---

<sup>14</sup> SUNAT - “Glosario Tributario” pág. 53

<sup>15</sup> SUNAT - “Glosario Tributario” - pág. 13



### **2.2.1.5 TRIBUTO**

“Etimológicamente, tributo viene del latín "tributum", o sea; entregar el vasallo a su señor una cantidad en señal de reconocimiento de señorío. De esta acepción etimológica cobra vida la obligación tributaria”.

Entonces, tributo es la prestación generalmente pecuniaria que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una ley, para cubrir gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. El Código Tributario rige las relaciones jurídicas originadas por los tributos. Para estos efectos, el término genérico tributo comprende impuestos, contribuciones y tasas.

### **2.2.1.6 EVASIÓN TRIBUTARIA**

“Sustraerse el pago de un tributo que legalmente se adeuda. Toda acción u omisión dolosa, violatoria de las disposiciones tributarias, destinada a reducir total o parcialmente la carga tributaria en provecho propio o de terceros. El Código Penal la tipifica como una modalidad de defraudación tributaria”.

### **2.2.1.7 EMPRESA**

“Organización constituida por personas naturales, sucesiones indivisas o personas jurídicas, que se dedique a cualquier actividad lucrativa de extracción, producción, comercio o servicios industriales, comerciales o similares, con excepción de las asociaciones y fundaciones que no tiene dicho

fin lucrativo. Tienen personalidad jurídica y deben estar constituidas legalmente”.<sup>16</sup>

#### **2.2.1.8 TURISMO**

“Se habla de turismo cada vez que una persona utiliza una parte de sus entradas para las vacaciones y el viaje, para satisfacer exigencias personales que hacen necesario un cambio de localidad”.<sup>17</sup>

#### **2.2.1.9 RECAUDACIÓN.**

Acción de recaudar. Suma recaudada.

Este concepto se aplica en algunos países para señalar el cobro de contribuciones y otros derechos fiscales realizado por entidades estatales.

#### **2.2.1.10 SUNAT.**

Superintendencia nacional de administración tributaria, institución descentralizada del sector de Economía y Finanzas cuya finalidad es la de administrar, aplicar, fiscalizar y recaudar los tributos del Tesoro Público, así como proponer y participar en el reglamentación de las normas tributarias.

---

<sup>16</sup>Días Mosto, Tomo II Pág. 107

<sup>17</sup> DE LA TORRE PADILLA, Oscar. “El turismo, Fenómeno social” - Pag. 123

### **2.2.1.11 COMPROBANTE DE PAGO.**

“Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite transferencia de bienes, entrega en uso, o prestación de servicios, calificado como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT”. Son comprobantes de pago los siguientes documentos.

- a) Facturas.
- b) Recibo por Honorarios.
- c) Boletas de Venta.
- d) Liquidación de Compra.
- e) Tickets o cintas emitidos por máquinas registradoras.
- f) Documentos Autorizados por el Reglamento de Comprobantes de pago.

## **2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

Las hipótesis y variables planteadas son:

### **2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL**

La contribución tributaria de las agencias de viajes y turismo, afectan a la utilidad debido a que existe una relación directa entre la utilidad generada por las empresas y la contribución tributaria al gobierno central en la Región Puno.

### 2.3.1.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Los impuestos que pagan a los organismos tributarios del gobierno afectan a la utilidad de las agencias de viajes y turismo.

La aportación de las agencias de viajes y turismo en materia de impuestos está en función a la variación de la utilidad de la empresa porque existe mayor control tributario a nivel del gobierno central.

El modelo de control para evitar la evasión de impuestos de las agencias de viajes y turismo está orientado de acuerdo a los servicios que ofertan como son: traslados del turista y excursiones a centros turísticos mediante paquetes turísticos y esta propuesta es el que más se adecua a las empresas en estudio.

### 2.3.2 DETERMINACIÓN DE VARIABLES

Variable Dependiente

- Utilidad

Variables Independientes

- Contribución Tributaria, Impuestos, Servicios.

### CAPITULO III

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 3.1 MÉTODOS

Para el presente trabajo de investigación se utilizó los métodos "INDUCTIVO - DEDUCTIVO". Estos métodos se aplican con el propósito de establecer las conclusiones, y generalizar los resultados de la investigación, dentro de estos consideraremos los siguientes:

- HISTÓRICO. Nos permitirá descubrir y fundamentar el desenvolvimiento del desarrollo de las diferentes agencias de viajes y turismo en materia de utilidad.
- COMPARATIVO. Para contrastar los resultados por cada unidad de análisis.

### 3.2 COBERTURA DE ESTUDIO

#### 3.2.1 POBLACIÓN

La población a ser investigada son las Empresas Turísticas: caso de las Agencias de viajes y turismo que existen en la ciudad de Puno y que estén

debidamente constituidos en la Oficina Regional de Industria y Turismo de Puno, en la actualidad existen 45 agencias de viajes y turismo.

### **3.2.2 MUESTRA**

La muestra que se consideró para el cumplimiento de los objetivos de la investigación será de 15 Agencias de viajes y turismo, los cuales son los siguientes: Agencia de viajes aldea tours, agencia Nayra travel, all ways travel S.R.L., Amaru tours Agencia de Viajes y Turismo, Arcobaleno, Balsa Tours – Agencia de Viajes, Besty Way Adventure, Edgar Adventures, Tours Operador, Kafer viajes y turismo, Kolla tours, Kontiki Tours, Latín Reps, Pirámide Tours, Titicaca Tours Operador, Turpuno, regulados y controlados por el gobierno central a través de la SUNAT, y por el gobierno local a través de las municipalidades en materia de tributación, se optará por encuestar a estas empresas dentro de la ciudad de Puno.

## **3.3 FUENTES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.3.1 FUENTES**

Las principales fuentes son las diferentes instituciones estadísticas:

- Memorias anuales del BCRP.
- Boletines informativos de la SUNAT.

- Otros.

### 3.3.2 TÉCNICAS

Para la presente investigación se ha visto por conveniente utilizar las siguientes técnicas;

- Documentales
- Observaciones Directas
- Encuestas a Agencias de viajes y turismo.
- Entrevistas a Agencias de viajes y turismo.
- Para proponer Políticas de Tributación se utilizará la técnica De "Lluvia de Ideas". Con Participación de los Gerentes y Técnicos de las Agencias de viajes y turismo de la ciudad de Puno. Estas propuestas se harán desde el punto de vista del Productor.

### 3.3.3 INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados lo constituye la cédula de encuestas, de entrevistas y fichas o tarjetas para plantear las propuestas de políticas de tributación.

### 3.3.4 IMPUESTOS POR CONCEPTO DE TURISMO

Para el crecimiento de la economía del país, como también de la Región de Puno es importante la captación de impuestos para la construcción de carreteras, escuelas, apoyo social, etc. Es por ello que el sector turismo es uno de los que más aportan al desarrollo de la economía de la región y también del país.

Los impuestos de la agencia de viajes y turismo son las variables dependientes explicadas como el Impuesto General a las Ventas (IGV), Impuesto a la Renta (IR), Fondo nacional de vivienda (FONAVI), es explicada como estas afectan por las variables explicativas como la utilidad de la agencia de viajes y turismo (UTIL), el capital de trabajo (CAP) y el número de vehículos, lanchas, mano de obra de cada una de las agencias de viajes y turismo.

Los impuestos que recauda el gobierno central y local es importante para que ofrezca apoyo a la sociedad en base a la recaudación pero existe un excesivo control por parte de la SUNAT hacia el empresario porque los impuestos le restan significativamente a su utilidad es por ello que existe una relación directa entre los impuestos y la utilidad de la agencia de viajes y turismo.

### 3.3.5 LISTA DE VARIABLES Y SÍMBOLOS

IGV = Impuesto general a las ventas, explicada como variable endógena.



IR = Impuesto a la Renta, explicada como variable endógena

UTIL = Utilidad antes del impuesto, explicada como variable exógena.

### 3.4 PROCESAMIENTO Y TRATAMIENTO DE DATOS

Se utilizó el siguiente procedimiento:

- Clasificación de datos
- Tabulación
- Construcción de cuadros estadísticos
- Graficación de Cuadros
- Aplicación de Modelos Matemáticos

#### 3.4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para el análisis de datos se utilizó la mayor cantidad de bibliografía existente al respecto, a la par con el Método Matemático de Análisis Estadístico por Porcentajes, todo este proceso se hará de acuerdo a los objetivos de la investigación.

## CAPITULO IV

### CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1. UBICACIÓN DEL ESTUDIO

La Ciudad de Puno con una población de un millón cuatrocientos mil habitantes se encuentra ubicado en una altitud de 3827 m.s.n.m. a una latitud de 15° 50'26", una longitud de 70° 01'28", y una superficie de 505 M2, constituye el 0.75% de la superficie del departamento y el 8.80% de la superficie de la provincia. El presente trabajo se realizó en la Ciudad de Puno, Distrito de Puno.

El clima en la región andina es frío y seco, con temperaturas que van entre los 5ª y 13ª grados centígrados, con una estación lluviosa de cuatro meses de duración aproximadamente. En la selva el clima es templado, con temperaturas de 15ª a 22ª centígrados.

El departamento de Puno tiene un relieve generalmente plano debido a que buena parte de su territorio se encuentra en la meseta del Collao, a orillas

del lago Titicaca. Hacia el norte se levanta la cordillera de Carabaya y hacia el sur la cordillera Marítima o Volcánica.



## CAPITULO V

## EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

## 5.1 PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO No 01

Determinar la incidencia de los principales impuestos a la utilidad de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno.

**CAPACIDAD INSTALADA**

La capacidad instalada de las agencias de viajes y turismo está determinado por la cantidad de vehículos tanto terrestres como acuáticos y por otros lados por los asientos que ofrecen al turismo, como se observa en el siguiente cuadro:

TABLA 01

**CAPACIDAD DE NUMERO DE ASIENTOS**

| Categorías | Capacidad Instalada |     |           |       |    |         |       |    | Total |       |     | M.O.O |     |
|------------|---------------------|-----|-----------|-------|----|---------|-------|----|-------|-------|-----|-------|-----|
|            | Establecim          |     | Vehículos |       |    | Lanchas |       |    | Veh.  | Asien | %   | N°    | %   |
|            | N°                  | %   | N°        | Asien | %  | N°      | Asien | %  |       |       |     |       |     |
| Mayoristas | --0--               |     | --0--     |       |    | --0--   |       |    | --0-- |       |     | --0-- |     |
| Minoristas | 45                  | 100 | 27        | 388   | 65 | 14      | 335   | 35 | 41    | 723   | 100 | 118   | 100 |

|       |    |     |    |     |    |    |     |    |    |     |     |     |     |
|-------|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| TOTAL | 45 | 100 | 27 | 388 | 65 | 14 | 335 | 35 | 41 | 723 | 100 | 118 | 100 |
|-------|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|----|-----|-----|-----|-----|

Fuente: DIRCETUR.

Elaboración: El ejecutor

Actualmente en Puno existen 45 agencias de viajes y turismo debidamente registradas y autorizadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, ponen al servicios del turismo 41 vehículos de los cuales el 65% ofrece sus servicios en tierra y el 35% presta servicios en el Lago, y con una disponibilidad de 723 asientos en total.

#### TARIFAS PROMEDIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Para las tarifas de las Agencias de viajes y turismo se ha determinado para 2 modalidades: para servicio privado y servicio común, para ambos se ha tomado en cuenta un promedio de Moneda Nacional nuevo sol, tal como se observa en los cuadros.

#### CUADRO 02 SERVICIO COMÚN

| ITINERARIOS               | MONEDA NACIONAL S/. |
|---------------------------|---------------------|
| <b>TRASLADOS</b>          |                     |
| Puno - Aeropuerto         | 15                  |
| <b>EXCURSIONES</b>        |                     |
| Isla los Uros             | 25                  |
| Taquile - Amantani        | 45                  |
| Uros - Taquile – Amantani | 75                  |
| Sillustani                | 25                  |

|            |    |
|------------|----|
| Chucuito   | 25 |
| City tours | 25 |

Fuente: Observación directa

Elaborado: El ejecutor

**CUADRO 03**  
**TARIFAS PROMEDIO DE LAS AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO**  
**A DICIEMBRE DE 2012**

| COD  | ITINERARIOS             | PAQUETES TURISTICOS |         |          |           |      |
|------|-------------------------|---------------------|---------|----------|-----------|------|
|      |                         | 1 pas               | 2-4 pas | 5-10 pas | 11-20 pas | 21 + |
|      | <b>TRASLADOS</b>        |                     |         |          |           |      |
| I-1  | Puno - Isla Esteves     | 10                  | 5       | 4        | 3         | 2    |
| I-2  | Puno - Juliaca/Estación | 20                  | 10      | 7        | 5         | 4    |
| I-3  | Puno Aeropuerto         | 25                  | 15      | 8        | 5         | 4    |
|      | <b>EXCURSIONES</b>      |                     |         |          |           |      |
|      | <b>En Tierra</b>        |                     |         |          |           |      |
| I-4  | Ruinas de Sillustani    | 30                  | 17      | 9        | 5         | 4    |
| I-5  | Chucuito - City tours   | 25                  | 13      | 7        | 5         | 4    |
| I-6  | Cutimbo                 | 23.5                | 13      | 7        | 5         | 4    |
| I-7  | Charcas                 | 30                  | 15      | 8        | 6         | 4    |
|      | <b>En Lago</b>          |                     |         |          |           |      |
| I-8  | Isla los Uros           | 25                  | 15      | 8        | 5         | 4    |
| I-9  | Taquile/Amantani        | 100                 | 55      | 25       | 13        | 9    |
| I-10 | Uros/Taquile/Amantani   | 150                 | 75      | 38       | 19        | 15   |

Fuente: Observación directa

Elaboración: El ejecutor

**A la Pregunta:**

*¿Qué tipo de agencia de viajes y turismo es la que Ud. Administra?*

**CUADRO 04**

| Tipo       | Número | %   |
|------------|--------|-----|
| Mayoristas | 0      | 0   |
| Minorista  | 15     | 100 |
| Total      | 15     | 100 |

Fuente: Encuestas aplicadas Marzo 2013

Elaboración: El ejecutor

De acuerdo a las 15 encuestas aplicadas a las agencias de viajes y turismo el 100% son agencias minoristas ello significa que en Puno no existen agencias de viajes y turismo mayoristas.

**A la pregunta:**

*¿Su agencia de viajes y turismo tiene conexiones comerciales con :*

| Conexiones comerciales con : | SI | %  |
|------------------------------|----|----|
| Hoteles                      | 13 | 87 |
| Transporte                   | 12 | 80 |

Fuente: Encuestas aplicadas Marzo 2013

Elaboración: El ejecutor

En el cuadro se puede observar que las agencias de viajes y turismo tienen relaciones comerciales con hoteles 13 agencias lo que representa el 87%, con empresas turísticas de transporte 12 agencias que representa el 80%, con Restaurantes tienen conexiones comerciales 10 agencias lo que representa el 67%, con otro tipo de empresas relacionadas con el sector turismo como

aerolíneas, transporte lacustre o guías informales 09 agencias de viajes y turismo lo que representa el 60% de las 15 agencias de viaje y turismo encuestadas.

**A la pregunta:**

*¿Qué impuestos paga su agencia de viajes y turismo a la SUNAT?*

Las 15 agencias de viajes y turismo pagan impuestos como impuesto general a las ventas, Impuesto a la Renta. Es decir el 100% de las encuestadas

**A la pregunta:**

*¿Cuántos son sus ingresos anuales?*

**INGRESOS ANUALES DE LAS 15 AGENCIAS ENCUESTADAS EN LA CIUDAD DE PUNO 2011– 2012**

| AGENCIAS   | PERIODO           |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | A DIC 2011        | A DIC 2012        |
| ALDEA TOURS E.I.R.L                                | 115,334.00        | 105,000.00        |
| NAYRA TRAVEL AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO S.C.R.L.  | 35,000.00         | 30,000.00         |
| TURISMO PERCYBAL E.I.R.L.                          | 60,000.00         | 55,000.00         |
| AMARU TOURS E.I.R.L                                | 23,900.00         | 28,500.00         |
| ARCOBALENO SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA    | 15,440.00         | 25,000.00         |
| LAS BALSAS TOURS E.I.R.LTDA.                       | 17,300.00         | 20,400.00         |
| ANDINA DE TURISMO E.I.R.L.                         | 75,000.00         | 55,000.00         |
| AGENC.DE VIAJ.TURIS.EDGAR ADVENTURES SRL           | 85,000.00         | 90,000.00         |
| KAFER VIAJES Y TURISMO EIRL                        | 17,800.00         | 27,500.00         |
| KOLLA TOUR REPRESENTACIONES TURISTICAS             | 37,500.00         | 30,000.00         |
| AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO KONTIKI TOURS E.I.R.L. | 22,000.00         | 23,500.00         |
| LATIN REPS E.I.R.L                                 | 12,100.00         | 15,000.00         |
| PIRAMIDE TOURS S.A.C                               | 27,800.00         | 23,200.00         |
| TITIKAKA INKA TAQUILE TOURS E.I.R.L.               | 89,000.00         | 70,000.00         |
| TURPUNO S.A.C.                                     | 70,000.00         | 85,000.00         |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>703,174.00</b> | <b>683,100.00</b> |

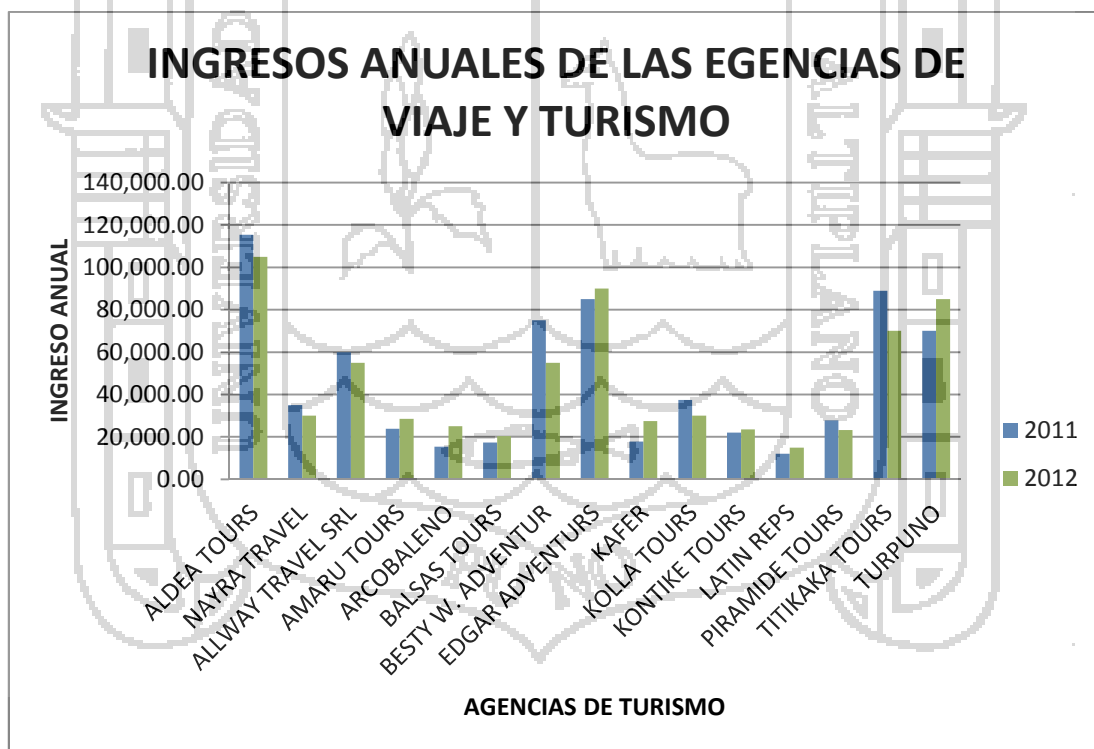


FUENTE: ENCUESTAS APLICADAS MARZO 2013

ELABORADO POR EL EJECUTOR

El cuadro muestra la distribución de los ingresos de las agencias de viaje y turismo en la ciudad de Puno, en donde la agencia Aldea Tours cuenta con la mayor cantidad de ingresos durante los años representando el 16.40% en el 2011 y el 15.37% en el 2012, seguido de la Agencia de Viajes y Turismo Edgar Adventures SRL con un 12.09% en el 2011 y el 13.18% en el 2012, así mismo se observa que las demás agencias representan el 72.93% en el 2011 y el 71.45% en el 2012. De las 15 agencias encuestadas.

TABLA 02



FUENTE: CUADRO INGRESOS ANUALES DE LAS 15 AGENCIAS ENCUESTADAS

El presente gráfico nos muestra en forma ilustrativa los ingresos anuales de las 15 agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puno destacando entre ellas la agencia de Aldea Tours y la agencia de Viajes y Turismo Edgar Adventures SRL y en menor proporción las agencias de Arcobaleno, Kafer y Latin Reps seguido por el resto de las agencias que representan el 72.93% del total de ingresos encuestadas a las 15 agencias de viaje y turismo.

**A la Pregunta:**

¿Qué gastos realiza diariamente su agencia de viajes y turismo?

De las 15 agencias de viajes y turismo todas tienen gastos en combustibles para sus medios de transporte, Teléfono, Fax, energía Eléctrica, agua potable, Sueldos y salarios a sus trabajadores, Materiales de Limpieza, alquiler de local, Materiales de oficina, 15 agencias de viajes y turismo realizan contratos con hoteles, restaurantes y otros

**A la pregunta:**

¿Qué impuestos, tasas o contribuciones realiza su empresa al Municipio?

Las 15 agencias de viajes y turismo para la apertura y funcionamiento de sus establecimientos hicieron el pago de La licencia de apertura y Licencia de Funcionamiento, 06 agencias pagan el impuesto predial por los predios que ocupan y las 09 agencias no realizan el pago por el impuesto predial debido a

que son alquilados y los dueños de los predios hacen el respectivo pago por dicho impuesto municipal.

### A la pregunta:

¿Qué opinión tiene Ud. acerca de la SUNAT?

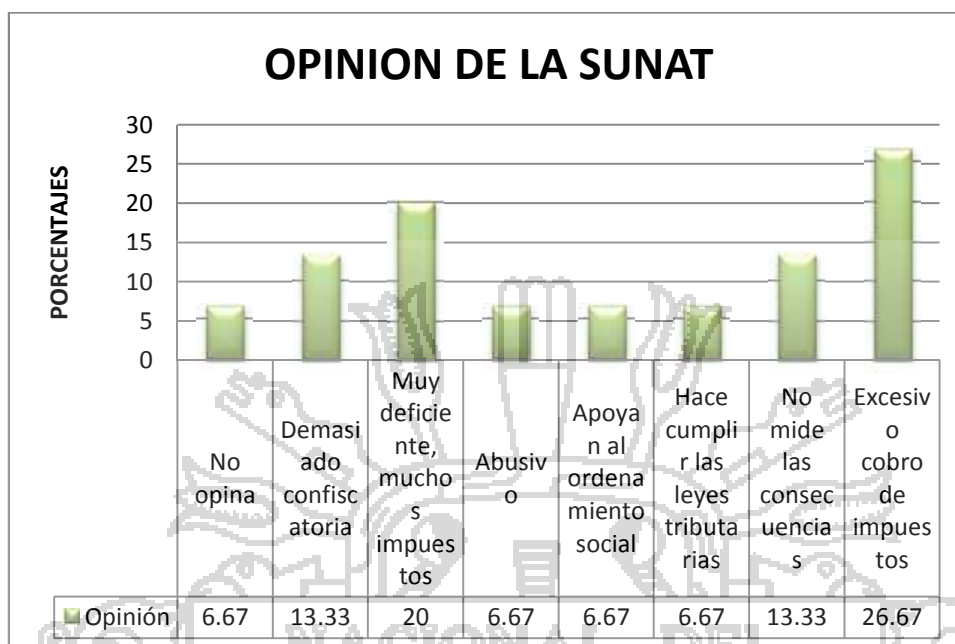
| Opinión de la SUNAT                | Número de agencias | %          |
|------------------------------------|--------------------|------------|
| No opina                           | 1                  | 6.67       |
| Demasiado confiscatoria            | 2                  | 13.33      |
| Muy deficiente, muchos impuestos   | 3                  | 20         |
| Abusivo                            | 1                  | 6.67       |
| Apoyan al ordenamiento social      | 1                  | 6.67       |
| Hace cumplir las leyes tributarias | 1                  | 6.67       |
| No mide las consecuencias          | 2                  | 13.33      |
| Excesivo cobro de impuestos        | 4                  | 26.67      |
| <b>Total</b>                       | <b>15</b>          | <b>100</b> |

Fuente: Encuestas aplicadas Marzo 2013

Elaboración: El ejecutor

la actitud de las agencias de viajes y turismo que existen en la ciudad de Puno manifiestan que 1 agencias no opinan de la SUNAT, debido a que tienen un cierto temor hacia la institución tributaria del Estado lo que representa el 6.67% de las 15 agencias encuestadas, 2 agencias de viajes y turismo la califican como demasiado confiscatoria porque abarca a todo tipo

de empresas que realizan actividad comercial lo que representa el 13.33% de las 15 agencias encuestadas, 3 agencias consideran a la SUNAT como muy deficiente y muchos impuestos lo que representa el 20.00% de las 15 agencias encuestadas, 1 agencias de viajes y turismo la catalogan como “Abusivo”, dicen que su reactivación era necesaria pero su política de atropello sin educar a la población tributariamente se hace merecedor a un calificativo de “Abusivo” solo con los formales y existe ningún problema para aquellos que no tienen RUC. lo que representa el 6.67% de las 15 agencias encuestadas, 1 agencia consideran que la SUNAT apoya al ordenamiento social porque es un ente fiscalizador de aspectos tributarios lo que representa el 6.67% de las 15 agencias encuestadas, 1 agencias la califican como una institución que hace cumplir las leyes tributarias lo que representa el 6.67% de las 15 agencias encuestadas, 2 opinan que la SUNAT no mide las consecuencias cuando controlan a los establecimientos lo que representa el 13.33% de las 15 agencias encuestadas y 4 agencias de viajes y turismo la califican como una institución que excede en el cobro de impuestos lo que representa el 26.67% de las 15 agencias encuestadas.



FUENTE: CUADRO DE OPINIÓN ACERCA DE LA SUNAT DE LAS 15 AGENCIAS

## 5.2.-PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO No 02

### OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO

#### Tributos para el Gobierno Central.

#### Impuesto General a las Ventas

Impuesto General a las Ventas: Es el impuesto que se aplica en las operaciones de venta, importación de bienes así como en la prestación de distintos servicios comerciales o de construcción.

El impuesto general a las ventas grava las siguientes operaciones:

La venta en el país de bienes muebles;

La prestación o utilización de los servicios en el país;

Los contratos de construcción.

La primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos

La importación de bienes.

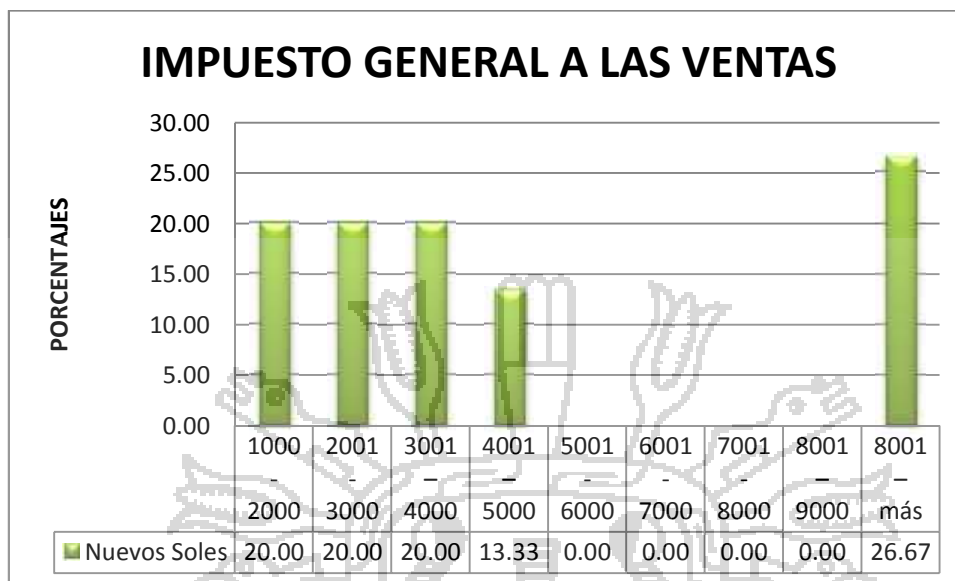
### Impuesto General a las Ventas

| N°        | Monto (S/.)  | %             |
|-----------|--------------|---------------|
| 3         | 1000 -2000   | 20.00         |
| 3         | 2001 -3000   | 20.00         |
| 3         | 3001 – 4000  | 20.00         |
| 2         | 4001 – 5000  | 13.33         |
| 0         | 5001 - 6000  | 0.00          |
| 0         | 6001 -7000   | 0.00          |
| 0         | 7001- 8000   | 0.00          |
| 0         | 8001 – 9000  | 0.00          |
| 4         | 8001 – más   | 26.67         |
| <b>15</b> | <b>TOTAL</b> | <b>100.00</b> |

Fuente: Encuestas aplicadas Marzo 2013

Elaboración: El ejecutor

En el cuadro se puede observar el número de agencias de viajes y turismo y divididos por los montos que pagan a la SUNAT mediante el impuesto general a las ventas, por ejemplo 3 agencias pagan por concepto de IGV de S/. 1000 a 2000 lo que representa el 20% de las 15 agencias encuestadas, 2 agencias pagan a la SUNAT de S/. 4001 a 5000 por concepto de IGV lo que significa el 13.33% de las 15 agencias encuestadas y así sucesivamente.



FUENTE: CUADRO IMPUESTO GENERAL ALAS VENTAS ENCUESTADAS ALAS 15 AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO EN LA CIUDAD DE PUNO

#### Impuesto a la Renta.

Impuesto a la Renta: Es el impuesto que se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de ambos a la vez.

El impuesto a la renta grava:

- a) Las rentas que provenga del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos.
- b) Las ganancias y beneficios de la empresa.

#### Impuesto a la Renta

| N° | Monto (S/.) | % |
|----|-------------|---|
|----|-------------|---|

|           |              |            |
|-----------|--------------|------------|
| 4         | 1500 -2500   | 26.67      |
| 1         | 2501 -3500   | 6.67       |
| 3         | 3501-4500    | 20.00      |
| 2         | 4501-5500    | 13.33      |
| 0         | 5501-6500    | 0.00       |
| 1         | 6501-7500    | 6.67       |
| 0         | 7501-8500    | 0.00       |
| 4         | 8501-9500    | 26.67      |
| <b>15</b> | <b>TOTAL</b> | <b>100</b> |

Fuente: Encuestas aplicadas Marzo 2013

Elaboración: El ejecutor

En el cuadro se puede observar el número de agencias de viajes y turismo y divididos por los montos que pagan a la SUNAT mediante el Impuesto a la Renta, por ejemplo 4 agencia paga por concepto de IR de S/. 1500 a2500 lo que representa el 26.67% de las 15 agencias encuestadas, 3 agencias pagan a la SUNAT de S/. 3501 a4500 por concepto de IR lo que significa el 20% de las 15 agencias encuestadas.





FUENTE: CUADRO DEL IMPUESTO ALA RENTA

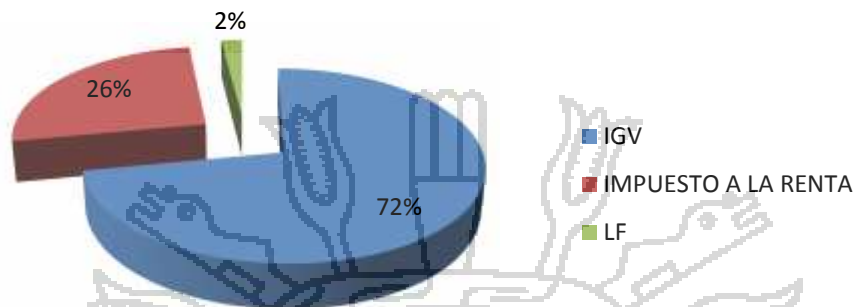
### 5.3.-PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO No 03

#### **Incidencia de los impuestos en la Agencia de Viaje y Turismo.**

Los tributos inciden fuertemente en lo que se refiere al pago tanto al gobierno local como al gobierno central para su normal funcionamiento cumpliendo las leyes tributarias para que así se contribuya al estado para que con el aporte de las empresas, en este caso las agencias de viajes y turismo se apoye a la comunidad que realmente tiene necesidades económicas como en zonas de desastres, construyendo carreteras, colegios, etc.

La incidencia de los tributos a las agencias de viajes y turismo, lógicamente causa problemas económicos y les resta a su utilidad, ello debido a las operaciones diarias que se tiene, los impuestos afectan a la empresa porque ahora se observa que la institución fiscalizadora (SUNAT) es más estricta y exigente con relación a los pagos tributarios.

## INCIDENCIA DE LOS IMPUESTOS EN LAS EGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO

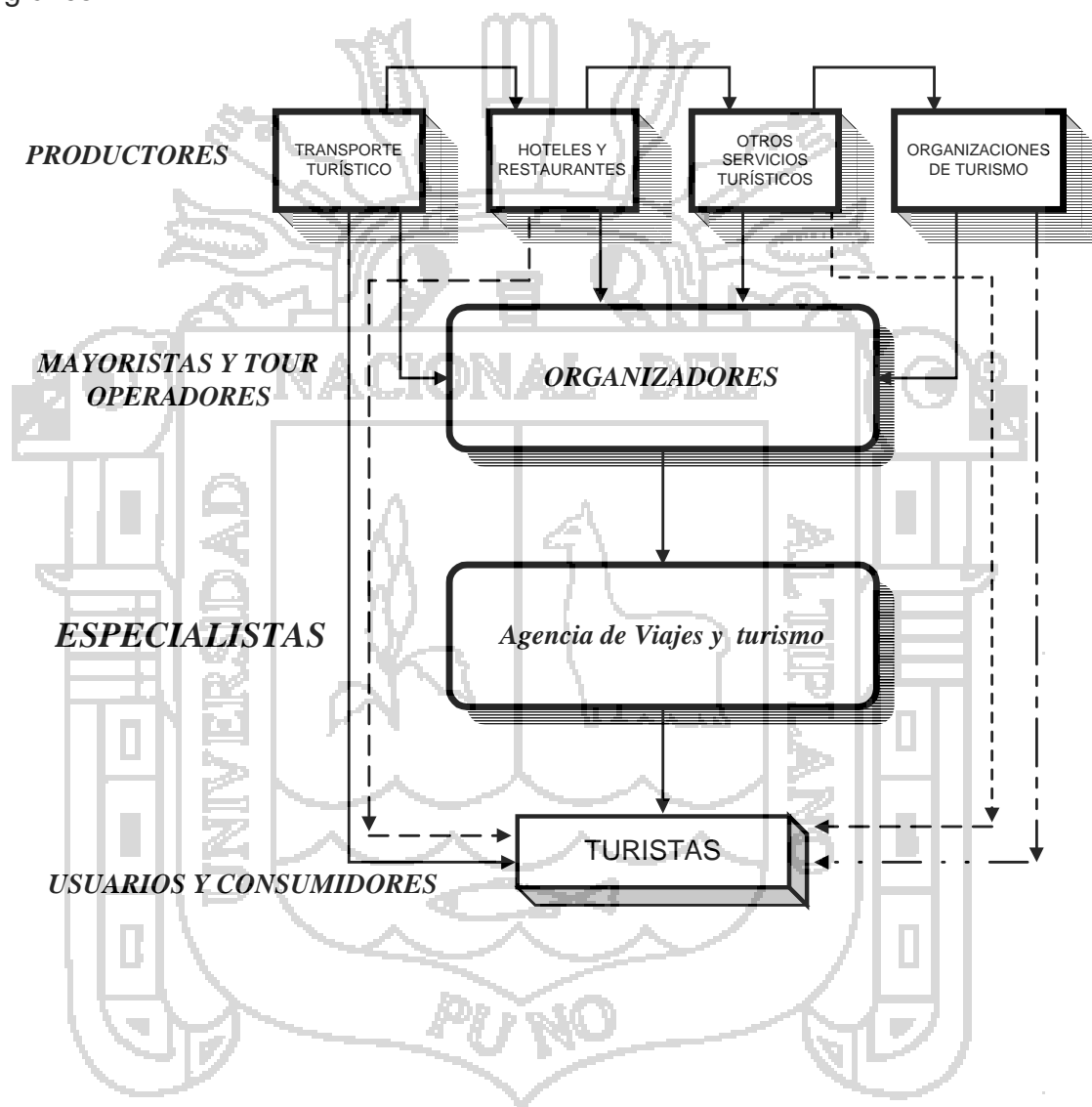


FUENTE: CUADROS DE IGV, IR, Y LF.

En el gráfico se puede observar todos los impuestos que inciden en el comportamiento tributario de las agencias de viajes y turismo tanto hacia el gobierno central como hacia el gobierno local donde se deduce claramente que el Impuesto general a las ventas es el impuesto que mayores problemas económicos causa a las 15 agencias de viajes y turismo que se tomaron como muestra con S/.125, 981.00. Que corresponde al 72% de los impuestos a pagar, seguido del Impuesto a la Renta con S/. 45493.24 que es el 26%, seguido y la Licencia de Funcionamiento con el 2%

**Las empresas turísticas y la Agencia de Viaje y Turismo.**

La relación de las agencias de viajes y turismo con las empresas turísticas caso empresas turísticas de Hoteles, Restaurantes, etc. son muy estrechas porque hay una interconexión comercial como se aprecia en el siguiente gráfico.



### **Empresa Hotelera**

Es la organización constituida por personas naturales o personas jurídicas que se dedican a ofrecer servicios, alojamiento, comedor, lavandería, bar., etc. a turistas tanto extranjeros como nacionales, con fin de obtener beneficios. El Ministerio de Industria y Turismo es el encargado de controlar los precios y establecer las categorías a los establecimientos de hospedaje.

El negocio principal del hotel es proporcionar alojamiento y alimentos; y los servicios extra son solamente accesorios necesarios que pueden brindar los hoteles según sus categorías.

### **Tipos de Hoteles**

Los hoteles pueden clasificarse como:

Para huéspedes en tránsito, residenciales y semi residenciales, según sea la duración de permanencia de sus huéspedes. Estos pueden considerarse como en tránsito o “terminales”

Los primeros son aquellos que se hallan en camino, mientras los terminales son los que han llegado a su destino. Los hoteles atienden hasta cierto grado, a ambos tipos, aunque se clasifican de tránsito, residenciales o semi residenciales, según sea la fuente principal de ingresos del negocio. El hotel

turístico puede considerarse semi residencial, con características distintivas propias.

### **Normatividad legal de los Establecimientos de hospedaje**

En el Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 006-73 IC/DS del 29 de marzo de 1973, el gobierno aprueba el Reglamento de Establecimientos del País en categorías según los requisitos solicitados por dicho Decreto Supremo; y que por Decreto Ley N° 18059 quedan encargadas las actividades al Ministerio de Industrias facultándola para el efecto a dictar Normas y reglamentos para la clasificación de funcionamiento y control de dichas actividades. La clasificación obedece básicamente a la capacidad del alojamiento y la categorización por Estrellas a condiciones de estructura física y prestación de servicios.

Existen asimismo normas relativas a las asociaciones de empresas de hoteles y gremiales del mismo ramo. A este respecto, cabe destacar el importante papel que juegan organizaciones representativas de este tipo. Incidiendo positivamente no sólo en el desarrollo del sector empresarial privado, sino además en el desarrollo general de la actividad turística, al posibilitar a la administración pública un acercamiento y contacto con la realidad.

### **Organización de las empresas hoteleras**

A principios de la década del siglo XX no había en este país programas de adiestramiento especializado en el campo de la administración hotelera. Actualmente el negocio del hospedaje está dividido en departamentos. y constituyen realmente un grupo de muchos tipos de servicios mercantiles y profesionales situados bajo un solo techo.

Pueden dividirse las funciones que constituyen la organización de un hotel en cinco grupos; administración, mercadotecnia, servicios a los huéspedes, funcionamiento de la propiedad, supervisión y control: estas funciones tienen como finalidad de animar a los huéspedes a permanecer en el hotel, proporcionándoles comodidades y seguridad, vigilar y contabilizar el uso de los servicios e instalaciones. Puesto que asignar al personal trabajos y la responsabilidad correspondiente es cosa que varía ampliamente según sea la magnitud del control local o centralizado de la gerencia.

#### **Restaurante.**

Son establecimientos que expenden comida y bebida al público en general, estos pueden aplicarse en función del recurso gastronómico que ofertan tanto en comida nacional, extranjera e internacional, pueden clasificarse en categorías de acuerdo a sus instalaciones como en 5,4,3,2,1, tenedores, equipamiento y servicio ; tiene la denominación de turístico los restaurantes que cumplen condiciones que están estipuladas en el Reglamento de

restaurantes enunciadas por MICITI (Ministerio de Industria, Comercio interior, Turismo e Integración).

Los Restaurantes son unidades económicas que tienen como finalidad prestar servicios de alimentación y Bar. Se dividen por categorías de la siguiente manera:

Primera categoría de 4 y 5 tenedores

Segunda categoría de 2 y 3 tenedores

Tercera categoría de 1 tenedor

La capacidad instalada en el año 1997 en la región Puno son de 62 establecimientos y estos están debidamente inscritos y autorizados por la Dirección Regional de Industria y Turismo de Puno.

Analizando por categorías los Restaurantes observaremos que en la Región Puno existen 8 establecimientos de categoría 2 tenedores, y 54 restaurantes son de categoría 1 tenedor.

#### **5.4.-CONTRASTACION DE LAS HIPOTESIS CON LOS OBJETIVOS**

##### **PARA LA PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA:**

**“El desconocimiento de la incidencia de los principales impuestos a la utilidad en las empresas de las agencias de viajes y turismos, les permite tomar decisiones equivocadas”**

De acuerdo a los resultados obtenidos con referencia a la utilidad de las empresas de agencias de viaje y turismo, podemos afirmar que estas

empresas si recuperan sus capitales invertidos a corto y mediano plazo donde se claramente un índice regular de utilidad, para ello es necesario que se reestructure la administración, organización y sus costos de comercialización en forma clara para cada servicio, trabajado con un sistema de costos presupuestado para su operación. Por lo tanto la hipótesis formulada si se cumple.

**PARA LA SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA:**

**“La falta de análisis de los impuestos que tienen mayor incidencia de acuerdo a los servicios que ofertan las agencias de viajes y turismo dentro de la ciudad de puno”**

Visto los cuadros de tarifas de servicios de las agencias encuestadas podemos mencionar que si se generan beneficios económicos y puedan recuperar sus inversiones a corto y/o mediano plazo, siempre que tengan presente los impuestos que están afectos estos servicios. Así mismo puedan incrementar la venta de servicios, aumentando compras en la prestación de servicios de paquetes turísticos, buscando mejores precios y cómodos, en consecuencia la hipótesis es aceptada.

**PARA LA TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA:**

**“El desconocimiento de un modelo de control para evitar la evasión de impuestos de las agencias de viajes y turismo, corren el riesgo de perder sus capitales”**



Todos los empresarios que buscan invertir y obtener buenos resultados tienen que correr ciertos riesgos en el trabajo, para poder conseguir resultados de rentabilidad favorable en la comercialización de productos satisfaciendo las expectativas del empresario, en la obtención de utilidades. En el aspecto del manipuleo de productos en la comercialización constituye una parte del control del producto.

En nuestra región puno, la mayoría de los empresarios de productos no disponen de un adecuado control de impuestos de comercialización. El conocimiento de control permitiría a los inversionistas, tener una información adecuada acerca de las erogaciones que realizan en la comercialización, para obtener una rentabilidad acorde a su realidad, y saber competir en un mercado de libre competencia en la que nos encontramos actualmente. Por lo que la hipótesis planteada en mi trabajo de investigación, es necesario que se aplique lo enunciado.

## CONCLUSIONES

Las agencias de viajes y turismo en Puno tributan al gobierno central y local con 19.5% de su utilidad anual, entre el impuesto general a las ventas, impuesto a la renta.

El Impuesto General a las Ventas representa el 72% del total de impuestos que paga las agencias de viajes y turismo a la SUNAT; Impuesto a la Renta es el segundo tributo con un 26%, y por último la Licencia de Funcionamiento con un 2% respectivamente.

Los turistas extranjeros son los que más recurren a las agencias de viajes y turismo debido a que estas les orientan y ofertan los servicios turísticos como traslados y excursiones, a través de paquetes turísticos.

La política de recaudación tributaria de la SUNAT sin educar a la población que tributa se hace merecedor como una institución no aceptada entre los contribuyentes y es por ello que el 20% de agencias opinan que es muy deficiente y cobra muchos impuestos; el 6.67% de agencias dicen que son abusivos; y el 26.67% de agencias opinan que se exceden en el cobro de impuestos.

El modelo de control para la evasión tributaria en las agencias de viajes y turismo dentro de la región Puno, es la reducción de porcentuales de los impuestos directos e indirectos tanto del Impuesto General a las Ventas, como del Impuesto a la Renta, puesto que en otros países los impuestos similares a ellos son menores.



### RECOMENDACIONES

- a) El Impuesto General a las Ventas y el Impuesto a la Renta deberían bajar en porcentajes de 19% y 30% respectivamente, para que así el gobierno apoye al empresario y promuevan la inversión privada.
- b) Para impulsar el desarrollo económico de la región Puno en el sector turismo los representantes del gobierno central y local deben coordinar con los empresarios y dueños de las agencias de viajes y turismo, para que así trabajen conjuntamente para el mejor servicio y seguridad al turista.

- c) Se debe sincerar la deuda tributaria sin caer en amnistías. Hay que acabar con la idea de que sólo los tontos pagan impuestos en el Perú.
- d) Se debe orientar a la SUNAT como una institución pública de administración tributaria moderna y eficiente, que incremente significativamente el número de contribuyentes.
- e) Para que Puno sea uno de los departamentos más representativos en el sector turismo el gobierno central debe promocionar con mayor propulsión el Lago Titicaca.
- f) El sector turismo es uno de los más importantes para invertir con mayor propulsión en la región Puno porque ahora es el más prioritario para el desarrollo social, político y económico.

**BIBLIOGRAFÍA**

- ATALIBA, Giraldo. (1987). *Hipótesis de Incidencia Tributaria*. Lima: Instituto Peruano de Derecho Tributario.
- BARRIOS ORBEGOSO RAUL. (1988). *Teoría General del Impuesto*. Lima.
- CARRASCO BULEJE, Luciano. (2006). *Manual del Sistema Tributario Tomos I y II Sexta Edición*. Lima: Editorial Santa Rosa SA.
- CASTRO SUCAPUCA, L. F. (1995). *La Administración Tributaria y Determinación de la Base Presunta*. Lima.
- DE LA TORRE PADILLA, Oscar. (1991). *El turismo, Fenómeno Social*. Mexico: Editorial Trelles.
- Diario el Peruano, Edición Oficial. (2006). *CODIGO TRIBUTARIO*.
- ESTUDIO CABALLERO BUSTAMANTE. (2004). *Manual Tributario 2004*. Lima: Editorial Tinco.
- HUAMANI CUEVA, Rosendo. (2005). *Comentarios al Código Tributario*. Lima: Cuarta Edición. Imprenta Editorial El Búho EIRL.
- KAFKA, Folke. (2001). *Teoría Económica*. Lima-Peru: Séptima Edición Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

- Kohler. (2005). *DICCIONARIO KOHLER PARA CONTADORES*. Mexico:  
Grupo Noriega Editores.
- MENDES ALVAREZ, Carlos Eduardo. (2002). *Diseño y Desarrollo del  
Proceso de Investigación*. Colombia: Editorial Mc. Graw Hill.
- Norma II del Decreto Supremo No 135-99-EF. (1999). *TUO del Código  
Tributario*. Lima: Publicado el 19.08.1999.
- ROBERTO B. AVILA ACOSTA. (2001). *Metodología de la Investigación*.  
Lima: Estudios y Ediciones S.A.
- SUNAT. (5 de 10 de 2012). Obtenido de [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)  
Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2005). *Glosario  
Tributario*. Lima: Instituto de Administración Tributaria Tercera  
Edición.
- TORRES BARDALES, C. (1997). *El Proyecto de la Investigación Científica* .  
Lima-Peru: Primera Edición. Editorial San Marcos.

**ANEXOS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES**

**ENCUESTA APLICADA EN LA CIUDAD DE PUNO**

**LAS RESPUESTAS BRINDADAS POR UD. SERVIRÁN PARA LLEVAR ADELANTE MI TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**1. DATOS GENERALES:**

1.1. Ubicación

1.1. Nombre de la agencia de viajes y turismo.....

1.2. Tipo de agencia de viajes y turismo

1. Mayorista

2. Minorista

3. Otros

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

1.3. 1. Distrito..... 2. Provincia.....

**2. SERVICIOS**

2.1. ¿Su empresa tiene conexiones comerciales con :

1. Hoteles.

2. Transporte

3. Restaurants

4. Otros

|  |
|--|
|  |
|--|

|  |
|--|
|  |
|--|

¿Cómo?

.....

.....

.....

**3. ASPECTOS TRIBUTARIOS**

(Del gobierno central)

3.1. ¿Qué impuestos paga su agencia de viajes y turismo a la SUNAT?

| Impuestos                        | Cantidad |
|----------------------------------|----------|
| 1. Impuesto General a las Ventas |          |
| 2. Impuesto a la Renta           |          |
| 3. Impuesto Selectivo al Consumo |          |
| 4. Otros                         |          |

¿Aproximadamente cuanto son sus ingresos anuales?

.....

.....

¿Qué gastos realiza diariamente su empresa?

.....

.....



.....  
.....

4. Paga algún otro tipo de Impuesto, contribución o licencia.

SI  NO

¿Cuál y cuánto aproximadamente?

.....  
.....  
.....

5. ¿Qué tipo de turistas más le visitan en su empresa?

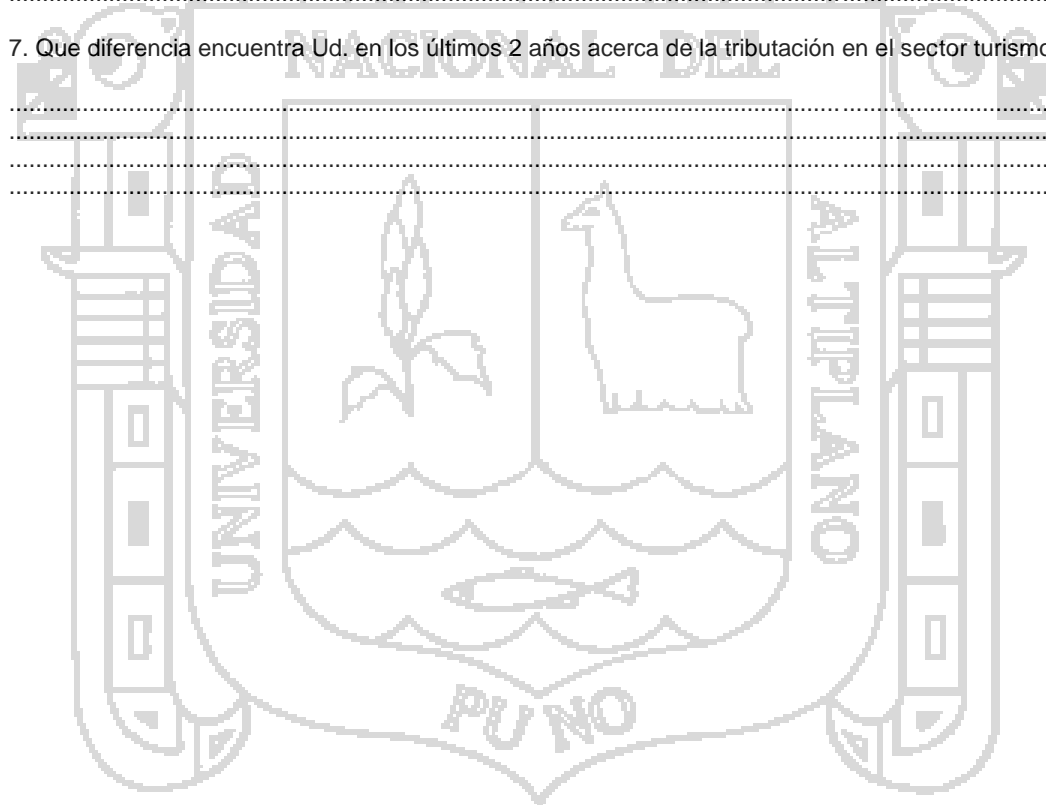
Nacional  Extranjero

6. ¿Qué opinión tiene Ud. acerca de la SUNAT?

.....  
.....  
.....

7. Que diferencia encuentra Ud. en los últimos 2 años acerca de la tributación en el sector turismo.

.....  
.....  
.....



**Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo****DECRETO SUPREMO N° 026-2004-MINCETUR**

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

**CONSIDERANDO:**

Que, conforme a la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la

Actividad Turística, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, es el ente rector a nivel nacional competente en materia turística, tiene entre sus atribuciones la elaboración normativa, fiscalización, gestión y administración de toda la actividad turística, realizando las coordinaciones que para su aplicación resulten necesarias; Que, por Decreto Supremo N° 037-2000-ITINCI, de fecha 7 de diciembre de 2000, se aprobó el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo; Que, la Ley N° 27867, aprobó la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, y el Decreto Supremo N° 038-2004 – PCM, aprobó el Plan Anual de Transferencia de Competencias Sectoriales a los Gobiernos Regionales y Locales del año 2004, el cual establece como acciones estratégicas para la implementación del Plan, que los Ministerios fortalezcan su papel rector y, a efectos de adaptarse al nuevo orden resultante del proceso de descentralización puesto en marcha en nuestro país, revisen y adecuen las normas sectoriales; Que, en cumplimiento de dichas disposiciones se ha revisado el mencionado Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, de lo que resulta la necesidad de actualizarlo y adecuarlo a la normatividad vigente, a fin de contar con un marco normativo institucional acorde con las exigencias y retos que plantea el proceso de la descentralización; De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística y la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, DECRETA:

**Artículo 1°.-** Apruébase el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo que consta de seis (6) capítulos, veintitrés (23) artículos, siete (7) disposiciones transitorias, complementarias y finales y un (1) anexo, que forman parte integrante del presente Decreto Supremo.

**Artículo 2°.-** Derogase el Decreto Supremo N° 037-2000-ITINCI y demás normas que se opongan al presente Reglamento.

**Artículo 3°.-** El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de

Comercio Exterior y Turismo.

**Artículo 4°.-** El presente Decreto Supremo entrara en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los nueve días del mes de noviembre del año dos mil cuatro.

**ALEJANDRO TOLEDO**

Presidente Constitucional de la Republica  
**ALFREDO FERRERO**  
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

## Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo

### CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

#### Artículo 1°.- Objeto.

El presente Reglamento establece las disposiciones administrativas para la autorización, clasificación y supervisión de las Agencias de Viajes y Turismo que operan en el país; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia.

#### Artículo 2°.- Ámbito de Aplicación.

Están sujetos a las normas del presente Reglamento las Agencias de Viajes y Turismo que presten sus servicios en el territorio nacional. Asimismo, es aplicable a los servicios que las Agencias de Viajes y Turismo ofrecen en el país y son prestados en el exterior.

Las Agencias de Viajes y Turismo se clasifican en la siguiente forma:

- a) Agencia de Viajes y Turismo Minorista.
- b) Operador de Turismo.
- c) Agencia de Viajes y Turismo Mayorista.

Esta clasificación no es excluyente.

#### Artículo 3°.- Definiciones.

Para los efectos del presente Reglamento se entiende por:

- a) **Agencia de Viajes y Turismo:** Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.
- b) **Clase:** Modalidad bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 2° del presente Reglamento.
- c) **Agencia de Viajes y Turismo Minorista:** Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. La Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.
- d) **Agencia de Viajes y Turismo Mayorista:** Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras

Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

e) **Operador de Turismo:** Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

f) **Personal calificado:** Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.

g) **Turismo emisor:** El realizado por nacionales en el exterior.

h) **Turismo interno:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

i) **Turismo receptor:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

j) **Inspector:** Funcionario o servidor público autorizado por el Órgano Regional

Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.

## **CAPÍTULO II**

### **DE LA COMPETENCIA Y FUNCIONES**

#### **Artículo 4°.- Competencia.**

Los Órganos Regionales Competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Órgano que ésta designe para tal efecto.

#### **Artículo 5°.- Funciones del Órgano Regional Competente.**

Corresponden al Órgano Regional Competente, las siguientes funciones:

- a) Clasificar a las Agencias de Viajes y Turismo;
- b) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento, de acuerdo al Plan Anual de Inspección y Supervisión, y en coordinación con los sectores involucrados, en los casos que resulte pertinente;
- c) Promover la capacitación destinada a mejorar la prestación del servicio que realizan las Agencias de Viajes y Turismo;
- d) Llevar y mantener actualizado el Directorio de Agencias de Viajes y Turismo;
- e) Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional;
- f) Elaborar y difundir las estadísticas regionales oficiales sobre agencias de viajes y turismo, observando las disposiciones del ente rector del sistema estadístico nacional;
- g) Facilitar a la Oficina de Estadística del MINCETUR, los resultados estadísticos sobre agencias de viajes y turismo;

- h) Remitir mensualmente, copia actualizada del Directorio de Agencias de Viajes y Turismo a la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico;
- i) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento;
- j) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y demás disposiciones legales vigentes.

El Órgano Regional Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal esté previamente capacitado y evaluado para tal efecto. La delegación se regirá por las disposiciones establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, sus normas modificatorias y complementarias.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO**

##### **Artículo 6°.- Actividades de las Agencias de Viajes y Turismo.**

Son actividades de las Agencias de Viajes y Turismo, independientemente de la clase bajo la cual presten sus servicios, las siguientes:

- a) La promoción del turismo en los ámbitos nacional e internacional;
- b) La representación de empresas intermediarias u Agencias de Viajes y Turismo no domiciliadas en el país;
- c) La representación de líneas aéreas;
- d) La representación de otros prestadores de servicios turísticos;
- e) El alquiler de vehículos con y sin conductor;
- f) El fletamento de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte;
- g) La organización y promoción de congresos, convenciones y otros eventos similares;
- h) La contratación de Guías de Turismo;
- i) Otras vinculadas a los viajes de Turismo.

##### **6.1 De las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas:**

La proyección, elaboración, organización y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

##### **6.2 De los Operadores de Turismo:**

- a) La proyección, elaboración, producción, organización, operación, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e Internacional;
- b) La intermediación en la reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte;
- c) La intermediación en la reserva y contratación de hospedaje;
- d) Recepción y traslado de turistas;
- e) Brindar orientación e información al turista;
- f) Cambio de divisas, venta y cambio de cheques de viajeros;

- g) Transporte de equipaje a través de terceros utilizando cualquier medio de transporte;
- h) Tramitar pólizas de seguros de viaje, de pérdidas o deterioro de equipajes y otras que cubran los riesgos del viaje;
- i) Alquiler de útiles y equipos para la práctica de diversas modalidades de turismo;
- j) Representación de los turistas en los procedimientos necesarios para concretar los viajes, cumpliendo con las disposiciones legales vigentes;
- k) Recuperación de impuestos que el turista paga en el exterior.

#### 6.3 De las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas:

- a) La elaboración, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional;
- b) Las indicadas en el punto 6.2, con excepción de la señalada en su literal a).

#### **Artículo 7º.- Ejercicio de las actividades de las Agencias de Viajes y Turismo.**

Las actividades señaladas en el artículo 6º del presente Reglamento serán prestadas en el territorio nacional por las Agencias de Viajes y Turismo, sin perjuicio de la contratación directa de tales servicios, por parte de los turistas, con las empresas de transporte, establecimientos de hospedaje y otros prestadores de servicios turísticos.

#### **CAPÍTULO IV**

#### **DE LA AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO**

#### **Artículo 8º.- Requisitos para el inicio de actividades.**

Las Agencias de Viajes y Turismo para el inicio de sus actividades deberán estar inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo, deberán contar con la Licencia Municipal de Funcionamiento y cumplir con las demás disposiciones municipales correspondientes.

#### **Artículo 9º.- Requisitos mínimos para la prestación del servicio**

Las Agencias de Viajes y Turismo para el desarrollo de sus actividades deberán cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un local de libre acceso al público, apropiado para atender al cliente y dedicado a prestar el servicio de Agencia de Viajes y Turismo. Excepcionalmente, la actividad podrá ser desarrollada en centros comerciales, recepción de establecimientos de hospedaje, o en terminales de servicios públicos de transporte terrestre o aéreo, siempre que se diferencie el área dedicada a la prestación del servicio;
- b) Contar con personal calificado para la atención al público;
- c) Tener el equipamiento mínimo para la prestación de sus servicios, como equipo completo de cómputo, teléfono y fax.



**Artículo 10°.- Presentación de Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos.**

Las Agencias de Viajes y Turismo, dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, presentarán al Órgano Regional Competente, sin costo alguno, una Declaración Jurada de acuerdo al formato contenido en el Anexo N° 1 de cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo 9°, así como de las clases bajo las cuales prestarán sus servicios.

**Artículo 11°.- Actualización de información contenida en la Declaración Jurada.**

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada referida en el artículo precedente, las Agencias de Viajes y Turismo se encuentran obligadas a comunicarla al Órgano Regional Competente.

El plazo para informar al Órgano Regional Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

**Artículo 12°.- Directorio de Agencias de Viajes y Turismo.**

El Órgano Regional Competente llevará el Directorio actualizado de las Agencias de Viajes y Turismo de acuerdo a las clases bajo las cuales prestan sus servicios en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que constará de lo siguiente:

- a) Razón o denominación social;
- b) Nombre comercial;
- c) Dirección;
- d) Nombre del representante legal;
- e) Número del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- f) Teléfono;
- g) Fax;
- h) Correo electrónico (de ser el caso);
- i) Página web (de ser el caso);
- j) Clasificación.

**Artículo 13°.- Difusión del Directorio de Agencias de Viajes y Turismo.**

El Directorio de Agencias de Viajes y Turismo será difundido por el Órgano Regional Competente y por el MINCETUR a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, boletines, publicaciones u otros similares.

**CAPÍTULO V  
DE LA SUPERVISIÓN****Artículo 14°.- Visitas de supervisión.**

El Órgano Regional Competente tendrá la facultad de efectuar de oficio, a pedido de parte interesada o de tercero, las visitas de supervisión que sean

necesarias para verificar el cumplimiento permanente de las condiciones, requisitos y servicios mínimos exigidos en el presente Reglamento.

**Artículo 15°.- Apoyo de instituciones.**

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Regional Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional, así como de la autoridad municipal y autoridad de defensa civil, según el caso lo requiera.

**Artículo 16°.- Facultades del Inspector.**

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los funcionarios y servidores públicos del Órgano Regional Competente, debidamente acreditados, quienes están facultados para:

1. Verificar que se preste el servicio de agencia de viajes y turismo;
2. Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos de infraestructura, equipamiento y servicio exigidos en el presente Reglamento;
3. Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión;
4. Citar al titular o a sus representantes, como a los trabajadores de la Agencia de Viajes y Turismo, e indagar sobre los hechos que tengan relación con los asuntos materia de supervisión de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento;
5. Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión;
6. Recomendar las acciones correctivas que correspondan, las que podrán ser incluidas en el Acta;
7. Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

**Artículo 17°.- Obligaciones del Titular de la Agencia de Viajes y Turismo.**

El titular de la Agencia de Viajes y Turismo objeto de supervisión, se encuentra obligado a:

1. Designar a un representante o encargado para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a realizar la designación o la ausencia del titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión;
2. Permitir el acceso inmediato al establecimiento de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Regional Competente;
3. Proporcionar toda la información y documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el Órgano Regional Competente;
4. Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.

**Artículo 18°.- Credencial del Inspector.**

Para iniciar las labores de supervisión, el inspector deberá presentar al titular de la Agencia de Viajes y Turismo o a su representante, la Credencial otorgada por el Órgano Regional Competente. La Credencial deberá



consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo que desempeña, entidad a la que representa, número de credencial, fotografía, así como firma y sello del funcionario que expide la credencial.

**Artículo 19º.- Desarrollo de la supervisión.**

Las labores de supervisión serán realizadas con la participación mínima de dos inspectores. Al finalizar la supervisión se procederá a levantar un acta en original y dos copias, en la cual se consignará la información prevista en el artículo 156º de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. El titular o representante de la Agencia de Viajes y Turismo podrá dejar constancia en el acta en forma sucinta de sus comentarios y observaciones a la acción de supervisión.

El acta deberá ser firmada por el titular, representante de la Agencia de Viajes y Turismo, o la persona designada para tal fin, en caso de negativa a firmar, el inspector deberá dejar constancia de tal hecho.

Una copia del acta deberá ser entregada al titular de la Agencia de Viajes y Turismo o a su representante.

**Artículo 20º.- Valor probatorio de las Actas de supervisión.**

Las actas levantadas y suscritas durante las acciones de supervisión realizadas a las agencias de viajes y turismo, describirán el establecimiento en el que se practica la supervisión señalando su clasificación, así como los hechos, objetos o circunstancias relevantes y un resumen de las observaciones de la supervisión.

El Órgano Regional Competente, basándose en los resultados de las actas, podrá encausar los procedimientos para que se realicen las acciones correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que corresponda.

El Órgano Regional Competente deberá cumplir con los Principios de la Potestad Sancionadora Administrativa contenidos en el artículo 230º de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

**CAPÍTULO VI**

**DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

**Artículo 21º.- De la contratación de servicios.**

Los contratos que celebren las Agencias de Viajes y Turismo con los turistas se rigen por las normas de derecho común.

**Artículo 22º.- Instalación de puntos de venta en empresas.**

Las Agencias de Viajes y Turismo podrán instalar puntos de venta dentro de las oficinas de otras empresas, con la finalidad de atender exclusivamente la demanda de servicios turísticos de los trabajadores de estas últimas.

**Artículo 23º.- Desarrollo de funciones por Agencias de Viajes y Turismo del exterior.**

Las Agencias de Viajes y Turismo del exterior para prestar sus servicios en el país, deben previamente:

- a) Obtener su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y obtener la Licencia Municipal de Funcionamiento;

b) Asociarse con Agencias de Viajes y Turismo nacionales, hecho que deberá comunicar y acreditar ante el Órgano Regional Competente. Asimismo, darán cumplimiento a la disposición contenida en el artículo 10° del presente Reglamento.

#### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS, COMPLEMENTARIAS Y FINALES**

**Primera.-** Las funciones establecidas en el artículo 5° del presente Reglamento, serán ejercidas por la DNDT en el Departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Gobierno Regional Lima y el Gobierno Regional Callao, respectivamente, cumplan con las disposiciones establecidas en la Ley N° 28273, Ley del Sistema de Acreditación de los Gobiernos Regionales y Locales, su Reglamento y normas complementarias. Las funciones que han venido siendo ejercidas por delegación del MINCETUR, por parte de las Direcciones Regionales Sectoriales, continuarán a cargo de las mismas.

**Segunda.-** Cuando las Agencias de Viajes y Turismo presten servicios que se desarrollen en Áreas Naturales Protegidas, deberán cumplir además de los requisitos señalados en el presente Reglamento, con los requisitos y procedimientos establecidos en la normativa específica sobre la materia.

**Tercera.-** Las Agencias de Viajes y Turismo que se encuentren operando deberán adecuarse a las disposiciones de este Reglamento y presentar la Declaración Jurada a que se refiere el artículo 10° del mismo, en un plazo que no excederá del 31 de diciembre de 2005; con excepción de las Agencias de Viajes y Turismo que cuenten con el Certificado de Acreditación, expedido por la DNDT o por el Órgano Regional Competente, en el marco del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo aprobado por Decreto Supremo N° 037-2000-ITINCI, las que solo deberán cumplir con presentar la Declaración Jurada según el formato contenido en el Anexo N°1 del presente Reglamento, ante cualquier modificación de los datos declarados.

**Cuarta.-** El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR en su calidad de ente rector competente en materia de turismo, tiene la facultad de realizar acciones de supervisión a nivel nacional respecto del cumplimiento del presente Reglamento. Los resultados de estas acciones serán comunicados al Presidente del Gobierno Regional.

**Quinta.-** Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor conforme a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 716, Ley de Protección al Consumidor, serán atendidas y resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI. De igual forma, las infracciones y sanciones relacionadas con las Normas de Publicidad, conforme a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor, serán atendidas y resueltas por la Comisión de Represión de la Competencia Desleal del

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

**Sexta.-** Las Agencias de Viajes de Turismo que operen en el país están obligadas a presentar la Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

**Sétima.-** El MINCETUR mediante Resolución Ministerial podrá dictar las normas complementarias que fueran necesarias para la mejor aplicación del presente Reglamento.



**MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**  
**AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO**

Inscripción       Modificación

**ANEXO Nº 1**

**1.- INFORMACION DEL ESTABLECIMIENTO**

|    |                     |                |                          |  |
|----|---------------------|----------------|--------------------------|--|
| 1  | Razón Social        |                |                          |  |
| 2  | Nombre Comercial    |                |                          |  |
| 3  | Dirección           |                |                          |  |
| 4  | Número              | 4.1 - Interior | 4.2 - Localidad          |  |
| 5  | Distrito            |                |                          |  |
| 6  | Nº de RUC           | 10 - Teléfono  | 8 - Ubicación Geográfica |  |
| 12 | Página Web          |                | 11 - E-mail              |  |
| 14 | Representante Legal |                | 13 - Capital Social      |  |
|    |                     |                | 14 - Dorsal Identidad    |  |

**2.- MIEMBROS DEL DIRECTORIO (De ser el caso)**

|     |  |
|-----|--|
| 1.- |  |
| 2.- |  |
| 3.- |  |

**3.- CLASIFICACION**

|                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 31 - Mayorista           | 32 - Minorista           | 33 - Operador de Turismo |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**4.- TIPO DE TURISMO**

|                        | SI                       | NO                       |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 41 - Turismo Receptivo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 42 - Turismo Emisor    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 43 - Turismo Interno   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**5.- MODALIDAD DE TURISMO**

|                                 | SI                       | NO                       |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 51 - Turismo de Aventura        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 52 - Ecoturismo Ecológico       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 53 - Turismo Rural              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 54 - Turismo Histórico Cultural | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 55 - Otros (Especificar)        |                          |                          |

**6.- SERVICIOS**

|  | SI                       | NO                       |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 61 - Información Turística y difusión de material de promoción   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 62 - Venta de Paquetes   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 63 - Venta de Paquetes Turísticos propios                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 64 - Venta de Paquetes Turísticos elaborados por otras empresas  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 65 - Operación Directa de Paquetes Turísticos                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 66 - Alquiler de Vehículos con y sin conductor                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 67 - Alquiler de equipos para la práctica de turismo de aventura | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 68 - Representación de empresas del extranjero                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 69 - Guías de Turismo  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 70 - Otros (Especificar)   |                          |                          |

**7.- REQUISITOS PARA BRINDAR EL SERVICIO E INICIAR LA ACTIVIDAD**

|  | SI                       | NO                       |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 71 - Local exclusivo para labores de Agencia de Viajes y Turismo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 72 - Servicios higiénicos  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 73 - Caja de Seguridad para custodia de valores                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 74 - Equipo  |                          |                          |
| Nº de Computadoras   | <input type="checkbox"/> |                          |
| Teléfono/Fax   | <input type="checkbox"/> |                          |

**8.- OTROS**

|  | SI                       | NO                       |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 81 - Vehículo de Transporte Turístico propio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 82 - Otros Equipos                           |                          |                          |
| 83 - Nº de Trabajadores                      | <input type="checkbox"/> |                          |
| 84 - Total personal calificado               | <input type="checkbox"/> |                          |
| 85 - Equipo de Seguridad                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Firma del Representante Legal \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

