

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**UTILIZACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS Y SERVICIOS
VIRTUALES DE SUNAT, PARA EL INCREMENTO DE LA
VIRTUALIZACIÓN DE LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS.**

**CASO: MYPES ACOGIDAS AL RÉGIMEN ESPECIAL
DEL IMPUESTO A LA RENTA DE LA REGIÓN TACNA.**

PRESENTADO POR:

CPC ROXANA MERY CANAHUIRE MAMANI

Tacna – Perú

2013

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I.....	5
EL PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1 Descripción del problema.....	5
1.2 Formulación del problema.....	7
1.3 Justificación del problema.....	8
1.4 Objetivos de la de investigación.....	9
1.4.1 Objetivo general.....	9
1.4.2 Objetivos específicos	9
1.5 Hipótesis y Variables.....	10
1.5.1 Hipótesis general	10
1.5.2 Hipótesis específicas	10
1.5.3 Variables e Indicadores.....	11
1.6 Delimitación de la investigación	12
1.7 Limitación de la investigación	12
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1 Conceptos de términos	13
2.2 Bases Teóricas	18
2.2.1 El Gobierno Electrónico En El Perú	18
2.2.2 Gobierno Electrónico en SUNAT.....	23
2.2.3 La Virtualización.....	28
2.2.4 La Virtualización en el Perú	33
2.2.5 SUNAT Virtual.....	34
2.2.6 Las Mypes.....	44
2.2.7 Los Regímenes Tributarios Mypes.....	49
2.2.8 El Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER.....	50
CAPÍTULO III.....	55
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.1 Tipo de investigación	55
3.2 Diseño de la investigación	55
3.3 Población y muestra de estudio	55
3.4 Fuentes de información.....	57
3.5 Instrumentos de recolección de datos.....	58
3.6 Procesamiento y análisis de datos.....	58
CAPÍTULO IV.....	59
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	59
CAPÍTULO V.....	75
PRUEBA DE HIPÓTESIS	75
5.1 Prueba de Hipótesis específica N° 01	75
5.2 Prueba de Hipótesis específica N° 02.....	76
5.3 Prueba de Hipótesis específica N° 03.....	77
5.4 Prueba de Hipótesis general.....	81

CAPÍTULO VI.....	82
PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE ACCIÓN	82
6.1 Análisis FODA de la Virtualización de SUNAT.....	82
6.2 Análisis de la Matriz BCG de los componentes de las estrategias de Comunicación e Información utilizadas por SUNAT.....	84
6.3 Ciclo de vida del producto de los componentes de las estrategias de Comunicación e Información utilizadas por SUNAT	87
6.4 Marketing Mix.....	88
6.4.1 Producto.....	88
6.4.2 Precio.....	90
6.4.3 Plaza (distribución).....	90
6.4.4 Promoción.....	90
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES.....	101
REFERENCIAS	102
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de que los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta, la SUNAT pone a disposición la plataforma virtual y la Comunidad Mype, para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es decir hace uso de la virtualización de sus servicios, esto viene ocurriendo a partir del año 2010; si bien existe información general sobre este tema, sin embargo no se tiene pleno conocimiento del nivel de uso de este sistema y de la eficiencia de las estrategias de comunicación e información utilizadas, para ello se llevó a cabo el presente estudio.

El informe final cuenta con la siguiente estructura:

Capítulo I: El Planteamiento de la investigación, Capítulo II: Marco Teórico, Capítulo III: Metodología de la investigación, Capítulo IV: Análisis de los resultados, Capítulo V: Prueba de hipótesis, Capítulo VI: Propuesta de estrategias de acción, Conclusiones y Recomendaciones.

El propósito del trabajo de tesis es, diseñar un Modelo de Estrategias de Acción para ser implementando por los responsables de la toma de decisiones en SUNAT, tomando en consideración los resultados obtenidos de la investigación, permitiendo así el incremento de la virtualización de las obligaciones tributarias de los contribuyentes acogidos al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna.

La Autora

Tacna, Octubre del 2012

CAPÍTULO I

EL PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

Don Tapscott, escribió *Economía Digital* en 1996, prediciendo muchas de las transformaciones que ha suscitado la digitalización de la información y la Internet. Este nuevo medio viene modificando la forma en que trabajamos, hacemos negocios, aprendemos, jugamos y hasta pensamos. La economía digital trae consigo retos y oportunidades ilimitadas para la creación de riqueza. A la vez, implica una amenaza para aquellos individuos, empresas o sociedades que no desarrollan este sector.

En nuestro país, mediante DS N°059-2004-PCM del 11 de Agosto del 2004 se establecen disposiciones relativas a la administración del “Portal del Estado Peruano”, en donde se estipula que la administración del Portal está a cargo de la Presidencia del Consejo de Ministros a través de la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI) y se da jerarquía máxima al Portal del Estado Peruano “www.peru.gob.pe” entre las diferentes páginas web de la administración pública. (Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, 2012)

El Gobierno Electrónico, según lo define la Organización de las Naciones Unidas (ONU), es el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), por parte del Estado,

para brindar servicios e información a los ciudadanos, aumentar la eficacia y eficiencia de la gestión pública, e incrementar sustantivamente la transparencia del sector público y la participación ciudadana.

Tomando estos antecedentes como base y en concordancia con la estrategia y los lineamientos nacionales del Gobierno Electrónico, es así que la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT, a partir del año 2005 implementa SUNAT Virtual; ofreciendo a los contribuyentes la posibilidad de realizar vía Internet la Presentación del Programa de Declaración Telemática (PDT), la Autorización de Impresión de Comprobantes de Pago, las Dedicaciones en Línea, la Presentación de la Suspensión de la Renta de Cuarta Categoría, la Modificación de los Datos del RUC entre otros servicios virtuales.

Con esta estrategia SUNAT inicia la etapa a la que le denominamos la “Virtualización”, poniendo a disponibilidad de los contribuyentes las herramientas y servicios virtuales para el facilitarles el cumplimiento de las obligaciones tributarias a los contribuyentes.

Con la finalidad de que la Virtualización también abarque al sector de las Mypes (representan el 98% de las empresas en el país), y estos se vean favorecidos con beneficios como: la disminución del tiempo utilizado en realizar trámites, la utilización del tiempo ahorrado en la gestión de su negocio y aprovechar la oportunidad de ampliar su mercado fuera del país, SUNAT en el año 2009 crea el sitio web denominado Comunidad Mype “www.mype.sunat.gob.pe”, para el

empresario de Micro y Pequeña empresa a fin que éste encuentre en un solo lugar las herramientas y servicios que necesita para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Asimismo cabe señalar que la mayoría de las Mypes en la actualidad se encuentran acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

Sin embargo según los reportes estadísticos elaborados por SUNAT (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2011), nos muestran que el 46.5% de los usuarios que acudieron a un Centro de Atención al Contribuyente respondieron que no saben utilizar las herramientas y servicios virtuales que ofrece la Comunidad Mype, y si a esto le agregamos a los contribuyentes que siguen utilizando los procedimientos convencionales para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias (utilización de los servicios de un estudio contable), podemos determinar que el índice de virtualización de las obligaciones tributarias de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna es bajo, desechando los contribuyentes los beneficios que trae la utilización de las herramientas y servicios virtuales ofrecidos por la Comunidad Mype de SUNAT.

1.2 Formulación del problema

¿De qué forma el mejoramiento de la utilización de las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT, permitiría el incremento de la virtualización de las Obligaciones Tributarias de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta?

Sub preguntas

- ¿Cuál es el diagnóstico situacional de la utilización de las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT, correspondiente a las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta?
- ¿Es la estrategia de comunicación implementada por SUNAT un aporte para la utilización de las herramientas y servicios virtuales, por parte de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta?
- ¿Es la estrategia de información aplicada por SUNAT una contribución para la utilización de las herramientas y servicios virtuales, por parte de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta?

1.3 Justificación del problema

El país necesita contar con los ingresos necesarios para realizar sus actividades sin contratiempos ni complicaciones, distribuyendo los recursos presupuestados a los diferentes organismos públicos, por lo tanto es necesario que la Administración Tributaria cumpla sus funciones logrando la eficacia y eficiencia en sus resultados, para esto la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-SUNAT; no solo debe ser un recaudador de impuestos, sino debe cumplir el papel de orientador y sobre todo facilitador del cumplimiento de las obligaciones tributarias de las Mypes

acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna, y así evitar que estas cometan infracciones que se ven cristalizadas en el pago de multas.

Para esto SUNAT desde el año 2009 ha implementado la Comunidad Mype, que te permite realizar las declaraciones y pagos simplificados con la finalidad de hacer más eficiente el proceso de recaudación de tributos, reducir los costos de transacción y brindar mayores facilidades a los contribuyentes, sin embargo no viene teniendo los resultados esperados, por estas razones se hace necesario determinar las limitaciones y así diseñar un modelo de estrategias de acción que permitan incrementar la virtualización de las obligaciones tributarias de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna.

1.4 Objetivos de la de investigación

1.4.1 Objetivo general

- Diseñar un modelo de estrategias de acción a ser implementadas por SUNAT, para incrementar la virtualización de las Obligaciones Tributarias de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

1.4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación del uso de las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT, correspondiente a las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

- Determinar el aporte de la estrategia de comunicación implementada por SUNAT en la utilización de las herramientas y servicios virtuales, para las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.
- Determinar la contribución de la estrategia de información aplicada por SUNAT en la utilización de las herramientas y servicios virtuales, por parte de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

1.5 Hipótesis y Variables

1.5.1 Hipótesis general

Las estrategias aplicadas por la SUNAT, **NO** han contribuido para el incremento de la virtualización de las Obligaciones Tributarias de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

1.5.2 Hipótesis específicas

H₁ Las herramientas y servicios virtuales de SUNAT, **SI** son utilizadas por la mayoría de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

H₀ Las herramientas y servicios virtuales de SUNAT, **NO** son utilizadas por la mayoría de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

- H₁ La estrategia de comunicación implementada por SUNAT, **SI** aportó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.
- H₀ La estrategia de comunicación implementada por SUNAT, **NO** aportó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.
- H₁ La estrategia de información aplicada por SUNAT, **SI** contribuyó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.
- H₀ La estrategia de información aplicada por SUNAT, **NO** contribuyó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

1.5.3 Variables e Indicadores

Variable independiente: Estrategias utilizadas por la SUNAT.

Indicadores:

- Estrategia de Comunicación
 - Charlas
- Estrategia de Información
 - Página Web

- Redes Sociales (You Tube, Facebook, Twitter)
- Afiches y trípticos

Variable Dependiente: Virtualización de las Obligaciones Tributarias.

Indicadores: Cultura informática
Conocimiento de las herramientas virtuales
Fiabilidad del sistema
Acceso a Internet

1.6 Delimitación de la investigación

La investigación se limita a las Mypes de la región Tacna, acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

1.7 Limitación de la investigación

Los entrevistados no siempre mostraron predisposición al momento de realizar la encuesta personal del presente estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Conceptos de términos

- a) **Administración tributaria**, es la entidad facultada para la administración de los tributos señalados por Ley. Son órganos de la Administración: la SUNAT, ADUANAS, y los Gobiernos Locales (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- b) **Comunidad Mype**, es un sitio web creado por SUNAT para el empresario de micro y pequeña empresa a fin que éste encuentre en un solo lugar las herramientas y servicios que necesita el cumplimiento de sus obligaciones tributarias (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- c) **Cultura informática**, para Balderas y Saavedra (2001), plantean que “cultura informática significa tener la capacidad de gobernar aquellos instrumentos informáticos (hardware y software) que debemos manejar en un determinado lapso de tiempo (presente o futuro) por motivaciones sociales e individuales, así como comprender la compleja red de usos sociales de la informática” (Eumed.net, 2010).
- d) **Declaración simplificada**. Las declaraciones y pagos simplificados son formularios virtuales que con información mínima permiten realizar, a través de la Internet, la declaración y pago de tributos internos. Asimismo, determina los intereses moratorios, en caso la declaración se realice luego de la fecha de vencimiento. Para utilizarlos

solo debe tener Clave SOL (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).

- e) **Factura electrónica Mype**, es la misma Factura que se emite de manera física, con la diferencia que en este caso su generación es a través del Sistema de Emisión Electrónica en SOL, lo que le permite reducir sus gastos administrativos con la finalidad de mejorar su competitividad.

Al igual que la Factura Física la emite el vendedor en las operaciones de venta de bienes y prestación de servicios, operaciones que generan rentas de Tercera Categoría de acuerdo con el Impuesto a la Renta, con la diferencia que es generada es a través del Sistema de Emisión Electrónica (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).

- f) **Fiabilidad**, característica de los sistemas informáticos por la que se mide el tiempo de funcionamiento sin fallos. En el caso del hardware, se han conseguido altísimos grados de fiabilidad, mientras que en el software siguen existiendo bugs que dificultan el buen funcionamiento de los programas (La web del Programador, 2010).
- g) **Gobierno electrónico**, aplicación de tecnologías basadas en Internet para actividades comerciales y no comerciales en el seno de las Administraciones Públicas (Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, 2011).
- h) **Gobierno a Ciudadano (G2C)**, formas de relación entre los ciudadanos y las Administraciones Públicas realizadas mediante tecnologías de la información y de las comunicaciones. Un ejemplo es la declaración de impuestos a través de Internet (Sociedad de la Información de Navarra, 2011).

- i) **Gobierno a Negocio o Empresa (G2B)**, formas de relación entre las empresas y las Administraciones Públicas realizadas mediante tecnologías de la información y de las comunicaciones, mediante el cual se ofrece por medios electrónicos trámites, intercambios de información y servicios que se caractericen por ser eficientes, sencillos, transparentes y fáciles de acceder. Ejemplo: Incrementar la eficiencia de los procesos de recaudación (Sociedad de la Información de Navarra, 2011).
- j) **Herramienta virtual**, subprograma o módulo encargado de funciones específicas y afines entre sí para realizar una tarea. Una aplicación o programa puede contar con múltiples herramientas a su disposición (Alegsa, 2010).
- k) **Internet**, red de telecomunicaciones nacida en 1969 en los EE.UU. a la cual están conectadas centenares de millones de personas, organismos y empresas en todo el mundo, mayoritariamente en los países más desarrollados, y cuyo rápido desarrollo está teniendo importantes efectos sociales, económicos y culturales, convirtiéndose de esta manera en uno de los medios más influyentes de la llamada Sociedad de la Información y en la Autopista de la Información por excelencia. Fue conocida como ARPANET hasta 1974 (Sociedad de la Información de Navarra, 2011).
- l) **Intranet**, red propia de una organización, diseñada y desarrollada siguiendo los protocolos propios de Internet, en particular el protocolo TCP/IP. Puede tratarse de una red aislada, es decir no conectada a Internet (Sociedad de la Información de Navarra, 2011).
- m) **Mype**, unidad económica definida por la Ley MYPE, constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial

contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Base legal: TUO de la ley MYPE-Decreto Supremo N° 007-2008-TR publicado el 30-09-08. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2010)

- n) Microempresa**, unidad económica que comprende de uno (1) hasta (10) trabajadores inclusive, y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT). Base legal: TUO de la ley MYPE-Decreto Supremo N° 007-2008-TR publicado el 30-09-08. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2010)
- o) Número de pago Sunat**, mecanismo implementado que permite simplificar y facilitar el pago de tributos en las oficinas u otros canales de atención de los bancos autorizados. (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010)
- p) Obligación tributaria**, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por Ley y de derecho público. Tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria y es exigible coactivamente (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- q) Pago electrónico**, te permite realizar tus declaraciones y pagos por la Internet, las cuales las puedes elaborar con el Programa de Declaración Telemática–PDT o utilizando la Declaración Simplificada (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- r) Pequeña empresa**, unidad económica que comprende de uno (1) hasta (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT). Base legal: TUO de la ley MYPE-Decreto

Supremo N° 007-2008-TR publicado el 30-09-08 (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2010).

- s) **Régimen especial a la Renta**, régimen tributario al cual pueden acogerse las personas naturales y jurídicas que generan ingresos considerados como rentas de tercera categoría , derivados de su actividad económica y / o servicios, sujeto a ciertos requisitos. Base legal: art.117 del TUO del impuesto a la renta aprobado por el D.S. N° 179-2004-EF publicado el 08-12-2004 (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- t) **Sistema**, al conjunto formado por el hardware y el software que componen la parte esencial del ordenador. Sistema vale tanto para referirse al sistema operativo como para hablar del entramado tecnológico del PC (Taller de Informática, 2010).
- u) **Sunat virtual**, es el espacio en Internet en el cual, el público en general, los contribuyentes y usuarios del comercio exterior, tienen el acceso a la información de importancia para la facilitación del cumplimiento de obligaciones tributarias y aduaneras. Pero en forma especial, existe la posibilidad de realizar transacciones, y acceder a una serie de servicios virtuales (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
- v) **Teletrabajo**, es una forma flexible de actividad laboral, en la que el desempeño se realiza sin la presencia física del trabajador en la empresa, durante una parte importante de la jornada laboral y que va ligada a un uso frecuente de métodos de procesamiento electrónico de la información (Teletrabajo, 2008).

w) Virtualización, es la técnica empleada sobre las características físicas de algunos recursos computacionales, para ocultarlas de otros sistemas, aplicaciones o usuarios que interactúen con ellos. Esto implica hacer que un recurso físico, como un servidor, un sistema operativo o un dispositivo de almacenamiento, aparezca como si fuera varios recursos lógicos a la vez, o que varios recursos físicos, como servidores o dispositivos de almacenamiento, aparezcan como un único recurso lógico. (Tecnología Pyme, 2009)

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 El Gobierno Electrónico En El Perú

La oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI), es el órgano Técnico Especializado que depende directamente del Despacho de la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), ONGEI, en su calidad de Ente Rector del Sistema Nacional de Informática, se encarga de liderar los proyectos, la normatividad, y las diversas actividades que en materia de gobierno electrónico realiza el Estado. Entre sus actividades permanentes se encuentran las vinculadas a la normatividad informática, la seguridad de la información, el desarrollo de proyectos emblemáticos en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), brindar asesoría técnica e informática a las entidades públicas, así como, ofrecer capacitación y difusión en temas de Gobierno Electrónico y la modernización y descentralización del Estado.

La ONGEI, asimismo, se encarga de la administración de diversos portales del Estado, entre los que se encuentran el Portal del Estado Peruano (PEP), Portal de mayor jerarquía a nivel de Estado, que se constituye en el sistema interactivo de información a los ciudadanos a través de Internet; el Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas (PSCE), el Portal de la Comisión de Desarrollo de la Sociedad de la Información (CODESI), entre otros.

El Gobierno Electrónico, según lo define la Organización de las Naciones Unidas (ONU), es el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), por parte del Estado, para brindar servicios e información a los ciudadanos, aumentar la eficacia y eficiencia de la gestión pública, e incrementar sustantivamente la transparencia del sector público y la participación ciudadana.

El nuevo gobierno del Perú ha iniciado el proceso de modernización del Estado que tiende a orientar a toda la entidad de la administración pública al ciudadano. En ese sentido, se ha creado la Jefatura de Gobierno Electrónico, bajo la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros y cuyo objetivo es coordinar las iniciativas al interior del sector público y de acuerdo a una estrategia de consenso con el sector privado.

El desarrollo de Internet permite que el gobierno esté más cerca de la gente haciéndose más eficiente reduciendo los plazos y costos necesarios para que los ciudadanos y las empresas cumplan con las normas y regulaciones que dicta el proceso administrativo.

Gobierno Electrónico implica el uso de TICs (y particularmente Internet) para proveer servicios públicos de forma más eficiente, conveniente, rentable y orientada al ciudadano. En nuestro país se deben además usar otros canales como la Telefonía y el Correo Postal para llegar a aquellos rincones donde no llega Internet. El proyecto de Gobierno Electrónico reconoce el hecho que las tecnologías de información son bienes tan importantes para el Perú como sus recursos naturales e infraestructura instalada. (Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, 2012).

Tipos de Gobierno Electrónico

El Gobierno Electrónico, dentro de sus objetivos principales, busca mejorar las formas de relacionarse con: Los ciudadanos y/o sus asociaciones. El sector privado, El estado, sus empleados y/u otros agentes gubernamentales y estatales.

El Gobierno Electrónico puede ser visto a través de cuatro tipos de relaciones:

- *Gobierno a Ciudadano (G2C) - Government to Citizen.*
- *Gobierno a Empresa (G2B) - Government to Business.*
- *Gobierno a Empleado (G2E) - Government to Employee.*
- *Gobierno a Gobierno (G2G) - Government to Government.*

Ejemplos:

- *G2C, Los portales institucionales que proveen información, formatos sobre trámites. La declaración de impuestos a través de Internet.*
- *G2B, Los portales referidos a las compras estatales, en el Perú el portal del Sistema Electrónico de Adquisiciones y Compras del Estado (SEACE).*
- *G2E, al interior de las INTRANET, se consideran sistemas dirigidos especialmente a satisfacer necesidades de información y servicios para los empleados.*
- *G2G, En el Perú el Sistema de Información Financiera (SIAF). (Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, 2012).*

Oportunidades que ofrece el Gobierno Electrónico

- *Hacer más productivo el gasto público.*
- *Facilitar el acceso del ciudadano a los servicios públicos.*
- *Aumentar la competitividad.*
- *Mejorar la eficiencia y la transparencia de la gestión.*
- *Combatir la corrupción.*
- *Crear vínculos hacia el proceso de democratización y participación ciudadana.*
- *Fortalecer la interacción y la responsabilidad entre los ciudadanos y sus representantes públicos.*
- *Generar confianza.*

Estrategia de Gobierno Electrónico

- *Estado ante el Ciudadano, es uno solo: integración de los procesos y trámites de las instituciones.*

- *Promover una cultura de servicio de calidad: Promover la presentación de más y mejores servicios al ciudadano.*
- *Transparencia y Descentralización: Permite un ágil acceso de los ciudadanos a la información del Estado, favoreciendo la transparencia de la gestión pública y promoviendo la descentralización en la prestación de los servicios.*
- *Economía y Eficacia de los trámites internos de la Administración Pública.*
- *Requisitos para los proyectos de Gobierno Electrónico*
- *Pasar de trámites dispersos a servicios electrónicos integrados a través de ventanillas únicas.*
- *Pasar de trámites complejos a simples.*

Los 5 Niveles de Gobierno Electrónico

- **Nivel 1:** *Provee información institucional. Información de trámites, organigrama, noticias, contactos, direcciones en interactúa sólo vía e-mail.*
- **Nivel 2:** *Servicios transaccionales: Permiten completar procesos en línea en cada sitio web del estado como copia de DNI, pago de impuestos, pago de multas, etc.*
- **Nivel 3:** *Servicios integrados: Permite realizar trámites en línea con componentes interinstitucionales. Mantiene la identidad del ciudadano conectando varias agencias. en función al perfil de la persona. Interactúa con dispositivos móviles, etc.*
- **Nivel 4:** *Integración Total: Consola Única de Atención. Cada ciudadano cuenta con una consola*

personalizada en la que se presentan todos los servicios públicos de acuerdo a su ámbito de acción.

- **Nivel 5: Consola Única y Servicios Preactivos:** *La consola actúa de acuerdo a las características del ciudadano. Avisa de eventos futuros, reacciona ante ciertas condiciones, promueve el intercambio comercial (Presidencia del Consejo de Ministros, 2005).*

2.2.2 Gobierno Electrónico en SUNAT

Para la SUNAT, el Gobierno Electrónico "Es la continua optimización de sus procesos y servicios, transformando las relaciones internas y externas hacia su integración, con el uso racional y automatizado de la información".

El desarrollo del Gobierno Electrónico en SUNAT busca cubrir los siguientes aspectos:

- *Ciudadanos y negocios en comunicación desde cualquier lugar, en cualquier momento y con cualquier dispositivo.*
- *Gestión más interactiva*
- *Información personalizada, disponible y a distancia*
- *Apoyar e impulsar el desarrollo económico*
- *Proveer servicios electrónicos a ciudadanos y empresas*
- *Acortar la brecha digital*

Principales Servicios Electrónicos

Nuevo Portal SUNAT

La SUNAT correspondiendo a los nuevos avances tecnológicos y considerando las necesidades de los

contribuyentes, operador de comercio exterior y ciudadanos en general, pone a disposición el Nuevo PORTAL DE LA SUNAT.

Sus características son:

- *Portal más ordenado, simple y accesible.*
- *Puerta de entrada virtual a los principales servicios y trámites tributarios y de comercio exterior. Página principal con accesos directos a principales enlaces y aplicativos, de acuerdo a las necesidades de los contribuyentes, usuarios de comercio exterior y ciudadanos en general.*
- *Totalmente innovado y simple.*
- *Información ordenada junto a un diseño visual simple y moderno lo cual lo hace más amigable y productivo.*
- *Permite un acceso inmediato a tus principales trámites tributarios o de comercio exterior.*
- *Utiliza nuevas técnicas que permiten la accesibilidad independientemente de la tecnología del ciudadano o empresa. Asimismo incorpora buenas prácticas en el uso del lenguaje iconográfico y visual.*
- *Mejora del diseño visual y de navegación (diseño de Portal mucho más gráfico).*
- *Rápido acceso a los servicios virtuales, lo cual redundará en ahorros en tiempo para los usuarios del Portal.*
- *La experiencia en él será mucho más productiva reduciendo tus tiempos en trámites o búsqueda de información que necesites.*
- *Mejoramiento Visual y de Navegación.*

Sistema de emisión electrónica

Sistema que permite facilitar a la pequeña empresa y a los trabajadores independientes, la emisión electrónica de sus comprobantes de pago desde el Portal de la SUNAT.

Como beneficios del sistema le permite:

- *Emitir sus Recibos por Honorarios y Notas de Crédito en forma electrónica, es decir vía Internet.*
- *Generar el Libro de Ingresos y Gastos Electrónico.*
- *Emitir Facturas Electrónicas.*

SUNAT Operaciones en Línea - SOL

Es uno de los principales servicios del Portal, es el sistema que permite a los Contribuyentes y Operadores de Comercio Exterior realizar trámites ante la SUNAT en los aspectos relacionados con el cumplimiento tributario como la facilitación de la operatividad aduanera.

Sistema que permite realizar trámites electrónicos seguros como: Modificación de los datos del RUC, Cambio de domicilio fiscal, autorización de comprobantes de pago, servicios relacionados con Essalud, quejas y sugerencias, presentación y pago de sus declaraciones juradas, solicitudes entre otros.

SIGAD – Sistema Integrado de Gestión Aduanera

Servicio del Portal, que es parte de SOL - SUNAT Operaciones en Línea y que permite la facilitación de la operatividad aduanera. Sistema que permite realizar trámites aduaneros como: solicitudes entre otros.

Exporta Fácil

Es un servicio promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario -

MYPE, mediante el cual podrá realizar trámites que le permitirán acceder a mercados internacionales.

Este esfuerzo ha sido posible gracias a la participación interinstitucional de la SUNAT, SERPOST, PROMPERU, Ministerio de Transportes y Comunicaciones – MTC, MI EMPRESA, Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, Ministerio de Relaciones Exteriores – MRE, Agencia Peruana de Cooperación Internacional – APCI, Ministerio de Trabajo y Promoción Social – MTPS, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y Concejo Nacional de Competitividad – CNC.

Para tal fin la SUNAT ha simplificado sus procesos de trámite aduanero, permitiendo la exportación de sus mercancías desde la comodidad de su hogar, oficina o cabina de Internet, de una forma simple, económica y segura (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2012).

Ventanilla Única de Comercio Exterior

La Ventanilla Única se define como un mecanismo de facilitación que permite a las partes involucradas en el comercio y el transporte alojar información estandarizada y documentos en un solo punto de entrada para cumplir con todos los trámites de importación, exportación y tránsito. Si la información es electrónica, la misma deberá ser remitida una sola vez (Ventanilla Única de Comercio Exterior-Perú, 2012).

Constitución de Empresas Electrónico

Hoy en día la tecnología facilita la vida en diversos aspectos, incluyendo al sector empresarial. Con el servicio de Constitución de Empresas en Línea, las

más beneficiadas son las micro y pequeñas empresas, ya que se reduce a 72 horas o 3 días el tiempo que toma completar los trámites para la formalización de una empresa. Este es un esfuerzo del gobierno con el afán de estrechar su relación con los empresarios.

El trámite de Constitución de Empresas en Línea, es posible gracias a la colaboración y compromiso de siete instituciones del Estado: la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI) de la Presidencia del Consejo de Ministros, SUNARP, SUNAT, RENIEC, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministerio de Producción y el Colegio de Notarios de Lima.

Cabe señalar que el servicio de Constitución de Empresas en Línea en 72 horas se hizo acreedora al Premio de Creatividad Empresarial 2008 en el rubro de Informática.

El objetivo de la Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática (ONGEI) de la Presidencia de Consejo de Ministros, es reducir el tiempo de los trámites y brindar nuevas alternativas para mejorar los servicios al ciudadano y apoyar la descentralización.

Proyecto Essalud

El objetivo es mejorar el actual proceso de transferencia de información a Essalud considerando:

- *Integridad de la información*
- *Oportunidad en la entrega de información*
- *Acceso a la información de Essalud*
- *Disponibilidad de información sin necesidad de resolver el tipo de operación de la novedad.*

- *Este proyecto se está trabajando en coordinación con Essalud desde el año 2007. (Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática, 2012).*

2.2.3 La Virtualización

El concepto de virtualización se ha extendido en los últimos años con creciente amplitud en el ámbito de las Tecnologías de la Información. Su primera y más conocida aplicación ha sido en la creación de servidores virtuales sobre una única máquina física, pero con posterioridad se ha aplicado también a las redes, los puestos de usuario y el almacenamiento.

Virtualización es la creación de una versión virtual (en vez de real) de algo, como puede ser una plataforma hardware, sistema operativo, dispositivo de almacenamiento o recursos de red (Temas de Gobierno y Gestión de Tecnologías de la Información, 2012).

Los Beneficios de la Virtualización

El uso de estos sistemas ofrece muchos beneficios a las organizaciones de TI y a los usuarios finales. Entre ellos podemos nombrar:

- **Un uso más eficiente de los recursos:** *Con el fin de garantizar que estén disponibles recursos suficientes para todos los usuarios y las aplicaciones para satisfacer las demandas y acuerdos de nivel de servicio. Las organizaciones de TI tienen provisionamiento de sistemas, el aumento de capital y gastos de funcionamiento. Con la virtualización, la capacidad puede ser utilizada de*

manera más eficaz, reduciendo los costes para adquirir los sistemas.

- **Fallos controlados aislados:** *Un error de aplicación, el sistema operativo cuelgues, o error del usuario en una máquina virtual no afecta a la utilización de otras máquinas virtuales en el mismo sistema.*
- **Aumento de la seguridad:** *El disponer de los usuarios separados y las aplicaciones en diferentes máquinas virtuales, diversos grupos de usuarios, estos pueden utilizar los recursos de un solo sistema de seguridad física, con su información y el tráfico de la red en condiciones de seguridad aislado del resto existente.*
- **Suministro rápido:** *Debido a una máquina virtual de almacenamiento en disco es generalmente representado como archivos o volúmenes lógicos, todo ello de carácter totalmente estándar en funciones de almacenamiento y en técnicas de gestión, como por ejemplo la copia de ficheros, o el volumen de clonación, este puede ser creado de forma rápida y eficiente como nuevas máquinas virtuales, en lugar de existir equipos reales, lo que permite un cero en proceso de instalación.*
- **Movilidad:** *El uso de dispositivos utilizados o que pueden ser utilizados en máquinas virtuales, junto con los datos virtuales en los archivos de copia de seguridad o de volumen de discos virtuales, hace que sea fácil el desplazar o mover las máquinas virtuales de un sistema físico a otro, para funciones*

de mantenimiento y la utilización más eficaz de los recursos (Astros Servicios Informáticos, 2012).

Las Comunidades Virtuales

Una compañía crea una comunidad virtual de consumidores o socios, que comparten información y pagan una cuota para ser miembro. Además, puede ser una herramienta más de marketing que contribuya a aumentar la lealtad del cliente y a recibir la información de retroalimentación de los consumidores. Integran varias de las herramientas y medios apuntados, fundamentalmente las listas de discusión y las páginas web, y están formadas por grupos de individuos con intereses comunes en alguna temática concreta, suele existir un organizador, persona u organización, que se encarga de dotar de contenido a la comunidad (Spar y Bussgang, 1996). Armstrong y Hagel (1996) distinguen cuatro tipos de comunidades virtuales:

- **Comunidades de transacción:** el interés común en este caso es la realización de intercambios, el organizador tiene como función reunir una masa crítica de compradores y de vendedores (www.amazon.com).
- **Comunidades de interés:** los participantes interactúan entre sí en base a un tema o temas determinados. Por ejemplo <http://empresa.rediris.es>, es el tema sobre el que se estructura esta comunidad de usuarios es la Dirección de empresas.
- **Comunidades de fantasía:** en ellas se crean nuevos entornos, personalidades e historias, los usuarios ejercitan su imaginación.

- **Comunidades de relationship:** la comunidad se forma alrededor de ciertas experiencias personales, por ejemplo: drogas, los usuarios comentan sus vivencias con relación al tema en cuestión.

El hecho de que aglutine un buen número de personas interesadas en una temática común hace que la calidad de los mensajes intercambiados mejore respecto a las listas tradicionales. Los conocimientos generados por todos y mantenidos en páginas Web permiten utilizations posteriores. Además suelen incorporar enlaces con otros sitios Web relacionados y pueden soportar anuncios publicitarios de otras organizaciones para su financiación (Del Aguila, 2001).

Estrategias de Virtualización

Una planificación adecuada se convierte entonces en parte esencial de cualquier despliegue de virtualización. Esto es fundamental para entender cómo su infraestructura está configurada tanto física como lógicamente existen unos pasos básicos para comenzar una estrategia de virtualización. Estos son:

- **Realizar un inventario de redes**

Al utilizar una herramienta de descubrimiento de capa no sólo se puede identificar el servidor físico que ha implementado en su entorno sino cómo están todas las partes de la red interconectadas. Este proceso es revelador para muchas organizaciones porque se pueden descubrir partes de hardware desaprovechadas y conexiones entre dispositivos que ni siquiera se sabía que existían.

- **Trasladar servidores poco utilizados a la nube**
 Cuando se estudia la posibilidad de virtualización, lo primero que debe decidirse es ¿qué servidores deben virtualizarse? Un buen método consiste en medir la utilización del procesador, uso de memoria, almacenamiento y uso de la red. Si un servidor está “sobrecargado”, es mejor no virtualizarlo.
- **Revisión de los requisitos para la virtualización**
 La adopción de un modelo virtual afecta toda la IT, así como a las aplicaciones que hacen parte de este entorno virtual. En este caso, se debe preparar un documento de virtualización general, donde se describan las metas, los objetivos, los criterios de éxito, sus limitaciones y sus altos riesgos. Se deben discutir las necesidades futuras y también las metas a largo plazo.
- **Medir el impacto de los proyectos de virtualización**
 Una vez que contamos con los recursos adecuados virtualizados, en un entorno de pre producción, comienza el control de la infraestructura para detectar las desaceleraciones de rendimiento o cualquier otro tipo de problemas. La supervisión del rendimiento debe ser un proceso diferente a los proyectos de virtualización, antes y después de terminados, para asegurar que el trabajo se hizo de manera adecuada.
- **Construya sus estrategias de gestión de infraestructura**
 Una vez que se pasa a la producción, es necesario definir la estrategia de monitoreo de virtualización

apropiada para su organización. Esta es un área clave para minimizar los riesgos y asegurar el éxito total del proyecto (Empresas.it , 2012).

2.2.4 La Virtualización en el Perú

Las empresas de todos los tamaños están con la necesidad de optimizar sus recursos, sacar un mayor provecho tanto de sus especialistas como de la tecnología disponible, ser rápidos en llegar al cliente objetivo y fidelizarlo con una mejor oferta. Hoy, la virtualización permite agilizar los ciclos de negocios, compartir recursos físicos de procesamiento y almacenamiento, con una mejor operatividad y a un menor costo de inversión.

Virtualización en las PYMES

La Virtualización Empresarial es una nueva forma de organización funcional que se describe entorno a la evolución de la tecnología y la globalización que se ve día a día en nuestro país. Su estructura organizativa se apoya en el uso de Internet para ampliar sus transacciones y operaciones en el mercado del ciberespacio y en los mercados reales.

Hoy en día está proliferando y se ha transformado en una nueva organización básica de trabajo asociado de individuos y empresas que se instalan utilizando la tecnología WWW, desde cualquier lugar, sea una oficina, un espacio en su cochera o simplemente en la comodidad del sofá de su casa, el usuario puede tener una empresa completamente funcional.

El modelo de organización virtual crea una transformación en la empresa tradicional y, en

particular, en las Pymes, éstas a su vez no necesitan mayores recursos para poder establecer un récord de ventas ya sean de bienes o servicios.

Las Pymes que ya han adoptado el modelo de empresa virtual con socios y proveedores, declararon que sus organizaciones han adquirido mayor eficiencia y capacidad de respuesta.

Se puede entender entonces que la virtualización micro empresarial conllevaría a poder extender nuestras capacidades productivas más allá de nuestras expectativas (Ramos, 2012).

2.2.5 SUNAT Virtual

Es un conjunto de productos y servicios virtuales que han sido diseñados para que el usuario pueda realizar sus transacciones, consultas y contactos con la SUNAT a través de la Internet, respecto a temas de tributos internos y de aduanas.

Las relaciones entre una Administración Tributaria y los contribuyentes fueron durante mucho tiempo de carácter documental y presencial. Una persona que quería cumplir con sus obligaciones tributarias administradas por SUNAT, debía necesariamente apersonarse a algunas de sus oficinas, presentar formularios en papel y eventualmente trasladar dinero para el pago respectivo.

Con la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a la dinámica empresarial y vida cotidiana, en la actualidad se cuenta con recursos vía Internet para que algunas funciones y servicios de SUNAT, relacionadas a orientación, facilitación de la

declaración y pago de tributos, así como otros trámites, puedan realizarse a distancia, desde la comodidad del domicilio u oficina, a través del portal institucional.

Servicios que ofrece SUNAT Virtual

SUNAT Virtual es el espacio en Internet en el cual, el público en general, los contribuyentes y usuarios del comercio exterior, tienen el acceso a la información de importancia para la facilitación del cumplimiento de obligaciones tributarias y aduaneras. Pero en forma especial, existe la posibilidad de realizar transacciones, y acceder a una serie de servicios virtuales.

Esquema General de Información de SUNAT Virtual

- *Institucional acerca de la SUNAT*
- *Tributaria de interés de los contribuyentes*
- *Aduanera de interés de los usuarios de comercio exterior*
- *Información tributaria de SUNAT Virtual.*

De facilitación de obligaciones tributarias de los contribuyentes:

- *Principales obligaciones y el calendario tributario*
- *Trámites (TUPA 2009)*
- *Normas (fuentes legales y resúmenes)*
- *Actualidad (Novedades, Charlas y Seminarios, Tutores y Demos, Videos)*
- *Declaración y pago por Internet*
- *Datos de apoyo para la determinación de la deuda*

De apoyo a las facultades de la administración tributaria:

- *Notificaciones a contribuyentes vía Web (Publicaciones)*

- *Difusión de identificación de deudores*
- *Segmentación y clasificación de contribuyentes y colaboradores (Padrones y Directorio de Cabinas), otros.*

SUNAT Operaciones en Línea

Es un módulo diseñado en SUNAT Virtual, para que el usuario pueda realizar sus consultas y transacciones con total seguridad y confidencialidad desde la comodidad de su hogar, oficina o cabina pública de Internet, las 24 horas durante los 365 días del año. A través de SUNAT Operaciones en Línea - SOL.

Ventajas de SUNAT Virtual

Los medianos y pequeños contribuyentes pueden presentar sus declaraciones originales, rectificatorias o sustitutorias.

Realizar el pago de sus tributos internos a través de: Débito en Cuenta o Mediante el enlace al Portal de su banco.

Proyecto Sistema Integrado de Recaudación - SIR

Como parte de la estrategia institucional orientada a optimizar e inducir el cumplimiento tributario voluntario, la SUNAT se encuentra permanentemente innovando y mejorando los procesos de recaudación y pago de impuestos, en tal sentido se ha desarrollado:

- *El Pago Fácil en Línea.*
- *El Canal Virtual de Declaración y Pago (carrito de pagos).*
- *El Número de Pago SUNAT (NPS).*

Pago Fácil en Línea

Es el desarrollo informático que permite a la SUNAT obtener la información de la transacción del Pago Fácil

realizado en las ventanillas de los Bancos ubicadas en cualquier lugar del país, en tiempo real. Dicha información podrá ser utilizada oportunamente en los procesos operativos internos de la SUNAT.

Canal virtual de declaración y pago ó “Carrito de pagos SUNAT”

Es el medio habilitado en la página Web de la SUNAT a través del cual los contribuyentes pueden presentar una o más declaraciones pago en una sola transacción, asimismo en este medio se podrá generar un “Número de Pago SUNAT” (NPS).

Para el ingreso se debe seleccionar en la Web de la SUNAT el link: “Declaraciones y Pagos Simplificados”.

Número de Pago SUNAT - NPS

El Número de Pago SUNAT (NPS), es una alternativa al Pago Electrónico, es una suerte de ticket de pago, que el contribuyente puede generar en la Web de la SUNAT (carrito de pagos SUNAT) para su posterior cancelación en cualquier canal de pago que los Bancos que tienen implementado el Pago Fácil en Línea con la SUNAT, habiliten.

El NPS puede contener información de más de una deuda determinada en la página Web de la SUNAT y permite, en una sola transacción posterior, la cancelación de las mismas en forma simultánea; de esta manera se agilizan los pagos a través de la página Web de la SUNAT y se permiten que las transacciones de pago sean simples (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).

Comunidad Mype SUNAT

La Comunidad MYPE es un sitio web creado por la SUNAT para el empresario de la micro y pequeña empresa a fin que éste encuentre en un solo lugar las herramientas y servicios que necesita para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Es un servicio electrónico orientado a micro y pequeñas empresas, que pueden estar en los regímenes RUS, RER y General.

Las herramientas y facilidades que se encuentran en la Comunidad MYPE permitirán que el micro y pequeño empresario:

Disminuya el tiempo utilizado en realizar trámites.

Que utilice el tiempo ahorrado en su negocio.

Tenga la oportunidad de ampliar su mercado fuera del país.

Las facilidades y herramientas que presenta la comunidad MYPE son:

- *Guía de Formalización*
- *Guía MYPE*
- *Comercio Exterior*
- *Tutores, Demos y Videos*
- *Charlas*
- *Folletos y Material Informativo*

Herramientas y servicios virtuales SUNAT

Servicios que ofrece SUNAT:

- *SUNAT Operaciones en Línea*
- *Quejas y Sugerencias en Línea*
- *Medios de Declaración y Pago*
- *Noticieros y Novedades SUNAT*

- *Descarga del PDT*
- *Orientación Tributaria y Aduanera*
- *Gestión Transparente*
- *Calculadora Tributaria*
- *Cronograma del mes*
- *Indicadores*
- *Legislación Tributaria*
- *Tutores y Demos*

Herramientas que ofrece SUNAT:

Factura Electrónica para Mypes desde el portal de SUNAT:

Sistema disponible desde el 19 de julio 2010, que permite a las MYPES facturar en forma electrónica utilizando el aplicativo disponible en SUNAT Operaciones en Línea.

Desde hace varios años la factura electrónica optimiza las prácticas de facturación de las empresas que prestan distintos tipos de servicios.

Tanto las facturas electrónicas como las de papel se ven afectadas por los mismos requisitos legales e impositivos respecto a su contenido.

Estos requisitos respecto a la forma impone determinado tratamiento en aras de garantizar la integridad y la autenticidad.

La factura electrónica se diferencia de la factura en papel por la manera en que se gestiona, valida y envía.

Se gestiona a través de equipos informáticos.

Se valida electrónicamente vía internet.

Se pone a disposición mediante un sistema digital, por el cual el vendedor podrá enviar electrónicamente al

comprador el documento que respalda la venta o la provisión del servicio.

Todo este conjunto de actividades permite garantizar la autenticidad y la integridad del documento electrónico. La factura electrónica no es solo una herramienta de control fiscal que facilita el procesamiento a los fines impositivos, sino que contribuye a un ahorro importante en los costos de las empresas que utilizan este sistema:

Ventajas:

- Reducción de costos de emisión de comprobantes de pago.*
- Integración con las aplicaciones de gestión internas del negocio.*
- Reducción de tiempos de gestión*
- Promueve la formalización de nuevos agentes del mercado y la modernización del comercio interno.*
- Contribuye a la conservación del medio ambiente.*
- Permite realizar un mejor control del IGV.*

Programa de libros electrónicos – PLE:

Sistema que permite que los contribuyentes puedan llevar sus libros y registros contables y tributarios en forma electrónica.

Es el aplicativo desarrollado por la SUNAT que permite efectuar las validaciones necesarias de los Libros y/o Registros elaborados por el contribuyente afiliado al Sistema de Libros Electrónicos, a fin de generar el Resumen respectivo; y obtener la Constancia de Recepción de la SUNAT.

La principal funcionalidad del PLE es la validación de los libros y/o registros (archivos de formato texto) que

el contribuyente obtiene de sus propios sistemas de contabilidad, de acuerdo a las estructuras señaladas en el Anexo N° 2 y con los parámetros señalados en las tablas del Anexo N° 3 de la Resolución de Superintendencia N° 286-2009/SUNAT.

El PLE también tiene otras funcionalidades, como:

- *La generación y envío del Resumen del Libro Electrónico validado.*
- *La verificación, que permite contrastar si la información de los Libros y/o Registros es aquella por la que se generó la Constancia de Recepción respectiva.*
- *La consulta del historial, y los reportes de los libros y registros electrónicos.*

Ventajas:

- *Eliminación de costos: de impresión, de legalización, de espacio físico para almacenamiento.*
- *Optimiza el tiempo de las personas involucradas en el proceso de generación de libros y registros contables.*
- *Contribuye a la conservación del medio ambiente.*
- *Es multiplataforma, se puede ejecutar en Windows, Linux y Mac.*
- *Se conecta automáticamente a SUNAT Virtual.*
- *Las actualizaciones son automáticas.*
- *Procesa un millón de registros en 5 a 10 minutos, dependiendo de la complejidad del libro y la capacidad del equipo de cómputo.*

- *Permite a la SUNAT contar con información en menor tiempo y de mejor calidad*

Pago Electrónico

La Administración Tributaria enmarca sus procesos dentro de los lineamientos de mejora de la competitividad de la economía peruana.

En ese sentido, la SUNAT tiene como uno de sus objetivos fundamentales el de facilitar y simplificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, a través del desarrollo de herramientas informáticas virtuales que con su implementación permitirán que el contribuyente dedique más tiempo a su negocio.

Una de dichas herramientas es pago electrónico (pe), la manera más cómoda y segura de pagar los tributos.

Pago electrónico permite realizar declaraciones y pagos por Internet, las cuales se pueden elaborar con el Programa de Declaración Telemática – PDT o utilizando la Declaración Simplificada.

Asimismo, se puede pagar deudas pendientes, órdenes de pago y resoluciones de multa.

Ventajas

- *Se puede realizar los pagos desde la comodidad de su hogar, oficina o lugar que desee.*
- *Servicio disponible las 24 horas, los 365 días del año.*
- *Permite ahorrar tiempo y dinero.*
- *Se puede consultar los pagos, inmediatamente de realizado.*

Modalidades De Pago

Para efectuar el pago electrónico cuenta con dos modalidades: (con cargo en cuenta en bancos afiliados o vía tarjetas de crédito o débito VISA):

Declaración Simplificada

Las declaraciones y pagos simplificados forman parte de los productos virtuales que la SUNAT está desarrollando para hacer más eficiente el proceso de recaudación de tributos, reducir los costos de transacción y brindar mayores facilidades a los contribuyentes.

Las declaraciones y pagos simplificados son formularios virtuales que con información mínima permiten realizar, a través de la Internet, la declaración y pago de tributos internos. Asimismo, determina los intereses moratorios, en caso la declaración se realice luego de la fecha de vencimiento. Para utilizarlos solo debe tener Clave SOL.

De tratarse de la declaración simplificada de IGV - Renta Mensual, no debe ser sujeto de retenciones o percepciones en el período tributario por el que realiza la declaración.

Ventajas

*La SUNAT busca que los contribuyentes **disfruten de las ventajas de los formularios virtuales**, que ayudan en el cálculo de los impuestos y se pueden presentar durante las 24 horas del día, los 365 días del año, a través de la Internet.*

La declaración simplificada muestra las siguientes ventajas:

- *No requiere descargar el formulario e instalarlo en la PC*
- *No es necesario actualizar la versión del formulario cada vez que requiera presentar una declaración*
- *Reducido tiempo para llenar la declaración*
- *La cantidad de información requerida es la mínima necesaria*
- *Se minimizan los posibles errores en el llenado de la declaración*
- *Determina intereses moratorios, en caso se realice la declaración luego de la fecha de vencimiento (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).*

2.2.6 Las Mypes

En concordancia con el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28015, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (TUO de la Ley MYPE), modificada por el DL N° 1086, una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, que tiene ingresos o ganancias de menor escala.

Las Mypes en el Perú

El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en

tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas.

De un lado, la apertura comercial propugnada en los últimos años, han permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser uno de los pilares de su crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país, considerada también como generadora de empleo.

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, tienen una gran significación porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera.

Características de las Mypes

- **MYPE según ventas**

Según el TUO de la Ley MYPE, se define a las microempresas como aquellas unidades económicas con ventas anuales de hasta 150 UIT, en tanto que las pequeña empresa tienen ventas anuales mayores a 150 UIT, hasta 1700 UIT.

- **MYPE según número de trabajadores**

Otra variable que caracteriza a las MYPE, es el número de trabajadores que emplean para el desarrollo de la actividad empresarial. Según esta variable es microempresa aquella unidad

económica que emplea de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y es pequeña empresa aquella que emplea de uno (1) hasta cien (100) trabajadores.

- ***MYPE según organización Empresarial***

Las empresas para el desarrollo de su actividad empresarial, adoptan una forma de organización, sea como persona natural o persona jurídica, ello depende de la actividad económica a la que se dedicará, al capital, al número de personas que invierten en la empresa, al mercado o público objetivo del nuevo negocio, etc. La autoridad tributaria (SUNAT) recoge esta información y la clasifica por tipo de contribuyente.

Persona Natural

Es la denominación legal que el Código Civil otorga a los individuos capaces de adquirir derechos, deberes y obligaciones. Al constituir una empresa como Persona Natural (con negocio), la persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa, lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que se encuentre a su nombre), las deudas u obligaciones que contrae la empresa.

Ventajas

- *Para la empresa, este tipo de organización representa bajos costos de entrada y salida del mercado, se puede crear y liquidar fácilmente, la constitución de la empresa es sencilla y rápida, no representa mayores trámites, la documentación requerida es mínima.*

- *La propiedad del patrimonio, el control y la administración de la empresa se encuentra centralizada en una persona.*
- *Se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.*
- *Pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos y contar con documentación contable y tributaria simplificada, no exige llevar contabilidad completa.*
- *Si la empresa no obtiene los resultados esperados, no cubre las expectativas del conductor, se puede replantear el giro del negocio sin inconveniente.*

Desventajas

- *Tiene responsabilidad ilimitada, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, garantiza las obligaciones de la empresa ante terceros con sus bienes personales.*
- *Acceso limitado a créditos financieros, por lo cual tiene fondeo de capital limitado a lo que pueda aportar el dueño.*

Persona Jurídica

Tiene existencia legal pero no tiene existencia física y puede estar representada por una o más personas naturales. (Ley N° 21621 Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada y Ley General de Sociedades N°26887).

Ventajas

- *Los dueños de la empresa tienen responsabilidad limitada, se asume la responsabilidad por las*

deudas u obligaciones contraídas por la empresa, con los bienes, capital o patrimonio de la empresa.

- *Existe mayor disponibilidad de capital, el cual puede ser aportado por los socios.*
- *Hay mayor posibilidad de acceder a créditos financieros.*
- *Por tener un proceso más largo la constitución de una empresa jurídica, se asume que el horizonte de la actividad económica será a mediano plazo.*
- *La dirección y control de la empresa depende de un conjunto de personas (directorio, propietarios, accionistas), quienes fijan las políticas de la empresa para operar en determinado contexto económico.*

Desventajas

- *Mayor costo de entrada de la empresa, se requiere más trámites y requisitos, por consiguiente tiene mayor dificultad al momento de constituirla.*
- *Se exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables, lo que implica un control tributario.*
- *La propiedad, el control y la administración puede recaer en varios socios, que en determinadas circunstancias puede dificultar la toma de decisiones.*
- *Presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa.*
- *Presenta mayor dificultad para liquidar o disolver la empresa.*

Clasificación de las Mypes

Micro y Pequeña Empresa

Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Micro Empresa

Unidad económica que comprende de uno (1) hasta (10) trabajadores inclusive, y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña Empresa

Unidad económica que comprende de uno (1) hasta (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2006).

2.2.7 Los Regímenes Tributarios Mypes

Nuevo Régimen Único Simplificado – NRUS

Es un régimen tributario promocional dirigido a: Las personas naturales y sucesiones indivisas domiciliadas en el país, que exclusivamente obtengan rentas por la realización de actividades empresariales. Las personas naturales no profesionales, domiciliadas en el país, que perciban rentas de cuarta categoría únicamente por actividades de oficios.

Régimen Especial de Impuesto a la Renta – RER

Régimen tributario al cual pueden acogerse las personas naturales y jurídicas que generan ingresos considerados como rentas de tercera categoría, derivados de su actividad económica y/o servicios, sujeto a ciertos requisitos.

Régimen General – RG

Es el régimen tributario al que puede acogerse todo tipo de empresa de cualquier volumen o tamaño, pues para estar comprendido, no se establece requisitos ni límites en cuanto a volumen de ingresos y compras anuales, y tampoco señala un mínimo en el monto de activos fijos y número de trabajadores (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).

2.2.8 El Régimen Especial del Impuesto a la Renta - RER

Es el régimen tributario por el cual el contribuyente paga el 1.5% de sus ingresos netos mensuales por concepto de Impuesto a la Renta.

El ingreso neto mensual, es el ingreso obtenido luego de descontar las devoluciones, bonificaciones y descuentos que se puedan haber realizado.

Comprobantes que se pueden emitir

Los comprobantes que se pueden emitir en este régimen son: facturas, boletas de venta, tickets, liquidaciones de compra; además pueden emitir otros documentos complementarios a los comprobantes de pago, tales como las notas de crédito, notas de débito, guías de remisión remitente en los casos que se realice traslado de mercaderías.

Requisitos para acogerse

- *El monto de sus ingresos netos no deben superar los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.*
- *El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad no deben exceder los S/. 525,000 en el transcurso de cada año.*
- *El valor de los activos fijos afectados a la actividad, con excepción de los predios y vehículos no debe superar los S/. 126,000.*
- *La cantidad de personal afectado a la actividad no debe ser mayor a 10 personas.*

Actividades que pueden acogerse al Régimen Especial

Una persona que realiza actividad empresarial, la cual se considera renta de tercera categoría, puede acogerse al RER, si se dedica: al comercio, industria y/o servicio.

Actividades no comprendidas en el Régimen Especial

No pueden incorporarse al RER, entre otros; los contribuyentes que se dediquen a las siguientes actividades:

- *Realicen actividades que sean calificadas como contratos de construcción según las normas del Impuesto General a las Ventas, aun cuando no se encuentren gravadas con el referido Impuesto.*
- *Presten el servicio de transporte de carga de mercancías siempre que sus vehículos tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM (dos toneladas métricas), y/o el servicio de transporte terrestre nacional o internacional de pasajeros.*

- *Organicen cualquier tipo de espectáculo público.*
- *Sean notarios, martilleros, comisionistas y/o rematadores; agentes corredores de productos, de bolsa de valores y/u operadores especiales que realizan actividades en la Bolsa de Productos; agentes de aduana y los intermediarios de seguros.*
- *Sean titulares de negocios de casinos, tragamonedas y/u otros de naturaleza similar.*
- *Sean titulares de agencias de viaje, propaganda y/o publicidad.*
- *Desarrollen actividades de comercialización de combustibles líquidos y otros productos derivados de los hidrocarburos, de acuerdo con el Reglamento para la Comercialización de Combustibles Líquidos y otros productos derivados de los Hidrocarburos.*
- *Realicen venta de inmuebles.*
- *Presten servicios de depósitos aduaneros y terminales de almacenamiento.*

Realicen las siguientes actividades, según la revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU aplicable en el Perú según las normas correspondientes:

- *Actividades de médicos y odontólogos.*
- *Actividades veterinarias.*
- *Actividades jurídicas.*
- *Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría, asesoramiento en materia de impuestos.*
- *Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico.*
- *Actividades de informática y conexas.*

- *Actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión.*

Obligaciones Tributarias

Impuestos que se declara y paga en el RER

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta de 1.5%(Régimen Especial) y el 18% del IGV.

Formas de efectuar la Declaración y Pago

Presentando la declaración mediante:

- *El formulario virtual N° 621- Simplificado IGV - Renta mensual el PDT 621.*
- *Mediante el PDT 621 a través de Internet o en las agencias bancarias autorizadas, utilizando para dicho efecto su clave sol y considerando su vencimiento según su cronograma de obligaciones tributarias aprobadas por SUNAT.*

A partir de junio del 2009, se ha implementado la opción Declaración y Pago IGV – Renta simplificada mensual (ideal para MYPES), la cancelación se realiza mediante cargo a cuenta bancaria o pago mediante tarjeta de crédito o débito. En ambos casos se requiere afiliación al pago de tributos por Internet.

La declaración y pago se puede realizar por internet a través de Sunat virtual, así como en las siguientes entidades bancarias: Banco Continental, Banco de Crédito del Perú, Banco de la Nación, Banco Scotiabank, Banco Interbank.

Libros Contables

Registro de Compras y Registro de Ventas

Libros que se obliga a llevar a los contribuyentes del RER para el control y cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El primero de ellos les permite tener derecho a ejercer el crédito fiscal en el pago del IGV, y en el segundo caso les permite llevar en orden cronológico el monto de sus ingresos afectos tanto al IGV como al impuesto a la Renta.

Planilla Electrónica - PDT Formulario Virtual 601

Medio a través del cual los contribuyentes del RER que tengan la calidad de empleadores, deben informar a la SUNAT los empleados a su cargo y los derechos habientes de cada titular, así como a los prestadores de servicios (que perciben rentas de cuarta categoría). A través de este medio se pagan también las aportaciones al Essalud, las Contribuciones al Sistema nacional de Pensiones, las retenciones del impuesto por rentas de quinta categoría etc.

Utilizarán la planilla electrónica PDT - 601 según corresponda, en el caso de tener trabajadores dependientes (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio es aplicado y correlacional, tomando como base el problema, los objetivos y la hipótesis de estudio.

3.2 Diseño de la investigación

La presente investigación utiliza un diseño no experimental.

3.3 Población y muestra de estudio

La población en estudio está clasificada de la siguiente forma:

Tabla 1. Población de las Mypes de la Región Tacna acogidas al RER

Distrito	Tamaño de la población (*)
Pocollay	96
Ciudad Nueva	164
Alto de la Alianza	362
Gregorio Albarracín Lanchipa	374
Tacna	2263
Total	3259

Fuente: (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2011)

(*) Se han considerado a los distritos que cuentan con mayor cantidad de Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna. Diciembre 2011.

Se utilizó el muestreo de tipo probabilístico y estratificado, tomando cada categoría (distrito) de la población total como un estrato que representa un porcentaje determinado.

Para la elección de los elementos muestrales, se tomaron en consideración dos criterios: el primero que pertenezca a una de las categorías en estudio y el segundo que esté dispuesto a colaborar con la investigación.

La información fue recogida al visitar las instalaciones de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta en los distritos: Pocollay, Ciudad Nueva, Alto de la Alianza, Gregorio Albarracín Lanchipa y Tacna. Esto se llevó a cabo durante el mes de julio de 2012.

Determinación del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Nivel de confianza: 95%
 Máximo de error: 5%
 Población: 3259
 p: 50%
 q: 50%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 3259}{0.05^2 (3259 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 344$$

Entonces, la muestra preliminar o inicial es aproximadamente de 344, ajustamos esta muestra mediante la fórmula:

$$n_0 = \frac{n}{1 + n/N}$$

n = Valor de la muestra inicial.

N = Población total en estudio.

n_o = Muestra ajustada o corregida.

$$n_o = \frac{344}{1 + 344/3259}$$

n_o = 311

La muestra ajustada es de **311**, se denomina así debido que es resultante del factor de corrección finito.

Tabla 2. Muestra de estudio

Categorías	Porcentaje de la población	Tamaño de la muestra
Pocollay	3%	9
Ciudad Nueva	5%	16
Alto de la Alianza	11%	34
Gregorio Albarracín Lanchipa	12%	37
Tacna	69%	215
Total	100%	311

Fuente: Elaboración propia

3.4 Fuentes de información

La fuente principal de información es de naturaleza primaria que se obtuvo mediante una encuesta aplicada a los propietarios, encargados de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta pertenecientes a los distritos: Pocollay, Ciudad Nueva, Alto de la Alianza, Gregorio Albarracín Lanchipa y Tacna.

Como fuente secundaria, se utilizó la base de datos de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta, proporcionada por la oficina de SUNAT de Tacna.

3.5 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento diseñado para la recolección de datos, es el cuestionario estructurado (Anexo 1) que está dividido en dos grupos de preguntas:

El primer grupo, consta de cuatro criterios, cada uno con una determinada cantidad de preguntas cerradas dicotómicas, esto nos ha permitido canalizar la información para evaluar las estrategias de comunicación e información utilizada por la SUNAT.

El segundo grupo, consta también de cinco criterios, cada uno está conformado por una determinada cantidad de preguntas de tipo escala de Likert, esto nos ha permitido obtener información para determinar la Virtualización de las obligaciones tributarias.

La confiabilidad del cuestionario estructurado, está dado por el parámetro Alfa de Crobach. (Anexo 2)

3.6 Procesamiento y análisis de datos

Para el análisis de datos, se utilizó los procedimientos estadísticos de análisis de distribuciones de frecuencias y gráficos de acuerdo a los resultados obtenidos.

Para la comprobación de la hipótesis específica N° 01 se realizó la prueba estadística no paramétrica “proporción binomial” que analiza variables dicotómicas y para las hipótesis específicas N° 02 y N° 03 la prueba estadística no paramétrica “chi cuadrado” que mide la independencia de las variables en estudio. Para esto se utilizó el software estadístico Statgraphics Centurion XVI.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Tabla 3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: Charlas

PREGUNTA	SI	%	NO	%	TOTAL	TOTAL %
1) Asiste con regularidad a las charlas de orientación organizadas por la SUNAT.	98	45%	121	55%	219	100%
2) Los temas de las charlas de orientación son interesantes y van de acuerdo con sus necesidades.	93	42%	126	58%	219	100%
3) Con las explicaciones realizadas en las charlas ha podido despejar sus dudas e inquietudes.	36	16%	183	84%	219	100%
4) El lugar(es) donde Usted asistió a la charla de orientación. ¿Lo considera adecuado?	160	73%	59	27%	219	100%
5) Los horarios de las charlas de orientación son los adecuados.	108	49%	111	51%	219	100%
6) El material distribuido por la SUNAT en las charlas es de fácil comprensión.	177	81%	42	19%	219	100%
7) Realmente le han sido útiles las charlas de orientación realizadas por la SUNAT.	70	32%	149	68%	219	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

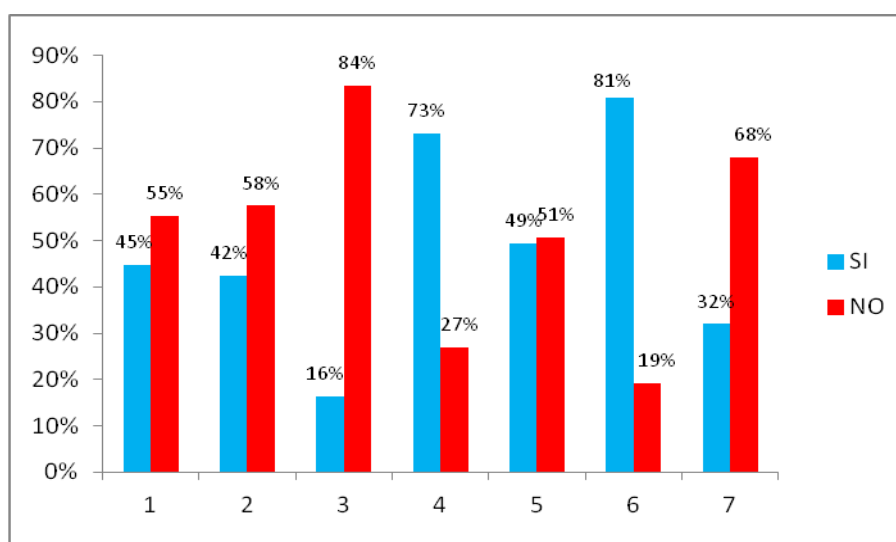


Figura 1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: Charlas

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 219

- El 45% de los encuestados asiste con regularidad a las charlas de orientación organizadas por la SUNAT y el 55% no asiste con regularidad.
- El 42% de los encuestados considera que los temas de las charlas de orientación son interesantes y van de acuerdo con sus necesidades y el 58% considera lo contrario.
- El 16% de los encuestados con las explicaciones de las charlas ha podido despejar sus dudas e inquietudes y el 84% responde lo contrario.
- El 73% de los encuestados considera que el lugar donde se realizan las charlas de orientación es el adecuado y el 27% no lo considera del mismo modo.
- El 49% de los encuestados le parece adecuado el horario en el cual se realizan las charlas de orientación al contribuyente y para el 51% no le parece adecuado.
- El 81% de los encuestados indica que el material distribuido por la SUNAT en las charlas de orientación es de fácil comprensión y el 19% indica lo contrario.
- El 32% de los encuestados manifiestan que realmente le han sido útiles las charlas de orientación realizadas por la SUNAT y el 68% manifiesta lo contrario.

Tabla 4. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Página Web

PREGUNTA	SI	%	NO	%	TOTAL	TOTAL %
1) Es de fácil acceso el ingreso a la Página Web.	234	75%	77	25%	311	100%
2) Revisa con regularidad la Página Web.	87	28%	224	72%	311	100%
3) Utiliza la Página Web para informarse de los cambios en materia tributaria.	136	44%	175	56%	311	100%
4) Es entendible la información disponible en la Página Web.	278	89%	33	11%	311	100%
5) Prefiere ir a las oficinas de SUNAT para recibir asesoría, en lugar de informarse por la Página Web.	134	43%	177	57%	311	100%
6) Cuenta Usted con la clave SOL. (SUNAT operaciones en línea)	235	76%	76	24%	311	100%
7) Utiliza las herramientas y servicios virtuales disponibles en la Página Web de SUNAT.	74	24%	237	76%	311	100%
8) Tiene plena confianza en la utilización de los servicios en línea disponibles en la Página Web.	30	10%	281	90%	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

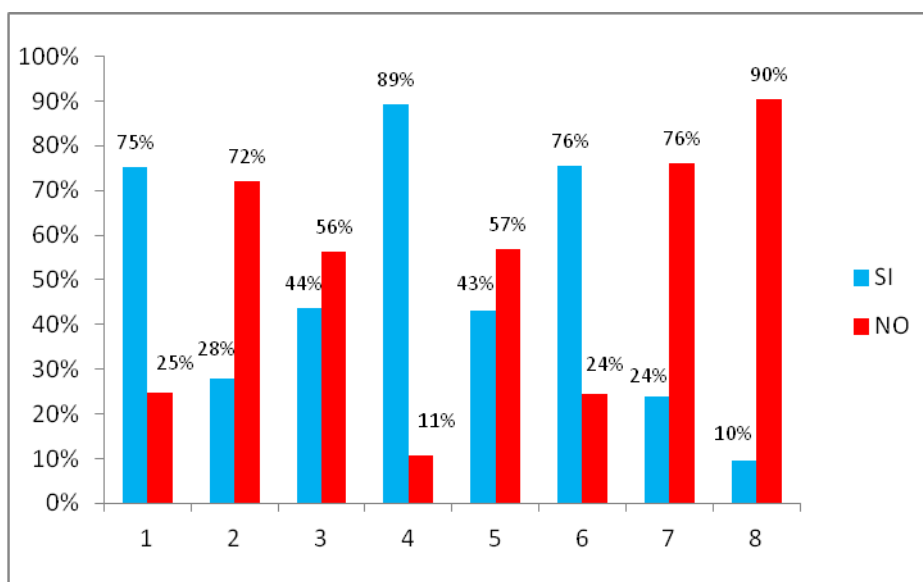


Figura 2. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Página Web

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

- El 75% de los encuestados indica que es de fácil acceso el ingreso a la Página Web de SUNAT y el 25% indica lo contrario.
- El 28% de los encuestados revisa con regularidad la Página Web de SUNAT y el 72% no lo revisa con regularidad.
- El 44% de los encuestados utiliza la Página Web de SUNAT para informarse de los cambios en materia tributaria y el 56% no lo utiliza con estos fines.
- El 89% de los encuestados consideran que es entendible la información disponible en la Página Web de SUNAT y el 11% consideran lo contrario.
- El 43% de los encuestados señalan preferir ir a las oficinas de SUNAT para recibir asesoría, en lugar de informarse por la Página Web de SUNAT y el 57% señalan lo opuesto.
- El 76% de los encuestados indica que cuenta con la clave SOL y el 24% indica lo contrario.
- El 24% de los encuestados manifiestan utilizar las herramientas y servicios virtuales disponibles en la Página Web de SUNAT y el 76% manifiestan lo contrario.
- El 10% de los encuestados señalan tener plena confianza en la utilización de los servicios en línea disponibles en la Página Web de SUNAT y el 90% señalan no tener plena confianza.

Tabla 5. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Redes sociales

PREGUNTA	SI	%	NO	%	TOTAL	TOTAL %
1) Ingresa a la página Web de SUNAT, por intermedio de una Red Social.	47	15%	264	85%	311	100%
2) Utiliza el You tube para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.	82	26%	229	74%	311	100%
3) Utiliza el Facebook para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.	97	31%	214	69%	311	100%
4) Utiliza el Twitter para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.	28	9%	283	91%	311	100%
5) Utiliza estas redes sociales, ¿Por qué las considera más interesantes que otras formas de comunicación?	248	80%	63	20%	311	100%
6) Utilizar estas redes sociales son altamente confiables.	14	5%	297	95%	311	100%
7) Seguirá utilizando las redes sociales, para informarse de los servicios y la normatividad de SUNAT.	10	3%	301	97%	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

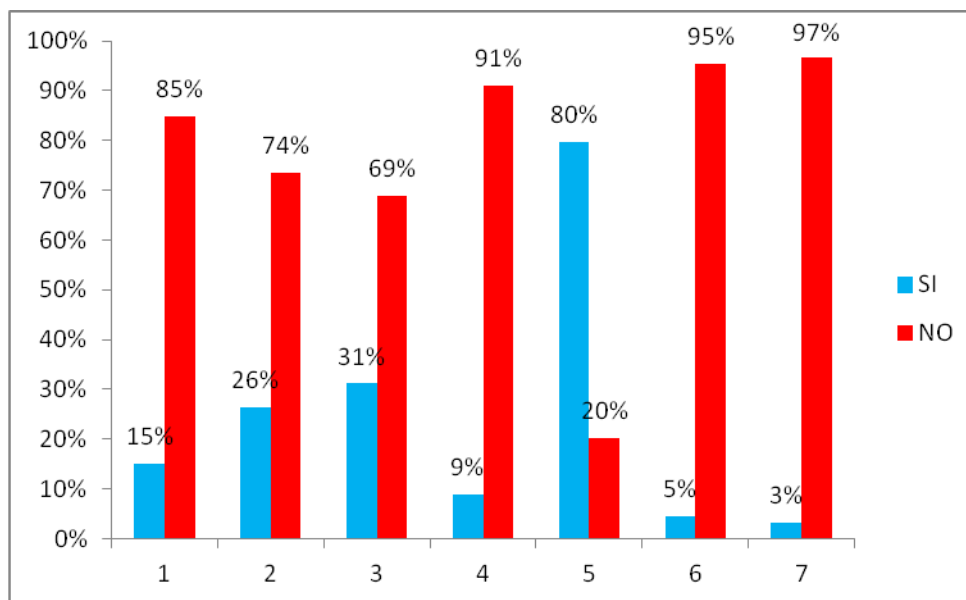


Figura 3. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Redes sociales

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

- El 15% de los encuestados indican ingresar a la Página Web de SUNAT por intermedio de una Red Social y el 85% indican lo contrario.
- El 26% de los encuestados indican que utilizan el You tube para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT y el 74% indican lo contrario.
- El 31% de los encuestados señalan que utilizan el Facebook para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT y el 69% señalan lo opuesto.
- El 9% de los encuestados indican que utilizan el Twitter para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT y el 91% indican lo opuesto.
- El 80% de los encuestados señalan que utilizar las Redes Sociales, porque las consideran más interesantes que otras formas de comunicación y el 20% señalan lo contrario.
- El 5% de los encuestados consideran que las Redes Sociales son altamente confiables y el 95% consideran lo opuesto.
- El 3% de los encuestados manifiestan que seguirán utilizando las Redes Sociales para informarse de los servicios y normatividad de SUNAT y el 97% manifiestan lo contrario.

Tabla 6. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Afiches y trípticos

PREGUNTA	SI	%	NO	%	TOTAL	TOTAL %
1) Usted como contribuyente. ¿Accede con facilidad a los afiches y trípticos de SUNAT?	199	64%	112	36%	311	100%
2) El mensaje utilizado en los afiches y trípticos provoca interés de leerlos en su totalidad.	225	72%	86	28%	311	100%
3) Las imágenes utilizadas en los afiches y trípticos son adecuados para transmitir el mensaje.	179	58%	132	42%	311	100%
4) Los textos utilizados en los afiches y trípticos son claros y entendibles.	229	74%	82	26%	311	100%
5) Los colores utilizados en los afiches y trípticos son llamativos y generan interés en leerlos.	144	46%	167	54%	311	100%
6) La composición de los afiches y trípticos se pueden considerar como equilibrados.	77	25%	234	75%	311	100%
7) El tamaño de los afiches y trípticos son los adecuados.	291	94%	20	6%	311	100%
8) El formato de los afiches y trípticos son propicios para la finalidad para los cuales fueron diseñados.	195	63%	116	37%	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

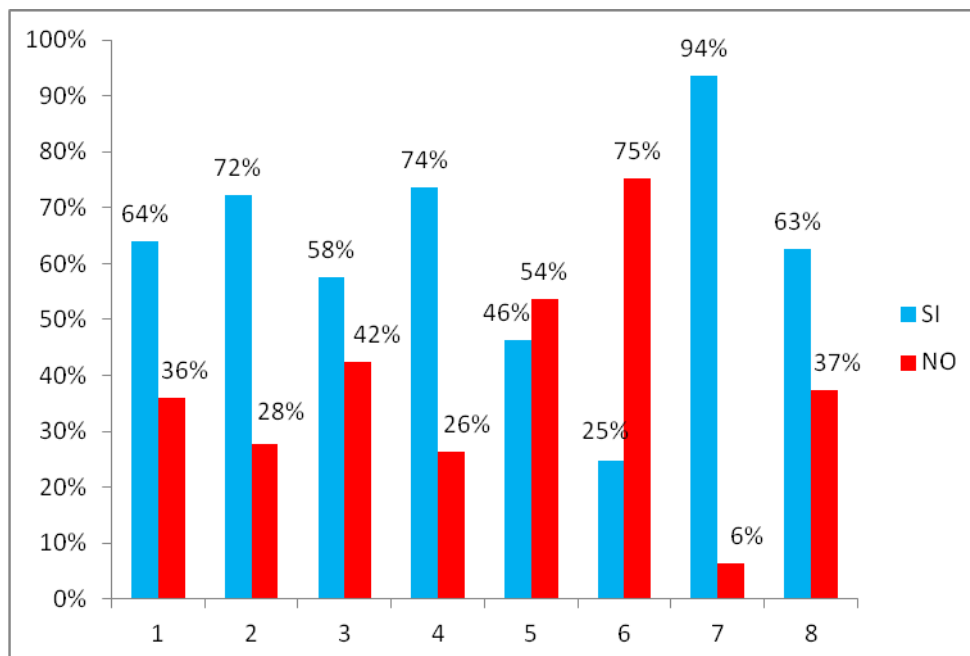


Figura 4. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN: Afiches y trípticos

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

- El 64% de los encuestados indican acceder con facilidad a los afiches y trípticos de SUNAT y el 36% indican lo contrario.
- El 72% de los encuestados consideran que el mensaje utilizado en los afiches y trípticos provoca interés de leerlos y el 28% consideran lo contrario.
- El 58% de los encuestados señalan que las imágenes utilizadas en los afiches y trípticos son los adecuados para transmitir el mensaje y el 42 señalan lo contrario%.
- El 74% de los encuestados consideran que los textos utilizados en los afiches y trípticos son claros y entendibles y el 26% consideran lo contrario.
- El 46% de los encuestados señalan que los colores utilizados en los afiches y trípticos son llamativos y generan interés en leerlos y el 54% señalan lo contrario.
- El 25% de los encuestados considera que la composición de los afiches y trípticos se pueden considerar como equilibrados y el 75% considera lo opuesto.
- El 94% de los encuestados consideran que el tamaño de los afiches y trípticos son los adecuados y el 6% consideran lo contrario.
- El 63% de los encuestados señalan que el formato de los afiches y trípticos son propicios para la finalidad para los cuales fueron diseñados y el 37% señalan lo contrario.

Tabla 7. CULTURA INFORMÁTICA

Categoría	Escala (*)	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	0 - 10	8	3%
Regular	11 - 15	292	94%
Bueno	16 - 20	11	3%
Total	-----	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

(*) Para efectos de la investigación hemos considerado utilizar la escala vigesimal para la calificación, al ser muy utilizada en nuestra realidad.

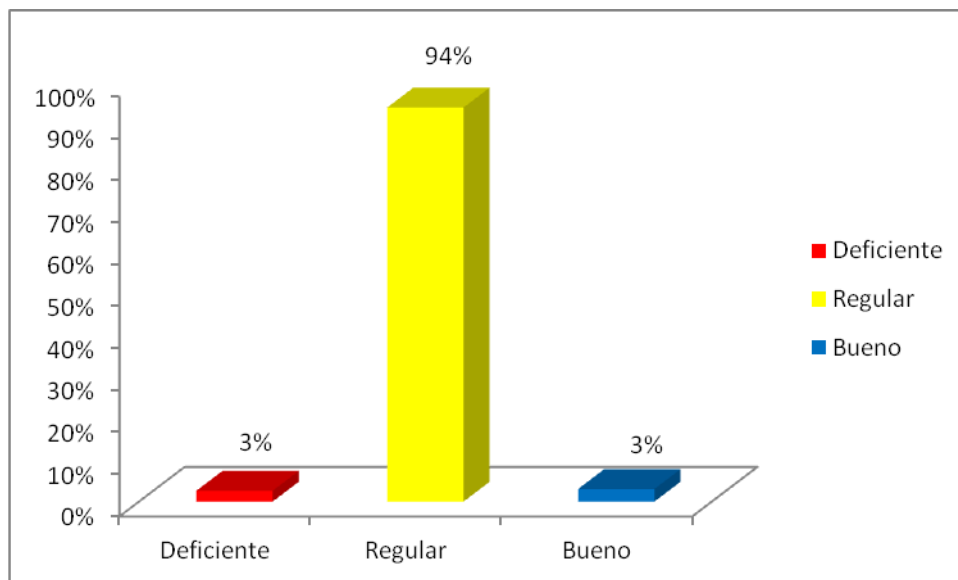


Figura 5. CULTURA INFORMÁTICA

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

Para determinar el nivel de **“Cultura Informática”** de los propietarios o responsables de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna, se tomaron en cuenta los siguientes criterios: confiabilidad del sistema operativo Windows, la capacidad para configurar el computador sin ayuda de terceros, el dominio del procesador de textos “Word” y la hoja electrónica “Excel”, el hábito de revisar el correo electrónico de forma diaria, la ocurrencia de problemas de virus informáticos, la utilización de antivirus disponibles en internet, el hábito de realizar una limpieza

periódica (cada 4 meses) general del computador, la frecuencia de actualizar los programas (software) y la realización o modificaciones de los componentes del computador.

El resultado obtenido es: el 3% de los encuestados tiene un nivel deficiente de cultura informática, el 94% su nivel de cultura informática es regular y el 3% restante se le puede considerar que su nivel de cultura informática es bueno.

Tabla 8. CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS VIRTUALES

Categoría	Escala (*)	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	0 - 10	195	63%
Regular	11 - 15	116	37%
Total	-----	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

(*) Para efectos de la investigación hemos considerado utilizar la escala vigesimal para la calificación, al ser muy utilizada en nuestra realidad.

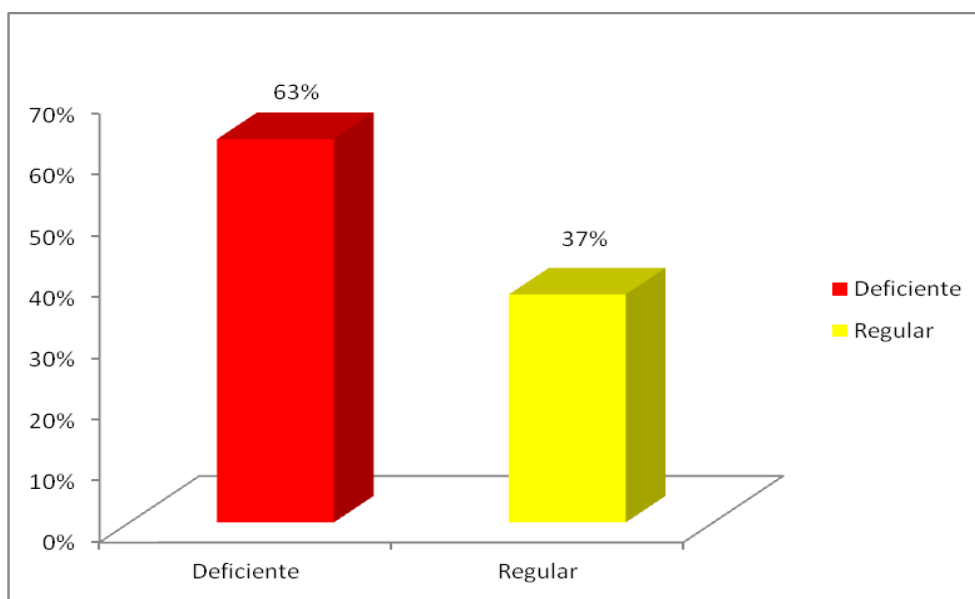


Figura 6. CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS VIRTUALES

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

Para determinar el nivel del “**Conocimiento de las herramientas virtuales**” de los propietarios o responsables de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna, se tomaron en cuenta los siguientes criterios: la utilización de la Comunidad Mype de SUNAT, los inconvenientes para realizar operaciones virtuales en la Comunidad Mype de SUNAT, el conocimiento del funcionamiento de la herramienta virtual declaración simplificada, el conocimiento de la herramienta virtual pago electrónico, el beneficio de utilizar la herramienta virtual pago fácil, el conocimiento de las utilidades del Programa de declaración telemática (PDT) y la simplificación y facilidad de utilizar la herramienta virtual Número de pago de SUNAT.

El resultado obtenido es: el 63% de los encuestados tiene un nivel deficiente respecto al conocimiento de las herramientas virtuales y el 37% su nivel es regular.

Tabla 9. FIABILIDAD DEL SISTEMA

Categoría	Escala (*)	Frecuencia	Porcentaje
Regular	11 - 15	18	24%
Bueno	16 - 20	56	76%
Total	-----	74	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

(*) Para efectos de la investigación hemos considerado utilizar la escala vigesimal para la calificación, al ser muy utilizada en nuestra realidad.

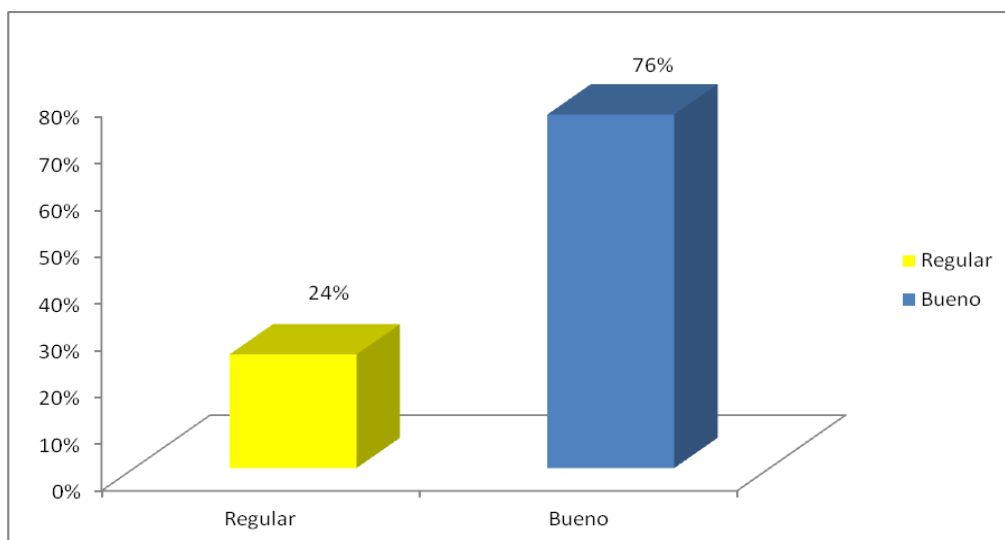


Figura 7. FIABILIDAD DEL SISTEMA

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 74

Para determinar la “**Fiabilidad del Sistema**” los propietarios o responsables de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna dieron su opinión al respecto, para esto se tomaron en cuenta los siguientes criterios: inconvenientes para acceder a SUNAT virtual con la clave SOL, la disponibilidad de la plataforma SUNAT virtual para realizar operaciones en línea, la confidencialidad que otorga la plataforma SUNAT virtual de la información del contribuyente, la seguridad de la plataforma SUNAT virtual acerca de la integridad de la información enviada por este medio, la confiabilidad de que la información enviada mediante la plataforma SUNAT virtual está bien resguardada, la confiabilidad de la plataforma SUNAT virtual para realizar operaciones y si es que la plataforma SUNAT virtual cuenta con un buen servicio de mantenimiento.

El resultado obtenido es: el 24% de los encuestados consideran Regular a la fiabilidad del sistema y el 76% lo considera Bueno.

Tabla 10. ACCESO A INTERNET

Categoría	Escala (*)	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	0 - 10	93	30%
Regular	11 - 15	218	70%
Total	-----	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

(*) Para efectos de la investigación hemos considerado utilizar la escala vigesimal para la calificación, al ser muy utilizada en nuestra realidad.

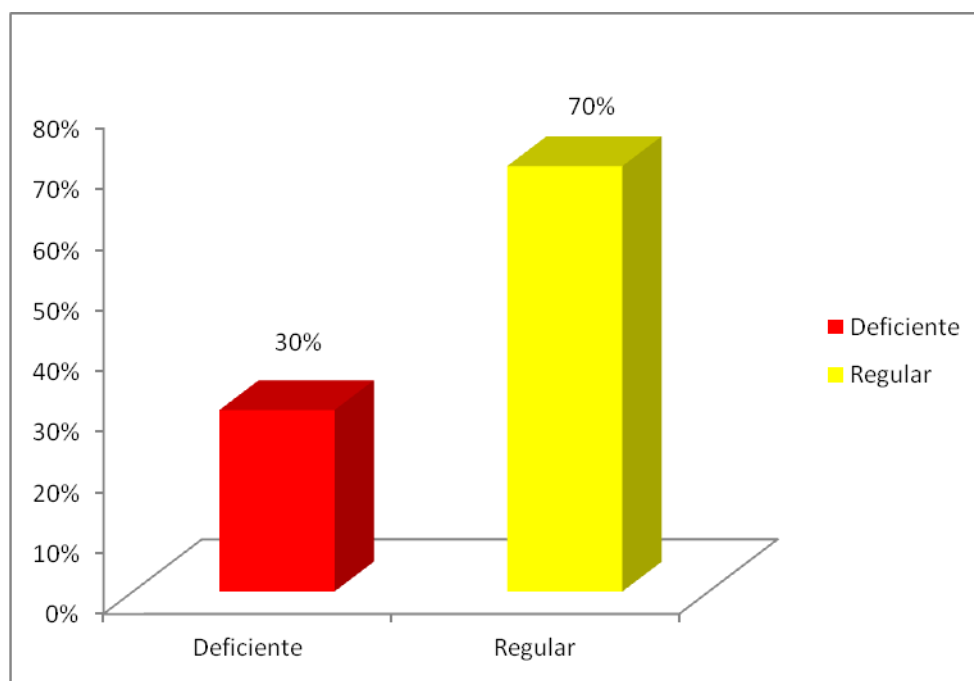


Figura 8. ACCESO A INTERNET

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia. Base: 311

Para determinar la forma de “**Acceso a Internet**” de los propietarios o responsables de las Mypes acogidas al Régimen Especial del Impuesto a la Renta de la Región Tacna, se tomaron en cuenta los siguientes criterios: accede a internet desde la empresa, accede a

internet desde su hogar, accede a internet desde una cabina pública, utilización de las cabinas de internet instaladas en las oficinas de SUNAT, accede a internet desde un teléfono celular, la utilización de internet inalámbrico no es confiable para realizar operaciones en línea y la confiabilidad del servicio de los proveedores del servicio de Internet.

El resultado obtenido es: el 30% de los encuestados tiene un nivel deficiente de acceso a Internet y el 70% su nivel es regular.

Tabla 11. RUBRO DEL NEGOCIO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	113	36%
Servicios	114	37%
Producción	84	27%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

El 36% de los negocios encuestados corresponde a Comercio, el 37% a Servicios y el 27% al rubro de la producción.

Tabla 12. DISTRITO DE UBICACIÓN

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Pocollay	9	3%
Ciudad Nueva	16	5%
Alto de la Alianza	34	11%
Gregorio Albarracín L.	37	12%
Tacna	215	69%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia

El 3% de los negocios encuestados se ubican en el distrito de Pocollay, el 5% en el distrito de Ciudad Nueva, el 11% en el distrito Alto de la Alianza, el 12% en el distrito Gregorio Albarracín L. y el 69% corresponden al distrito de Tacna.

Tabla 13. AÑOS DE OPERACIÓN

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1 año	17	5%
2 años	81	26%
3 años	111	36%
Más de 4 años	102	33%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

El 5% de los negocios encuestados tienen 1 año de operación, el 26% tienen 2 años de operación, el 36% tienen 3 años de operación y el 33% cuenta con más de 4 años de operación.

Tabla 14. NIVEL DE EDUCACIÓN

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	87	28%
Superior-Técnico	142	46%
Universitario	82	26%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

El 28% de los encuestados pertenecen al nivel secundario, el 46% cuentan con estudios de nivel superior-técnico y el 26% cuentan con estudios universitarios.

Tabla 15. EDADES

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 - 26 años	32	10%
27 - 35 años	124	40%
36 - 44 años	105	34%
45 a más	50	16%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

El 10% de los encuestados sus edades se encuentran entre los 18 – 26 años, el 40% se encuentran entre los 27 – 35 años, el 34% se encuentran entre los 36 – 44 años y el 16% tienen más de 45 años.

Tabla 16. SEXO

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	142	46%
Masculino	169	54%
Total	311	100%

Fuente: Encuesta aplicada. Elaboración propia.

El 46% de los encuestados corresponden al sexo femenino y el 54% corresponden al sexo masculino.

CAPÍTULO V

PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.1 Prueba de Hipótesis específica N° 01

Hipótesis específica N° 01

- H_0 Las herramientas y servicios virtuales de SUNAT, **NO** son utilizadas por la mayoría de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.
- H_1 Las herramientas y servicios virtuales de SUNAT, **SI** son utilizadas por la mayoría de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

Prueba de Hipótesis: **Proporción Binomial**

Proporción de muestra = 0.24

Tamaño de muestra = 311

Hipótesis Nula: proporción = 0.5

Alternativa: mayor que

Valor-P = 0.9987

No rechazar la hipótesis nula para alfa = 0.05.

En esta muestra de 311 observaciones, la proporción muestral es igual a 0.24. Puesto que el valor-P para la prueba es mayor o igual que 0.05, no puede rechazarse la hipótesis nula con un 95.0% de nivel de confianza.

Decisión: NO se rechaza la H_0 ($P > 0,05$)

Conclusión:

La mayoría de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta **NO** utilizan las herramientas y servicios virtuales de SUNAT.

5.2 Prueba de Hipótesis específica N° 02

Hipótesis específica N° 02

H₀ La estrategia de comunicación implementada por SUNAT, **NO** aportó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

H₁ La estrategia de comunicación implementada por SUNAT, **SI** aportó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

Tabulación Cruzada - VIRTUALIZACIÓN por Charlas

Variable para Filas: VIRTUALIZACIÓN

Variable para Columnas: Charlas

Número de Observaciones: 219

Número de filas: 2

Número de columnas: 2

Tabla 17. Frecuencias para VIRTUALIZACIÓN por Charlas

	Si	No	Total por Fila
Deficiente	6	10	16
	2.74%	4.57%	7.31%
Regular	93	110	203
	42.47%	50.23%	92.69%
Total por Columna	99	120	219
	45.21%	54.79%	100.00%

Contenido de las celdas:
Frecuencia Observada
Porcentaje de la Tabla

Tabla 18. Pruebas de Independencia

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Gl</i>	<i>Valor-P</i>
Chi-Cuadrada	0.414	1	0.5201

Decisión: NO se rechaza la H_0 ($P > 0,05$)

Conclusión:

La estrategia de comunicación utilizada por SUNAT es **independiente** de la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

5.3 Prueba de Hipótesis específica N° 03

Hipótesis específica N° 03

- H_0 La estrategia de información aplicada por SUNAT, **NO** contribuyó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.
- H_1 La estrategia de información aplicada por SUNAT, **SI**

contribuyó en la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

5.3.1 Tabulación Cruzada - VIRTUALIZACIÓN por Página Web

Variable para Filas: VIRTUALIZACIÓN

Variable para Columnas: Página Web

Número de Observaciones: 311

Número de filas: 2

Número de columnas: 2

Tabla 19. Frecuencias para VIRTUALIZACIÓN por Página Web

	Si	No	Total por Fila
Deficiente	2	20	22
	0.64%	6.43%	7.07%
Regular	90	199	289
	28.94%	63.99%	92.93%
Total por Columna	92	219	311
	29.58%	70.42%	100.00%

Contenido de las celdas:
Frecuencia Observada
Porcentaje de la Tabla

Tabla 20. Pruebas de Independencia

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Gl</i>	<i>Valor-P</i>
Chi-Cuadrada	4.772	1	0.0289

5.3.2 Tabulación Cruzada - VIRTUALIZACIÓN por Redes

Sociales

Variable para Filas: VIRTUALIZACIÓN

Variable para Columnas: Redes Sociales

Número de Observaciones: 311

Número de filas: 2

Número de columnas: 2

Tabla 21. Frecuencias para VIRTUALIZACIÓN por Redes Sociales

	Si	No	Total por Fila
Deficiente	2	20	22
	0.64%	6.43%	7.07%
	2.76	19.24	
Regular	37	252	289
	11.90%	81.03%	92.93%
	36.24	252.76	
Total por Columna	39	272	311
	12.54%	87.46%	100.00%

Contenido de las celdas:
Frecuencia Observada
Porcentaje de la Tabla
Frecuencia Esperada

Tabla 22. Pruebas de Independencia

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Gl</i>	<i>Valor-P</i>
Chi-cuadrada con corrección de Yates	0.030	1	0.8628

5.3.3 Tabulación Cruzada - VIRTUALIZACIÓN por Afiches y trípticos

Variable para Filas: VIRTUALIZACIÓN

Variable para Columnas: Afiches y trípticos

Número de Observaciones: 311

Número de filas: 2

Número de columnas: 2

Tabla 23. Frecuencias para VIRTUALIZACIÓN por Afiches y trípticos

	Si	No	Total por Fila
Deficiente	15	7	22
	4.82%	2.25%	7.07%
Regular	158	131	289
	50.80%	42.12%	92.93%
Total por Columna	173	138	311
	55.63%	44.37%	100.00%

Contenido de las celdas:
 Frecuencia Observada
 Porcentaje de la Tabla

Tabla 24. Pruebas de Independencia

<i>Prueba</i>	<i>Estadístico</i>	<i>Gl</i>	<i>Valor-P</i>
Chi-Cuadrada	1.512	1	0.2189

Tabla 25. Consolidado de las pruebas de hipótesis de estrategias de información

Indicadores	Valor-P	Decisión
Página Web	0.0289	SI rechaza H_0
Redes Sociales	0.8628	NO rechaza H_0
Afiches y trípticos	0.2189	NO rechaza H_0

Decisión: NO se rechaza la H_0

Conclusión:

La estrategia de información aplicada por SUNAT, es **independiente** de la utilización de las herramientas y servicios virtuales de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

5.4 Prueba de Hipótesis general

Una vez realizado las pruebas de hipótesis específicas, y habiendo obtenido los siguientes resultados parciales:

Tabla 26. Pruebas de Hipótesis Específicas

Hipótesis específica	Valor- P	Decisión
Nº 01	P = 0.9987	NO se rechaza la H ₀ (P > 0,05)
Nº 02	P = 0.5271	NO se rechaza la H ₀ (P > 0,05)
Nº 03	P _{pag_web} = 0.0289 P _{redes_sociales} = 0.8628 P _{afiches_trípticos} = 0.2189	SI se rechaza la H ₀ (P < 0,05) NO se rechaza la H ₀ (P > 0,05) NO se rechaza la H ₀ (P > 0,05)

Hipótesis General

Las estrategias aplicadas por la SUNAT, **NO** han contribuido para el incremento de la virtualización de las Obligaciones Tributarias de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta.

Decisión:

Las tres hipótesis específicas, ninguna de ellas se rechazan sus hipótesis nula, por lo que **Aceptamos** la Hipótesis General.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE ACCIÓN

Para el diseño de la propuesta del modelo de las estrategias de acción, previamente realizamos un estudio con la información obtenida con el cuestionario aplicado, para esto utilizamos: el análisis FODA, la Matriz BCG, el Ciclo de vida del producto y el Marketing mix.

6.1 Análisis FODA de la Virtualización de SUNAT

Fortalezas

- Es fácil el acceso a la Página Web de SUNAT.
- La mayoría de contribuyentes del RER consideran como bueno la fiabilidad de la plataforma virtual de SUNAT.

Oportunidades

- La mayoría de los contribuyentes del RER tienen acceso regular a Internet.
- La mayoría de contribuyentes del RER cuentan con la clave SOL.

Debilidades

- Las charlas de orientación realizadas por la SUNAT muestran un bajo porcentaje de utilidad para los contribuyentes.
- La Página Web de SUNAT muestra un bajo índice de revisión con regularidad de parte de los contribuyentes del RER.

- Un bajo índice de los contribuyentes del RER indican utilizar las redes sociales para informarse de la normatividad de SUNAT.
- La utilización de las herramientas y servicios virtuales disponibles en la Página Web de SUNAT muestra un bajo porcentaje de uso.

Amenazas

- Los contribuyentes del RER, prefieren ir a las oficinas de SUNAT para recibir asesoría en lugar de hacerlo por la Página Web de SUNAT.
- El nivel de conocimiento de las herramientas virtuales de los contribuyentes del RER es deficiente en su mayoría.
- La cultura informática de los contribuyentes del RER en un alto porcentaje se encuentra en la categoría deficiente-regular.

6.2 Análisis de la Matriz BCG de los componentes de las estrategias de Comunicación e Información utilizadas por SUNAT

Tabla 27. Estrategias de Comunicación e Información

Estrategias	Número de contribuyentes (%)	Eficiencia de las estrategias (%)
1) Charla	0.48	0.32
2) Página Web	0.49	0.24
3) Redes Sociales	0.24	0.22
4) Información: Afiches y Trípticos	0.62	0.72

Fuente. Encuesta aplicada. Elaboración propia.

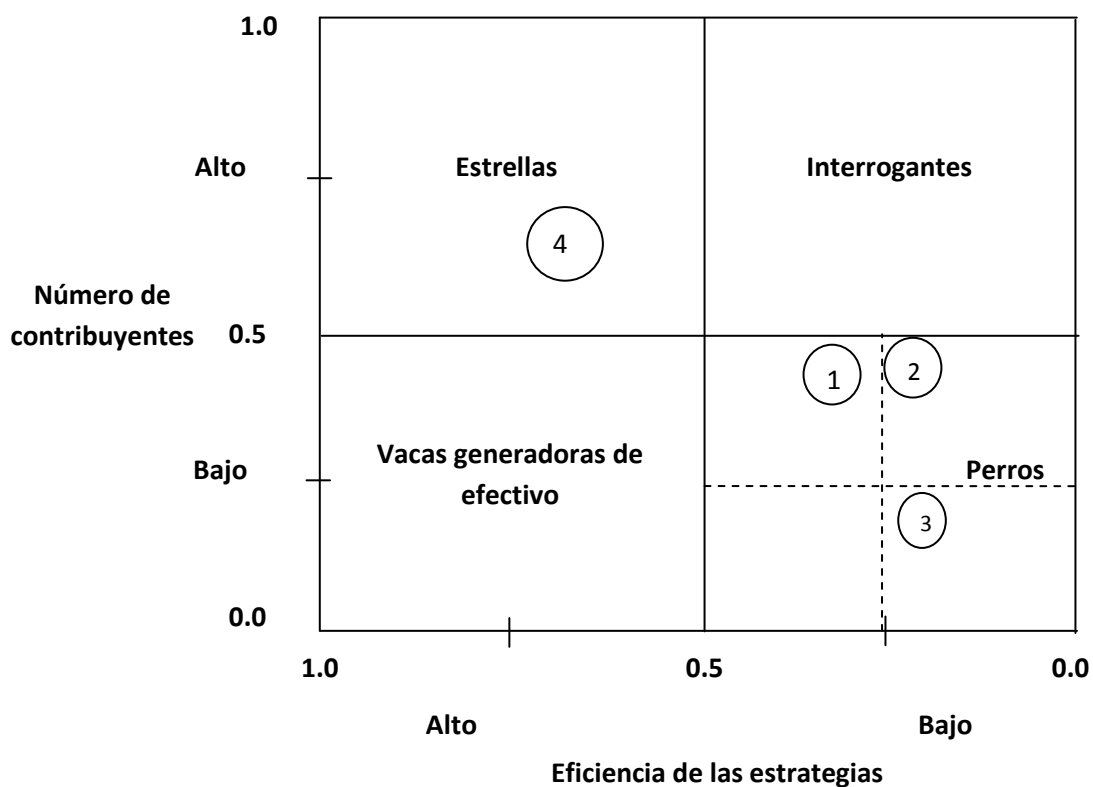


Figura 9. Matriz BCG de las estrategias de Comunicación e Información

Fuente. Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Para el análisis de las estrategias de Comunicación e Información utilizadas por SUNAT, utilizamos la matriz del Boston Consulting Group, el cual nos dio los siguientes resultados:

- 1) Las Charlas se ubican en el cuadrante correspondiente a los productos “**perro**”, el cual es considerado una ubicación crítica; pudiendo la SUNAT tomar la decisión de eliminar este componente, sin embargo al realizar un análisis de este cuadrante podemos decir que las Charlas se ubican en un sub cuadrante correspondiente a las “*estrellas*”, es decir si es que se mejora este componente perteneciente a la estrategia de Comunicación según su actual posición tiene la opción de dejar de ser considerado un producto “perro” y pasar a mejor posición.

- 2) La Página Web se ubica en el cuadrante correspondiente a los productos “**perro**”, el cual es considerado una ubicación crítica; pudiendo la SUNAT tomar la decisión de eliminar este componente, sin embargo al realizar un análisis de este cuadrante podemos decir que la Página Web se ubica en un sub cuadrante correspondiente a las “*interrogantes*”, es decir si es que se mejora este componente perteneciente a la estrategia de Información según su actual posición tiene la opción de dejar de ser considerado un producto “perro” y pasar a mejor posición.

- 3) Las Redes Sociales se ubican en el cuadrante correspondiente a los productos “**perro**”, el cual es considerado una ubicación crítica, al realizar un análisis de este cuadrante podemos decir que las Redes Sociales se ubican en un sub cuadrante correspondiente a los productos “*perro*”, es decir que este componente perteneciente a la estrategia de Información, su posición es sumamente crítica por lo que la SUNAT debe eliminar este componente.

- 4) Los Afiches y Trípticos se ubican en el cuadrante correspondiente a los productos “**estrellas**”, el cual es considerado una posición expectante y favorable, por lo que se debe mantener y reforzar este componente perteneciente a la estrategia de Información.

6.3 Ciclo de vida del producto de los componentes de las estrategias de Comunicación e Información utilizadas por SUNAT

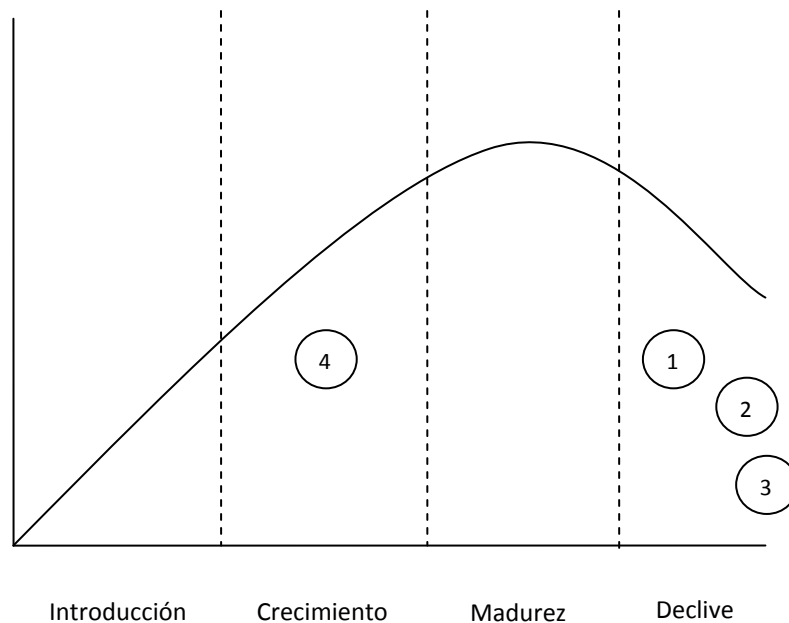


Figura 10. Ciclo de vida del producto de los componentes de las estrategias de Comunicación e Información

Fuente. Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Según el “ciclo de vida del producto”, las Charlas (1), la Página Web (2) y las Redes Sociales (3); se encuentran en la fase de declive (en ese orden); esto quiere decir que estos componentes están en una situación crítica y merecen una revisión más minuciosa de parte de la SUNAT para seguir utilizándolos como parte de las estrategias de Información y Comunicación.

En el caso de los Afiches y Trípticos (4), se encuentra en la etapa de crecimiento, es decir que este componente es el más eficiente y muestra una buena perspectiva de seguir creciendo.

6.4 Marketing Mix

6.4.1 Producto

SUNAT VIRTUAL

Es un conjunto de productos y servicios virtuales que han sido diseñados para que el usuario pueda realizar sus transacciones, consultas y contactos con la SUNAT a través de la Internet, respecto a temas de tributos internos y de aduanas.

Comunidad MYPE

Es un sitio web creado por la SUNAT para el empresario de la micro y pequeña empresa a fin que éste encuentre en un solo lugar las herramientas y servicios que necesita para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.



Figura 11. Comunidad Mype de SUNAT

Fuente: (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010)

Tabla 28. Facilidades que presenta la comunidad MYPE

Guía de Formalización	Tutores, Demos y Videos
Guía MYPE	Charlas
Comercio Exterior	Folletos y Material Informativo

Fuente: (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
Elaboración propia.

Tabla 29. Servicios virtuales

SUNAT Operaciones en Línea	Gestión Transparente
Quejas y Sugerencias en Línea	Calculadora Tributaria
Medios de Declaración y Pago	Cronograma del mes
Noticieros y Novedades SUNAT	Indicadores
Descarga del PDT	Legislación Tributaria
Orientación Tributaria y Aduanera	Tutores y Demos

Fuente: (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
Elaboración propia.

Tabla 30. Herramientas virtuales

Factura electrónica para Mypes desde el portal de SUNAT	Modalidades de pago
Programa de libros electrónicos – ple	Declaración simplificada
Pago electrónico	

Fuente: (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, 2010).
Elaboración propia.

6.4.2 Precio

Para hacer uso de la Comunidad Mype SUNAT, el contribuyente no tiene que realizar ningún pago alguno, del mismo modo la entrega de la clave SOL (SUNAT operaciones en línea) al contribuyente es gratuito; solo debe tramitarla en las oficinas de SUNAT y la entrega es al momento.

6.4.3 Plaza (distribución)

El acceso a la comunidad Mype SUNAT es libre por Internet, y se puede realizar básicamente de dos formas:

- Ingresando por la página web de SUNAT (www.sunat.gob.pe) y luego por el link micro y pequeños empresarios.
- Accediendo directamente por la dirección: <http://mype.sunat.gob.pe>

Para realizar operaciones en la Comunidad Mype SUNAT, se requiere contar con la clave SOL (SUNAT operaciones en línea).

6.4.4 Promoción

La Comunidad Mype SUNAT fue puesta a disposición de los contribuyentes a partir del año 2010, realizándose la difusión por los principales medios de comunicación oral, escrita y por Internet.

a) Charlas

Son organizadas y dictadas por funcionarios de SUNAT, se realizan de acuerdo a la programación mensual y los

temas a tratar son los relacionados a las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

El tiempo de duración es de una hora, la sesión empieza con una exposición del expositor de la charla y la siguiente fase consiste en una rueda de preguntas.

La difusión de las mismas se realiza mediante publicación en la página web de SUNAT por dependencias, afiches en el local de SUNAT, en locales relacionados a la actividad económica de las empresas.

b) Página Web

La Página Web de SUNAT, es un sistema integrado y completo; donde el contribuyente puede tener acceso a la misma desde cualquier cabina de internet, de las mismas cabinas que SUNAT proporciona en sus Centros de Servicios o desde la comodidad de su hogar.

Toda la información, servicios y herramientas que necesita saber el contribuyente se encuentra en la Plataforma Web de SUNAT; sin embargo el contribuyente no accede a ella por falta de conocimiento de la ubicación de la información, desconfianza al realizar sus transacciones en línea generando temor de que no se haya efectuado el trámite y problemas de la línea de internet por la saturación lo cual lo hace más lento.

La SUNAT ha dispuesto mediante Resolución N° 254-2011/SUNAT, que ciertos trámites obligatoriamente se tienen que realizar con la clave SOL, utilizando la plataforma web como son: modificación y/o actualización del nombre comercial, las actividades que realizan, código de profesión u oficio, teléfono fijo, teléfono celular, correo

electrónico, modificación de domicilio fiscal siempre que se encuentre activo y habido, baja de comprobantes de pago, baja de establecimientos anexos, alta de tributos siempre que correspondan al tipo de contribuyente, suspensión y reinicio de actividades con fecha actual, etc.

c) Redes Sociales

Para la difusión de los servicios que brinda SUNAT se realizan por intermedio del You Tube, Facebook y Twitter, en el primer caso cumpliendo una función más informativa y en las otras dos alternativas buscando interactuar con los contribuyentes que navegan en Internet.

d) Afiches y Trípticos

En el caso de los afiches son colocados en las oficinas de SUNAT, en lugares relacionados a las empresas y en el caso de los trípticos son distribuidos en las actividades que realiza la institución; también se encuentran disponibles en las oficinas de atención al público.

La función que cumplen es informar de las obligaciones tributarias, los cambios y modificaciones, con casos prácticos se explican todos estos temas, reforzando la orientación brindada por los colaboradores de SUNAT.

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE ACCIÓN PARA
INCREMENTAR LA VIRTUALIZACIÓN DE LAS OBLIGACIONES
TRIBUTARIAS DE LAS MYPES DE LA REGIÓN TACNA
ACOGIDAS AL RÉGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA
RENTA**

En base a los resultados obtenidos en la investigación, la propuesta se sustenta en las **Estrategias Intensivas** (David, 2003).

		Productos	
		Tradicionales	Nuevos
Mercados	Tradicionales	Penetración en el mercado	Desarrollo de productos
	Nuevos	Desarrollo de mercados	Diversificación

Figura 12. Matriz Producto – Mercado

Fuente: (David, 2003)

a) **Penetración en el mercado**, intenta aumentar la participación de los productos o servicios presentes en los mercados actuales a través de mayores esfuerzos de mercadotecnia. Incluye el aumento en el número de vendedores, el incremento en los gastos de publicidad, el aumento de esfuerzos publicitarios; en la propuesta del presente estudio se está considerado 4 estrategias de este tipo que se señalan a continuación:

- **Estrategia 1**, el 16% de los encuestados manifiestan que las Charlas recibidas le han sido útiles para absolver sus dudas, por lo tanto proponemos implementar esta estrategia, por ser este un medio utilizado con regularidad por la SUNAT.
- **Estrategia 2**, el 24% de los encuestados utilizan las herramientas y servicios virtuales disponibles en la Página Web de SUNAT, siendo así se propone implementar esta

estrategia por intermedio de la invitación directa a los contribuyentes acogidos al RER.

- **Estrategia 3**, el 31% de los encuestados utiliza el Facebook para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT, se propone utilizar esta Red Social como vínculo para acceder a la Página Web de SUNAT.
- **Estrategia 4**, el 64% de los encuestados acceden a los afiches y trípticos en las oficinas del Centro de Servicios al Contribuyente, por lo tanto se propone implementar esta estrategia; ampliando los puntos de distribución.

Además, con la finalidad de incorporar nuevos contribuyentes, se propone que la SUNAT prosiga con la firma de convenios con los gobiernos locales, gremios empresariales, asociaciones de comerciantes, etc.

b) Desarrollo de mercado, implica la introducción de los productos o servicios presentes en nuevas áreas geográficas; la misma que se propone a continuación:

- **Estrategia 5**, nos enfocamos a los estudiantes de Nivel Superior los cuales ya cuentan con Cultura Informática, por lo tanto es más factible la utilización de las herramientas y servicios virtuales de SUNAT de este público objetivo.

c) Desarrollo de producto, es una estrategia que intenta aumentar las ventas por medio del mejoramiento o la modificación de los productos o servicios actuales. El desarrollo de productos implica por lo general grandes gastos en investigación y desarrollo; la misma que se propone a continuación:

- **Estrategia 6**, se propone implementar esta estrategia con la finalidad de ampliar la cobertura de difusión de las herramientas y servicios virtuales de SUNAT.

Tabla 31. Estrategia 1

Penetración de Mercado	
Área: Comunicación	
Tácticas: Charla y Difusión Radial	
Tiempo: Corto plazo	
Tipo de contribuyente: Mypes acogidas al RER de la Región Tacna	
Actividades	Instrumentos
<p>Plan de mejoramiento de las Charlas, esto involucra en hacer una reformulación de la orientación de las charlas y poder segmentarlas de acuerdo a los tipos de contribuyentes según el régimen tributario al que pertenecen. A su vez se debe incidir en todas las charlas en difundir la existencia y funcionalidad de la plataforma virtual de SUNAT y la Comunidad Mype de SUNAT.</p>	<p>Charlas técnicas tributarias, relacionadas a las obligaciones tributarias y las últimas modificaciones tributarias; orientadas a un público con conocimientos de contabilidad.</p> <p>Charlas orientadas a las Mypes, dirigidas especialmente para los contribuyentes de este sector, siendo los temas a tratar: la obtención del RUC, los regímenes tributarios de un negocio (RUS, RER, RG), recibos por honorarios, declaración simplificada por Internet, pago electrónico, trámites que se pueden realizar con clave SOL, utilización de la Plataforma Virtual de SUNAT, entre otros temas de interés.</p> <p>Charlas focalizadas, deben ser dictadas y/o programadas en sus centros de trabajo: mercadillos, ferias, auditorios de las Municipalidades. El tiempo de duración debe ser como máximo de 30 minutos para proseguir con una rueda de preguntas. La difusión deben realizarla los colaboradores de SUNAT que realizan la orientación o trámite relacionado al RUC.</p>
<p>Difusión radial, es un medio para lograr una comunicación eficaz con los contribuyentes y los no contribuyentes de SUNAT.</p>	<p>Programa radial, con una frecuencia de 2 veces por semana, orientado a informar y absolver consultas en temas tributarios y con una duración de 60 minutos.</p>
<p>Generación de valor para el contribuyente: Ampliación de la cultura tributaria, facilidad y ahorro de tiempo para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p>	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Tabla 32. Estrategia 2

Penetración de Mercado	
Área: Información	
Táctica: Página Web	
Tiempo: Mediano plazo	
Tipo de contribuyente: Mypes acogidas al RER de la Región Tacna	
Actividades	Instrumentos
<i>Plan de sensibilización del uso de la Página Web de SUNAT</i> , la finalidad es despertar el interés en los contribuyentes el uso de la plataforma virtual de SUNAT y por consiguiente el uso de la Comunidad Mype.	<i>Invitación directa a los contribuyentes del RER</i> , consistirá en una breve explicación de las funciones y beneficios del uso de la plataforma virtual de SUNAT y de la Comunidad Mype, seguidamente empezarán a explorar la Página Web de SUNAT y utilizarán la plataforma virtual, para esto contarán con el apoyo de facilitadores que absuelvan sus dudas y problemas en la operatividad.
<i>Plan de monitoreo del uso de la Página Web de SUNAT</i> , para verificar la eficacia del plan de sensibilización y monitorear el incremento de la virtualización de las obligaciones tributarias.	<i>Cuadros estadísticos</i> , en coordinación con el área de Sistemas de información se construirá una serie estadística por regiones, que permita comprobar el incremento de la virtualización de las obligaciones tributarias.
Generación de valor para el contribuyente: Facilidad de acceso a la información y herramientas virtuales las 24 horas del día. Ahorro de tiempo en realizar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Tabla 33. Estrategia 3

Penetración de Mercado	
Área: Información	
Táctica: Redes Sociales – Facebook	
Tiempo: Corto plazo	
Tipo de contribuyente: Mypes acogidas al RER de la Región Tacna	
Actividades	Instrumentos
<i>Difusión de los servicios que brinda SUNAT</i> , el rol de esto consiste en invitarlos a utilizar la plataforma virtual y la comunidad Mype.	<i>Link</i> , disponible en la Red Social “Facebook” a través de la sección de Anuncios.
Generación de valor para el grupo objetivo: Accesibilidad, Comodidad para informarse y vincularse con la plataforma virtual de SUNAT.	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Tabla 34. Estrategia 4

Penetración de Mercado	
Área: Información	
Táctica: Afiches, Trípticos, Cartillas, Convenio	
Tiempo: Corto plazo	
Tipo de contribuyente: Mypes acogidas al RER de la Región Tacna	
Actividades	Instrumentos
<i>Ampliación de la cobertura de distribución de afiches, trípticos, cartillas</i> , en la actualidad se distribuyen en las oficinas del Centro de Servicios al contribuyente, por lo que se hace necesario ampliar la cobertura de distribución de estos materiales de difusión.	<i>Nuevos puntos de distribución</i> , además de entregar estos materiales en las oficinas del Centro de Servicios al contribuyente, deben estar a disposición del público en las entidades financieras, en las oficinas de atención al usuario de los Gobiernos Locales, en las oficinas de Registros Públicos. <i>Distribución selectiva</i> , se realiza en forma directa en los locales comerciales, ferias, galerías comerciales, centros de producción de los contribuyentes pertenecientes al RER.

<p>Convenio con Gobiernos Locales, el acuerdo entre ambas partes con la cual se beneficien ambas Instituciones y sus contribuciones sean en beneficio del incremento de la virtualización.</p>	<p>Firma de Convenios con Gobiernos Locales Provinciales y Distritales, para facilitar el registro de nuevos contribuyentes y estos puedan recibir información efectiva de las obligaciones tributarias que deben de cumplir, los funcionarios de SUNAT realizarán esta actividad in situ en las instalaciones de los Gobiernos Locales Provinciales y Distritales con los que firme convenio.</p>
<p>Generación de valor para el contribuyente: Información de los servicios virtuales de SUNAT, material de consulta, invitación al contribuyente para informarse.</p>	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Tabla 35. Estrategia 5

Desarrollo de Mercado	
Área: Comunicación	
Táctica: Charlas, Seminarios	
Tiempo: Largo plazo	
Grupo objetivo: Estudiantes de nivel superior	
Actividades	Instrumentos
<p>Plan de enfoque a potenciales contribuyentes, para incrementar el uso de las herramientas virtuales de SUNAT, es necesario que los potenciales contribuyentes; es decir los estudiantes de nivel superior conozcan las herramientas y servicios virtuales que ofrece SUNAT.</p>	<p>Charlas y Seminarios, los cuales deben ser organizados en forma conjunta con los Centros de Estudios de Nivel Superior.</p>
<p>Generación de valor para el grupo objetivo: Creación de cultura tributaria, Conocimiento de los servicios y herramientas virtuales de SUNAT.</p>	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

Tabla 36. Estrategia 6

Desarrollo de Producto	
Área: Información	
Táctica: Publicidad televisiva	
Tiempo: Corto plazo	
Tipo de contribuyente: Mypes acogidas al RER de la Región Tacna	
Actividades	Instrumentos
<i>Plan de información televisiva</i> , para incrementar el uso de las herramientas virtuales de SUNAT, se hace necesario que los contribuyentes se informen de la existencia de estos servicios que ofrece SUNAT a sus contribuyentes a través de la publicidad televisiva.	<i>Programas de mayor sintonía</i> , durante la pausa comercial de los programas, a partir de las 19 horas hasta las 23 horas en canales de señal abierta de alcance nacional.
Generación de valor para el grupo objetivo: Accesibilidad y Comodidad para informarse.	

Fuente: Resultados de la investigación. Elaboración propia.

CONCLUSIONES

- El 24% de las Mypes encuestadas de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta, utilizan las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT, esto se explica al evaluar la Cultura informática que el 94% se encuentra en el nivel Regular, el 63% indica tener un nivel Deficiente acerca del conocimiento de las herramientas virtuales que ofrece SUNAT y el 70% su acceso a Internet se ubica en el nivel Regular; todos estos aspectos condicionan el bajo nivel del uso de las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT.
- El aporte de la estrategia de Comunicación utilizada por SUNAT por intermedio de las Charlas es del 32%, y si utilizamos la metodología de la matriz BCG podemos decir que es un producto Perro; pero a su vez al realizar un análisis solo en referido cuadrante es un producto Perro en la posición de Estrella.
- La contribución de la estrategia de Información utilizada por SUNAT, a través de la Página Web es del 24%, según la matriz BCG se ubica en la posición de producto Perro y al realizar un análisis en el mencionado cuadrante se ubica en la posición Perro-Interrogante; en el caso de las Redes Sociales la contribución es del 22% es decir es un producto Perro-Perro y para el caso de los Afiches y Trípticos la contribución es del 72% por lo que se ubica en la posición de Estrella.
- Las estrategias de Información y Comunicación implementadas por SUNAT, **NO** han contribuido para el incremento de la virtualización de las Obligaciones Tributarias de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta, por lo tanto se comprueba la hipótesis general.

RECOMENDACIONES

- Para incrementar el índice de uso de las las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT de parte de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta, los responsables de la toma de decisiones de la SUNAT, deben modificar sus estrategias, orientándose esta plataforma a contribuyentes que cuentan con un nivel adecuado de Cultura informática y estudiantes de nivel superior.
- Se debe reforzar la estrategia de Comunicación utilizada por SUNAT a través de la estrategia de penetración de mercado por intermedio de las Charlas y la Difusión radial, enfocándolas a contribuyentes de las Mypes de la Región Tacna acogidas al Régimen Especial del impuesto a la Renta que les permita mejorar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- Respecto a la estrategia de Información, si bien la Página Web no es revisada con regularidad, sin embargo se convierte en el acceso obligatorio a las Herramientas y Servicios Virtuales de SUNAT, por lo tanto se recomienda difundir su funcionalidad; en el caso de las Redes Sociales estas son usadas con otros fines por lo que se recomienda crear un enlace en la Red Social Facebook hacia la Página Web de SUNAT; y en el caso de los Afiches, Trípticos y Cartillas se deben reforzar su distribución para que llegue a la mayor cantidad de contribuyentes.

REFERENCIAS

1. Alegsa. (2010). *Definición de Informática*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/herramienta.php>
2. Astros Servicios Informáticos. (15 de 05 de 2012). Recuperado el 15 de 05 de 2012, de http://www.astrocorp.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=85
3. David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Editorial Pearson Prentice Hall.
4. Del Aguila, A. R. (2001). *Comercio Electrónico y estrategia empresarial* (Segunda ed.). México: Alfaomega.
5. Empresas.it . (21 de 05 de 2012). *Diario de Tecnología Empresarial*. Recuperado el 21 de 05 de 2012, de <http://empresas.it/2012/03/cinco-pasos-para-comenzar-una-estrategia-de-virtualizacion/>
6. Eumed.net. (20 de Junio de 2010). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado el 28 de Abril de 2012, de <http://www.eumed.net/rev/cccss/11/lhcc.htm>
7. La web del Programador. (2010). *Glosario de Términos*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2011, de <http://www.lawebdelprogramador.com/diccionario/mostrar.php?letra=F>
8. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2010). *Legislación*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
9. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (20 de Octubre de 2011). *Glosario de Términos*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2011, de www.ongei.gob.pe/quienes/conceptos/conceptos_eGov.ppt
10. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (16 de 04 de 2012). *Perú Gobierno Electrónico*. Recuperado el 16 de 04 de 2012, de http://www.ongei.gob.pe/otros/ONGEI_OTROS.asp
11. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (20 de 04 de 2012). *Perú Gobierno Electrónico*. Recuperado el 20 de 04 de 2012
12. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (20 de 05 de 2012). *Perú Gobierno Electrónico*. Recuperado el 21 de 05 de 2012, de <http://www.ongei.gob.pe/quienes/conceptos/33.htm>

13. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (25 de 04 de 2012). *Perú Gobierno Electrónico*. Recuperado el 25 de 04 de 2012, de http://www.ongei.gob.pe/noticias/ongei_noticias_detalle.asp?pk_id_entidad=1878&pk_id_noticia=130
14. Oficina Nacional de Gobierno Electrónico e Informática. (22 de 05 de 2012). *Perú Gobierno Electrónico*. Recuperado el 22 de 05 de 2012, de http://www.ongei.gob.pe/eventos/Programas_docu/77/Programa_716.pdf
15. Presidencia del Consejo de Ministros. (24 de 11 de 2005). *Comex Perú*. Recuperado el 25 de 04 de 2012
16. Ramos, I. L. (6 de Agosto de 2012). *La Región*. Recuperado el 15 de Agosto de 2012, de <http://diariolaregion.com/web/2012/08/06/las-micro-y-pequenas-empresas-emergentes-en-el-peru-camino-a-su-virtualizacion/>
17. Sociedad de la Información de Navarra. (2011). *Glosario*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de http://www.cfnavarra.es/Observatorios/glosario_g.htm
18. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2010). *Comunidad Mype*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012, de http://mype.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=33&Itemid=40
19. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (15 de Diciembre de 2010). *Comunidad Mype*. Recuperado el 25 de Junio de 2012, de <http://mype.sunat.gob.pe/>
20. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2010). *Comunidad Mype*. Recuperado el 20 de Mayo de 2012, de <http://mype.sunat.gob.pe/>
21. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (12 de Junio de 2010). *Orientación al contribuyente*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2012, de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=107&Itemid
22. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (08 de Junio de 2010). *Orientación Tributaria*. Recuperado el 06 de Junio de 2012, de http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=229:01-ique-es-sunat-virtual&catid=51:sunat-virtual&Itemid=79
23. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2011). *Intendencia Nacional de Servicios al Contribuyente*. Reunión de Gestión-October 2011, Lima, Lima.

24. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (21 de Noviembre de 2011). Reporte Estadístico. Tacna, Perú.
25. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2012). *Gobierno Electrónico en SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/gobiernoelectronico/index.html>
26. Taller de Informática. (2010). *Tecnología de Información Básica*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2011, de <http://tallerinformaticadedia.wordpress.com/>
27. Tecnología Pyme. (8 de Enero de 2009). *¿Qué es la Virtualización?* Recuperado el 24 de Noviembre de 2011, de <http://www.tecnologiapyme.com/software/que-es-la-virtualizacion>
28. Teletrabajo. (2008). Recuperado el 25 de Noviembre de 2011, de <http://www.informe-teletrabajo.com.ar/>
29. Temas de Gobierno y Gestión de Tecnologías de la Información. (20 de 05 de 2012). Recuperado el 20 de 05 de 2012, de www.tgti.es
30. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (20 de Mayo de 2006). *Biblioteca Virtual Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Recuperado el 26 de 06 de 2012, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipu_kamayoc/2006/primer/a13.pdf
31. Ventanilla Única de Comercio Exterior-Perú. (22 de 05 de 2012). *Ventanilla Única de Comercio Exterior-Perú*. Recuperado el 22 de 05 de 2012, de <https://www.vuce.gob.pe/resena.html>

ANEXOS

ANEXO 1

CUESTIONARIO

Buen día Sr.(a), le agradeceremos responder a las preguntas formuladas en el presente cuestionario. Muchas gracias por su tiempo.

1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1.1 Asistió a alguna charla(s) de orientación tributaria que organizó la SUNAT en el año 2011.

a) Si () b) No ()

Si la respuesta es SI, prosiga con la pregunta 1.2, en caso contrario pase a la pregunta 2.

1.2 Piense Usted en las charlas que asistió y fueron organizadas por la SUNAT. ¿Qué tan bien cada una de las siguientes frases describen esta actividad? En el espacio existente al lado de cada concepto (palabra o frase), marque con una **X**, según considere por conveniente.

SI = Si su respuesta es afirmativa.

NO = Si su respuesta es negativa.

? = Si Usted no pudiera decidirse.

PREGUNTAS	Si	No
1. Asiste con regularidad a las charlas de orientación organizadas por la SUNAT.		
2. Los temas de las charlas de orientación son interesantes y van de acuerdo con sus necesidades.		
3. Con las explicaciones realizadas en las charlas ha podido despejar sus dudas e inquietudes.		
4. El lugar(es) donde Usted asistió a la charla de orientación. ¿Lo considera adecuado?		
5. Los horarios de las charlas de orientación son los adecuados.		
6. El material distribuido por la SUNAT en las charlas es de fácil comprensión.		
7. Realmente le han sido útiles las charlas de orientación realizadas por la SUNAT.		

2. ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN

2.1 Piense Usted en los siguientes medios informativos de SUNAT: **Página Web, Redes Sociales** (You Tube, Facebook), **afiches y trípticos**. ¿Qué tan bien cada una de las siguientes frases describen cada uno de estos elementos? En el espacio existente al lado de cada concepto (palabra o frase), marque con una **X**, según considere por conveniente.

SI = Si su respuesta es afirmativa.

NO = Si su respuesta es negativa.

? = Si Usted no pudiera decidirse.

PREGUNTAS		Si	No
<i>Página Web de SUNAT</i>			
1. Es de fácil acceso el ingreso a la Página Web.			
2. Revisa con regularidad la Página Web.			
3. Utiliza la Página Web para informarse de los cambios en materia tributaria.			
4. Es entendible la información disponible en la Página Web.			
5. Prefiere ir a las oficinas de SUNAT para recibir asesoría, en lugar de informarse por la Página Web.			
6. Cuenta Usted con la clave SOL. (SUNAT operaciones en línea)			
7. Utiliza las herramientas y servicios virtuales disponibles en la Página Web de SUNAT.			
8. Tiene plena confianza en la utilización de los servicios en línea disponibles en la Página Web.			
<i>Redes Sociales (You tube, Facebook, Twitter)</i>		Si	No
1. Ingresa a la página Web de SUNAT, por intermedio de una Red Social.			
2. Utiliza el You tube para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.			
3. Utiliza el Facebook para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.			
4. Utiliza el Twitter para informarse acerca de los servicios y normatividad que brinda SUNAT.			
5. Utiliza estas redes sociales, ¿Por qué las considera más interesantes que otras formas de comunicación?			
6. Utilizar estas redes sociales son altamente confiables.			
7. Seguirá utilizando las redes sociales, para informarse de los servicios y la normatividad de SUNAT.			
<i>Afiches y trípticos</i>		Si	No
1. Usted como contribuyente. ¿Accede con facilidad a los afiches y			

trípticos de SUNAT?		
2. El mensaje utilizado en los afiches y trípticos provoca interés de leerlos en su totalidad.		
3. Las imágenes utilizadas en los afiches y trípticos son adecuados para transmitir el mensaje.		
4. Los textos utilizados en los afiches y trípticos son claros y entendibles.		
5. Los colores utilizados en los afiches y trípticos son llamativos y generan interés en leerlos.		
6. La composición de los afiches y trípticos se pueden considerar como equilibrados.		
7. El tamaño de los afiches y trípticos son los adecuados.		
8. El formato de los afiches y trípticos son propicios para la finalidad para los cuales fueron diseñados.		

3. CULTURA INFORMÁTICA

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1. Muy en desacuerdo | Nunca |
| 2. Desacuerdo | A veces |
| 3. Indiferente | Indiferente |
| 4. De acuerdo | Casi siempre |
| 5. Muy de acuerdo | Siempre |

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. Le parece confiable el sistema operativo Windows.					
2. Realizo la configuración de mi PC sin ayuda de terceros.					
3. Domina con facilidad el procesador de textos "Word", ó algún otro.					
4. Domina con facilidad la hoja electrónica "Excel", ó alguna otra.					
5. Revisa su correo electrónico todos los días.					
6. Ha tenido problemas de virus en su computadora.					
7. Prefiere utilizar antivirus disponibles en internet.					
8. Cada 4 meses debo realizar una limpieza general de la computadora.					
9. Actualiza con frecuencia los programas (software) de su computadora.					
10. Realiza cambios o modificaciones de los componentes de su computadora.					

4. CONOCIMIENTO DE LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1. Muy en desacuerdo | Nunca |
| 2. Desacuerdo | A veces |
| 3. Indiferente | Indiferente |
| 4. De acuerdo | Casi siempre |
| 5. Muy de acuerdo | Siempre |

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. Utiliza todos los meses la Comunidad Mype de SUNAT.					
2. Tiene inconvenientes para realizar operaciones virtuales en la Comunidad Mype de SUNAT.					
3. Conozco el funcionamiento de la herramienta virtual declaración simplificada.					
4. Conozco la utilidad de la herramienta virtual pago electrónico.					
5. Utilizar la herramienta virtual pago fácil, me genera un ahorro de tiempo.					
6. Tengo conocimiento de las utilidades del Programa de declaración Telemática (PDT).					
7. Utilizar la herramienta virtual Número de pago SUNAT, me simplifica y facilita el pago de tributos en los bancos Scotiabank e Interbank.					

5. FIABILIDAD DEL SISTEMA

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1. Muy en desacuerdo | Nunca |
| 2. Desacuerdo | A veces |
| 3. Indiferente | Indiferente |
| 4. De acuerdo | Casi siempre |
| 5. Muy de acuerdo | Siempre |

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. Al ingresar a SUNAT Virtual con su clave SOL, lo realiza sin inconvenientes.					
2. La plataforma SUNAT Virtual siempre está disponible para realizar operaciones en línea.					
3. Considero que las operaciones realizadas en la plataforma SUNAT Virtual, ofrecen confidencialidad de la información del contribuyente.					
4. Tengo la seguridad de que la plataforma SUNAT Virtual, otorga Integridad de la información enviada por este medio.					
5. La información enviada por la plataforma SUNAT Virtual, está bien resguarda por la institución.					
6. La plataforma SUNAT Virtual, es altamente confiable para realizar operaciones en línea.					
7. La plataforma SUNAT Virtual, cuenta con un buen servicio de mantenimiento, por lo que al realizar las operaciones el sistema no se ha bloqueado.					

6. ACCESO A INTERNET

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1. Muy en desacuerdo | Nunca |
| 2. Desacuerdo | A veces |
| 3. Indiferente | Indiferente |
| 4. De acuerdo | Casi siempre |
| 5. Muy de acuerdo | Siempre |

PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. Tengo acceso a internet desde las instalaciones de mi empresa.					
2. Tengo acceso a internet desde mi hogar.					
3. Al no disponer de acceso a internet desde la empresa y el hogar, lo hago desde una cabina pública.					
4. Utilizo las cabinas de internet ubicadas en las instalaciones de la SUNAT.					
5. Puedo acceder a internet desde mi teléfono celular.					
6. Al utilizar internet inalámbrico en algunas oportunidades he tenido dificultad para realizar operaciones en línea, lo que me desanimó a volver a intentar en otra oportunidad.					
7. El servicio de Internet que ofrece Movistar es más confiable y económico.					
8. El servicio de Internet que ofrece Claro, es seguro y me otorga más beneficios.					

7. DATOS COMPLEMENTARIOS

1. ¿Cuál es el rubro o giro del negocio				
1. Comercio	2. Servicios	3. Producción	4.	
2. Distrito				
1. Tacna	2. Alto de la Alianza	3. Ciudad Nueva	4. Pocollay	5. Gregorio Albarracín
3. ¿Cuánto tiempo viene operando su empresa?				
1. 1 año	2. 2 años	3. 3 años	4. Más de 4 años	
4. ¿Cuál es su grado de instrucción?				
6. Primaria	7. Secundaria	8. Superior Técnico	9. Universitario	
5. Edad				
1. 18 – 26 años	2. 27 – 35 años	3. 36 – 44 años	4. 45 a más	
6. Sexo				
1. Masculino		2. Femenino		-----

ANEXO 2

ALFA DE CRONBACH

Es un parámetro que sirve para medir la confiabilidad de una escala de medida.

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

donde:

S_i^2 es la varianza del ítem i ,

S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y

K es el número de preguntas o ítems.

El alfa de Cronbach no es un estadístico al uso, por lo que no viene acompañado de ningún p-valor que permita rechazar la hipótesis de fiabilidad en la escala. No obstante, cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala.

Bloque de preguntas	Valores
Cultura informática	0,8196
Fiabilidad del sistema	0,9431
Conocimiento de las herramientas virtuales	0,8005
Acceso a internet	0,8080

Los valores para el segundo bloque de preguntas (escala de Likert) del cuestionario son mayores a 0,80; por lo tanto existe la confiabilidad en el cuestionario diseñado para la investigación.

ANEXO 3

La validación del instrumento de medición se realizó por el juicio de los expertos.

Para el presente trabajo de tesis se seleccionó 3 expertos en las especialidades de: Contabilidad, Administración e Ingeniería de Sistemas.