Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Ciencias Contables
Escuela Profesional de Gestión Tributaria

Sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024

TESIS

Para optar el Título Profesional de Contadora Pública

AUTOR

Paola Lita APONTE SÁNCHEZ

ASESOR

Dr. Daniel Irwin YACOLCA ESTARES

Lima, Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Aponte, P. (2024). *Sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables, Escuela Profesional de Gestión Tributaria]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Paola Lita Aponte Sánchez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74395913
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0007-1147-0584
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Daniel Irwin Yacolca Estares
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	09328052
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-1667-4563
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Alberto Pastor Carrasco
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	06996479
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Elio Antonio Barletti Baldassari
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	25602799
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Pedro Luis Cáceres Alemán
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09627089
Datos de investigación	
Línea de investigación	D.11.0.16 Tributación aplicada y sectorial
Grupo de investigación	Justicia tributaria y Ciudadanía – JUSTRIBU

Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	Universidad Nacional Mayor de San Marcos Edificio: Facultad de Ciencias Contables País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Lima Calle: Germán Amézaga N° 375 – Lima Latitud: -12.05642315 Longitud: -77.08433269016213
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2024
URL de disciplinas OCDE	Negocios, Administración http://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
DIRECCIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN TRIBUTARIA

ACTA N° 0032-FCC-D-2024

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA

En la ciudad de Lima, local del Auditorio (3er. piso) de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, a las 10:00 horas del día dieciséis de octubre del año dos mil veinticuatro, en cumplimiento con lo dispuesto en la Resolución Rectoral N° 00744-R-20 de fecha 18 de febrero del 2020 que aprueba la "Directiva general para realizar, presentar y sustentar el trabajo de investigación para la obtención del grado académico de bachiller, la tesis o el trabajo de suficiencia profesional para la obtención del título profesional en la UNMSM"; se reunió el Jurado Evaluador designado según Resolución Decanal N° 001902-2024-D-FCC/UNMSM de fecha 16 de octubre de 2024, conformado por los siguientes docentes:

PRESIDENTE	:	Dr. Carlos Alberto Pastor Carrasco
MIEMBRO - ASESOR	:	Dr. Daniel Irwin Yacolca Estares
MIEMBROS	:	Mag. Elio Antonio Barletti Baldassari
		Mag. Pedro Luis Cáceres Alemán

Quienes procedieron a evaluar y calificar la Sustentación de la Tesis titulada: ***"SISTEMA DE DEVOLUCIÓN DEL IGV A TURISTAS EN LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO EN LIMA, 2024"***, presentado por la bachiller Paola Lita Aponte Sánchez con código de matrícula N° 16110232, para la obtención del Título Profesional de Contadora Pública.

Habiendo concluido con la sustentación, el Jurado Evaluador deliberó y emitió la calificación siguiente:

APROBADA

Siendo las 11:00 horas se dio por concluido el acto académico y leída el presente Acta, procedieron a firmar los integrantes del Jurado Evaluador en señal de conformidad.

Dr. Carlos Alberto Pastor Carrasco
Presidente

Dr. Daniel Irwin Yacolca Estares
Miembro - Asesor

Mag. Elio Antonio Barletti Baldassari
Miembro

Mag. Pedro Luis Cáceres Alemán
Miembro

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú. Decana de América
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN TRIBUTARIA

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo Dr. Daniel Irwin Yacolca Estares en mi condición de asesor acreditado con el Oficio N° 000300-2024-EPGT-FCC-/UNMSM de fecha 25 de setiembre de 2024, de la tesis cuyo título es ***"SISTEMA DE DEVOLUCIÓN DEL IGV A TURISTAS EN LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO EN LIMA, 2024"***, presentado por la bachiller **Aponte Sánchez, Paola Lita**, para optar el Título Profesional de Contadora Pública, CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de **20** % de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional.**

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del Título Profesional de Contadora Pública, correspondiente.

Firma del Asesor: _____

DNI: 09328052

Nombres y apellidos del asesor: Dr. Daniel Irwin Yacolca Estares



Dedicatoria

A mi familia, en especial a mis padres
Juan y Delia que han sido mi apoyo
en cada etapa de mi vida.

A mis profesores y amigos que conocí
en la Universidad Nacional Mayor de
San Marcos.

Agradecimientos

A Dios, por darme una hermosa familia y permitir que mis padres me acompañen. Mi gratitud eterna a ellos por siempre estar presente.

A mi alma mater San Marcos por la formación académica y profesional, a mis asesores por su guía, compromiso y conocimiento en el desarrollo de la investigación.

A los participantes de esta investigación por su apoyo con las entrevistas y a todas las personas por su aliento en este proceso.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria ..... **i**
Agradecimientos ..... **ii**
LISTA DE TABLAS ..... **vi**
RESUMEN ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
I. INTRODUCIÓN **9**
1.1. Introducción 9
1.2. Descripción del problema 10
1.3. Formulación del problema 13
1.3.1. Problema general 13
1.3.2. Problemas específicos 13
1.4. Objetivos 14
1.4.1. Objetivo general 14
1.4.2. Objetivos específicos 14
1.5. Justificación de la investigación 14
1.5.1. Justificación teórica 14
1.5.2. Justificación práctica 15
1.6. Aspectos éticos de la investigación 15
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA **16**
2.1. Antecedentes de estudio 16
2.1.1. Antecedentes internacionales 16
2.1.2. Antecedentes Nacionales 18
2.2. Bases teóricas 22
2.2.1. Teoría General del derecho del contribuyente a la devolución de impuestos 22
2.2.2. Sistema turístico de Leiper 27
2.2.3. Teoría sobre la motivación humana 35
2.3. Marco Normativo 36
2.4. Definición de términos 36
2.4.1. Atractivo turístico 36
2.4.2. Constancia “TAX FREE” 36
2.4.3. Crecimiento económico 37

2.4.4. Divisas 37
2.4.5. Empleo 37
2.4.6. Entidad Colaboradora 37
2.4.7. Establecimiento Autorizado 38
2.4.8. Factura Electrónica 38
2.4.9. Turismo 38
2.4.10. Turista 38
2.5. Definición de categorías y subcategorías de análisis 38
2.5.1. Arribo de turistas 38
2.5.2. Permanencia de estadía 39
2.5.3. Procedimiento de devolución 39
2.5.4. Promoción de turismo receptivo 40
2.5.5. Sistema de devolución del IGV 41
2.5.6. Venta de bienes adquiridos por extranjeros 41
III. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS Y CATEGORÍAS 43
3.1. Supuestos hipotéticos 43
3.1.1. Supuesto hipotético general 43
3.1.2. Supuestos hipotéticos específicos 43
3.2. Sistemas y categorización de análisis 44
IV. METODOLOGÍA 45
4.1. Enfoque de la investigación 45
4.2. Diseño de investigación 45
4.3. Credibilidad de la investigación 46
4.4. Sujetos de estudio 46
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. 46
4.6. Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de información 47
4.7. Análisis de datos 47
V. RESULTADOS 49
VI. DISCUSIÓN 61
6.1. Aporte de la investigación 61
6.2. Comparación de los resultados de la investigación con estudios previos. 62
6.3. Validación de la teoría referente. 63

6.4. Limitaciones del estudio 64
6.5. Agenda futura de la investigación 64
CONCLUSIONES 65
RECOMENDACIONES 68
REFERENCIAS 70
ANEXOS 77

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Categorías, subcategorías y características……. 36

RESUMEN

El **objetivo** es explicar el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.La **metodología** de la investigación fue de enfoque cualitativo y se utilizó la entrevista a profundidad como técnica de recopilación de información. Participaron siete profesionales expertos en el tema. Los **resultados** revelaron que la devolución del IGV favorece al turismo receptivo, a través de las divisas y otros sectores. Se **concluyó** poca acogida debido a que muchos turistas y empresarios desconocen la normativa, por ello se debe realizar mayor difusión a través de redes sociales en diversos idiomas, para un mayor alcance internacional, esto permitirá incrementar el turismo receptivo por los múltiples benéficos que genera para la economía del país. Contamos con historia, cultura, gastronomía y diversidad de recursos naturales para promocionar el turismo receptivo. Esto propaga que la economía este en constante movimiento, generando crecimiento económico en otros sectores. Se **recomienda** mayor difusión por parte de SUNAT, MINCETUR sobre la devolución del IGV a turistas, a través de redes sociales ya que la mayoría cuenta con móvil, y también desde el Aeropuerto Jorge Chávez generar publicidad para que los turistas sepan de este beneficio. Se recomienda a los investigadores que profundicen más en las subcategorías emergentes de formalizarse, perfil de cumplimiento y seguridad.

Palabras clave: *Devolución del Impuesto General a las Ventas, turismo receptivo, empleo y crecimiento económico.*

ABSTRACT

The objective is to explain the VAT refund system to tourists in the promotion of inbound tourism in Lima, 2024. The research methodology was qualitative and in-depth interviews were used as an information gathering technique. Seven professionals who are experts in the subject participated. The results revealed that the VAT refund favors inbound tourism, through foreign exchange and other sectors. It was concluded that there was little acceptance because many tourists and businessmen are unaware of the regulations, therefore greater dissemination should be carried out through social networks in various languages, for a greater international reach, this will allow increasing inbound tourism due to the multiple benefits it generates for the country's economy. We have history, culture, gastronomy and a diversity of natural resources to promote inbound tourism. This propagates that the economy is in constant movement, generating economic growth in other sectors. It is recommended that SUNAT and MINCETUR disseminate the VAT refund to tourists more widely, through social networks, since most of them have a cell phone, and that Jorge Chávez Airport also generate publicity so that tourists are aware of this benefit. Researchers are recommended to delve deeper into the emerging subcategories of becoming formal, compliance profile, and security.

Keywords: Refund of the General Sales Tax, incoming tourism, employment and economic growth.

I. INTRODUCIÓN

1.1.Introducción

La política del reintegro del IGV en el sector turismo se aplica en muchos países del mundo por lo que genera mejoras en la población a través del turismo receptivo, se crean más puestos de trabajo y favorece el desarrollo de las economías, por lo cual nos centramos en estudiar este tema para aumentar la difusión en el Perú. En esta investigación se planteó como objetivo general explicar el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Por ende, se detallan los capítulos de la presente tesis.

Comenzamos con el desarrollo de la tesis con el “Capítulo I”, que comprende el desarrollo de la realidad problemática, la definición del problema a abordar, los objetivos, la justificación e importancia, así como los aspectos éticos de la investigación.

En el "Capítulo II", se presentaron los antecedentes a nivel internacional y nacional, y las bases teóricas relacionados con las categorías que se exploraron en la investigación, la definición de categorías de análisis, marco Legal y definición de términos.

En el "Capítulo III", se plantearon los supuestos hipotéticos que guiaron la investigación.

El "Capítulo IV" se enfocó en la metodología de investigación, describiendo los métodos utilizados, el enfoque, diseño y credibilidad de investigación, así como los sujetos de estudio y los procedimientos, técnicas e instrumentos aplicados, y se presentó la forma en que se analizaron los datos recolectados.

El "Capítulo V" se dedicó a la presentación y análisis detallado de los resultados obtenidos de la investigación, de acuerdo con las entrevistas realizadas y la documentación recabada.

En el "Capítulo VI", se realizó una discusión exhaustiva de los resultados, interpretándolos en relación con los objetivos de la investigación y conectándolos con teorías y conceptos previamente revisados en la literatura.

Finalmente, se presentarán las conclusiones y las recomendaciones derivadas de la investigación realizada, las referencias bibliográficas y los anexos.

1.2.Descripción del problema

A nivel mundial todos los gobiernos perciben ingresos por los impuestos establecidos, para realizar la administración adecuada por parte del Estado. El impuesto al valor agregado (IVA) es uno de los tributos que más se usa a nivel internacional, presente en más de 160 países. En América Latina y el Caribe el IVA es el impuesto más importante

en recaudación, produciendo en un país típico ingresos equivalentes a 6,1% del PIB, y simbolizando cerca de 30% de sus ingresos fiscales totales. (Rasteletti, 2021).

(Your Europe,2022) En los países de la Unión Europea los turistas pueden solicitar el rembolso del IVA, sin embargo, se debe tener en cuenta las normativas establecidas ya que varía dependiendo del país, en algunos casos solo aplican la devolución del IVA a ciertos productos que hayan adquirido, también depende del gasto mínimo de compra.

En el aeropuerto de cada país que se visite, es necesario cumplir con diversos requisitos, presentar documentación y realizar algunos trámites para acceder a este beneficio. Por ello, muchos turistas no hacen uso de este incentivo.

En el Perú, el artículo 76 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por el Decreto Supremo Nº055-99-EF, establece la devolución del impuesto general a las ventas (IGV) que grave la venta de bienes adquiridos por extranjeros no domiciliados que ingresen al país en calidad de turistas, que sean llevados al exterior al retorno a su país por vía aérea o marítima, siempre que los traslade el propio turista. (Decreto Supremo 055-99)

Mediante la Resolución de Superintendencia N° 097-2023/SUNAT en el Perú se decreta el sistema de reintegro del IGV a turistas y revela la ejecución del primer puesto de control habilitado, siendo el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. (Resolución de Superintendencia N° 097-2023/SUNAT ,2023)

A nivel global el turismo es uno de los sectores económicos que experimenta un crecimiento más acelerado, hemos notado un incremento de turistas internacionales de 96% a Julio de 2024. (ONU Turismo)

En nuestro país el turismo es uno de los sectores que está más vinculada con el crecimiento económico, debido a que el turismo es una actividad que genera movimiento, permitiendo que las personas se desplacen de un lugar a otro a conocer lugares turísticos. Esto genera el crecimiento en otros sectores, por ejemplo: los restaurantes, hospedajes, comercios, etc. donde se incrementa el empleo y el ingreso por divisas.

El turismo receptivo para ser promovido requiere de incentivos por parte del gobierno, y una de las razones por la cual tocamos este tema es por lo que en el Perú ya se encuentra funcionando la devolución del IGV a turistas, vamos a identificar qué porcentaje de turistas se está beneficiando.

Según la Superintendencia Nacional de Migraciones a través de su Oficina de Control Migratorio, en el año 2023, el 65,1% de los turistas internacionales ingresaron al país a través del Puesto de Control Migratorio del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y representó el 62,2% de los niveles pre pandemia. (MINCETUR, 2024.Reporte Mensual de Turismo)

A pesar de ello existe, una deficiencia en la implementación de este beneficio a turistas no domiciliados, los turistas no domiciliados que entran al país no solicitan la devolución del IGV por la compra de bienes, de ningún modo cuentan con la información

y por otro lado son muy pocas las empresas que se encuentran afiliadas en el Registro de Establecimientos Autorizados-REA. Esto genera que miles de turistas que retornan a su país, lo hacen sin solicitar la devolución del IGV. Esta investigación busca mejorar el sistema del reintegro del IGV a turistas y así recuperar el turismo receptivo en el nuestro Perú; para mejorar la economía del país, fortalecer la experiencia de los turistas y convertir al país en uno de los destinos turísticos más visitados.

Tenido que en cuenta el impacto que genera el turismo en el PBI, para nuestro país es muy importante fomentar este sector y definir políticas de seguridad ya que estamos atravesando una crisis nacional porque muchos comercios, transportistas, bodegas están siendo extorsionados, esto genera que el número de turistas disminuya, aun no recuperamos las cifras antes de la pandemia, por lo que nos vemos obligados a mejorar la seguridad para poder desarrollar nuestras actividades diarias y así cada sector generar mejores oportunidades.

1.3.Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo es el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?

1.3.2. Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cómo es la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?

Problema específico 2

¿Cómo es el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Explicar el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Explicar la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.

Objetivo específico 2

Explicar el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

Se busca una mejor comprensión y difusión de la normativa de la devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo, para incentivar la formalización y realizar propuestas de mejora, creando Estrategias Políticas para que el Estado pueda reinvertir los ingresos obtenidos para el progreso del país.

1.5.2. Justificación práctica

Se desarrolla esta investigación porque busca beneficiar a todos los turistas no domiciliados que vienen al país y facilitara el procedimiento del reembolso del IGV que realizan en sus compras. Generando mayor difusión del tema, así mismo permitirá el crecimiento del turismo receptivo en las diferentes regiones del Perú, debido a que el turismo beneficia a los restaurantes, hoteles, comercios, tiendas por departamentos, etc., cumpliendo con el ODS08: "trabajo decente y crecimiento económico" que es generar mayor empleo para las mujeres y los jóvenes a nivel nacional, debido a que contamos con muchos lugares turísticos en cada región del país y el desarrollo de la economía, a través de las divisas que ingresan al país por la llegada de los turistas, y el consumo de los productos en cada región. Todo esto genera nuevas oportunidades y progreso en cada localidad que visita el turista.

1.6. Aspectos éticos de la investigación

La investigación se realizó con los principios y valores éticos teniendo en cuenta la autorización voluntaria de los especialistas en la entrevista que se desarrolló, siempre manteniendo el respeto y transparencia en las indagaciones para concluir esta tesis de manera óptima.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.Antecedentes de estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Andaluz y Chalá (2024), en su tesis presenta el objetivo de analizar el grado de cultura tributaria que poseen los adultos mayores y el efecto que se genera en relación a la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el Distrito Metropolitano de Quito. El enfoque de investigación que se utilizó es mixto. Se concluye que la gran mayoría de los adultos mayores no acceden a la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) debido a que no tienen información suficiente de cómo es el proceso que se realiza para beneficiarse a este derecho que por ley les corresponde, adicional a la desinformación se puede mencionar que el trámite es muy difícil y tedioso por lo que algunos adultos mayores pierden el interés ya que se encuentran en una edad en donde quieren descansar y disfrutar de su tiempo libre.

Arequipa (2023), en su tesis presenta el objetivo de su investigación fue determinar el efecto que genera el proceso de devolución del IVA a exportadores en la liquidez de las empresas florícolas de la ciudad de Latacunga. El enfoque de su investigación que uso fue cuantitativo debido a que trabajó con data numérica extraída de los estados financieros proporcionado por las empresas del sector. Los resultados manifiestan que la población estudiada muestra una relativa uniformidad tanto en los montos de reintegro del IVA como en el nivel de liquidez Se concluye que la devolución del IGV a exportadores crea una serie de inclinaciones y variaciones que permiten un panorama de las tendencias y fluctuaciones

que proporcionan la situación financiera y operativa de las empresas que pertenecen a este grupo.

Cano, Sánchez, y De los Ríos (2021), en su tesis presentan el objetivo de identificar el impacto económico y fiscal que genera el proceso del reintegro de IVA a turistas extranjeros en Colombia, detallando las características esenciales, graduales de la normativa e histórica de este beneficio tributario. El enfoque metodológico descriptivo, empleando técnica documental. Se concluye que la devolución favorece verdaderamente en el sector económico del turismo a través del tiempo, con un modelo que se ha ido mejorando según las acciones no solo del Gobierno Nacional, sector privado y otras entidades quienes se han incorporado en esta gestión para aumentar el flujo de visitantes de otras naciones ofreciéndoles una compensación tributaria por las compras de bienes adquiridos en su país.

Fernández (2020), en su tesis presenta el objetivo de observar la transformación del turismo receptivo por vía aérea en las regiones turísticas de la Argentina y su relación con la infraestructura de apoyo “lado tierra” en el período 2010 - 2019.El enfoque de su investigación fue cuali-cuantitativo con un alcance, inicialmente, exploratorio, luego descriptivo y correlacional. La reducida o pocos datos asociados con el arribo de turistas no residentes al país, impide que se desarrolle un estudio más detallado en las regiones turísticas de la Argentina. Donde se concluye para que una actividad tomada por el gobierno se desarrolle de forma que se logre el efecto, se necesita conocer con detalle las personas que se acercan en calidad de receptivo con la finalidad de pronosticar de manera objetiva con data real y como efecto obtener un análisis correcto para el beneficio de la patria.

Romero (2019) en su tesis de maestría presenta el objetivo de estudiar el programa del reintegro de IVA a turistas extranjeros vía cruceros como un estímulo fiscal para el sector turístico de Ensenada, Baja California. El método cualitativo, el instrumento que uso fue una entrevista con quien pertenece al comité de cruceros. Se concluye, que el incentivo fiscal de la devolución de IVA a turistas extranjeros no impulsa el desarrollo del sector turístico en Ensenada, por a la falta de trabajo intelectual y físico para fomentar, desarrollar anuncios y compromisos por parte de los gobernantes y negociantes, en consecuencia, por falta de conocimiento de los mismos visitantes sobre el proyecto que trae consigo poca acción de la realización de los papeleos sobre este reintegro.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Anchante y Huaranca (2024), en su tesis presenta el objetivo de aclarar el impacto de la devolución del IGV en la liquidez de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo en el distrito de San Isidro por el periodo 2018 – 2021. La investigación se realizó a través de la aplicación de encuestas y entrevistas, por lo que es de enfoque mixto. Según la indagación cuantitativa se validó la hipótesis general, corroborando una conexión relevante y de vinculación entre las variables de liquidez y recuperación de IGV. En la parte cualitativa los especialistas del grupo convergieron afirmando que los ingresos producto del recupero influyen positivamente en la liquidez, pues favorece elevando los recursos existentes y así pueda cumplir con sus responsabilidades con sus proveedores y terceros, amortizando su deuda a favor de organización.

Ciriaco (2023), en su tesis presenta el objetivo de determinar la relación del Tax Free como medio de promoción del mercado peruano con el ámbito de aplicación con el Impuesto General a las Ventas. El método de investigación fue enfoque cuantitativo, diseño no experimental-transversal, instrumento de recolección de datos la encuesta. Se puede afirmar que el Tax Free como medio de promoción del mercado peruano es un beneficio tributario y con la integración del IGV teniendo en cuenta las operaciones gravadas por ventas de bienes y prestación de servicios genera incentivo del turismo y dinamización de la economía, concluye que las variables de estudio se relacionan.

Salazar (2023), en su revista comenta sobre la importancia del ecoturismo como estrategia en la captación de turismo receptivo en el Perú, diagnostico fue si el ecoturismo contribuye al turismo de acogida en la Sierra Central del Perú. La técnica que uso fue la encuesta y el instrumento cuestionario para definir el efecto del ecoturismo en la oferta turística en diversos puntos de la cordillera. Donde demostró que se debe capacitar al personal de MINCETUR y a los otros participantes para que ofrezcan servicios de calidad.

Ramos, (2023), es su tesis precisa qué normas turísticas serán indispensable para aumentar sostenidamente la llegada de turistas chinos al Perú en el tiempo actual. Esta investigación es cualitativa, donde se analizaron datos mediante el análisis de contenido. Se concluye sobre importancia de la toma de decisiones sobre las políticas que es Estado en busca de amplificar la llegada de los turistas de nacionalidad china y mejoras en fomentar el turismo.

Prada y Yarasca (2023), en su tesis presentan el objetivo de determinar la influencia de las redes sociales en la promoción de agencias de viaje en el distrito de Miraflores, 2021.Enfoque cuantitativo, se aplica como instrumento un cuestionario a las agencias activas en el periodo estudiado, se concluye que las variables se asocian con un 80.1% conforme a los resultados obtenidos de correlación de Spearman. Siguiendo la escala de Spearman la correlación es positivamente muy fuerte.

Fernández (2022), en su tesis presenta el objetivo de explicar las tácticas de negociación prospectiva para el turismo receptivo internacional mediante el análisis del comportamiento estacional por periodo mensual, uso la metodología de promedios móviles, estimaciones puntuales e intervalos mensuales, usando el método de los mínimos cuadrados. Concluye que las temporadas altas son junio, julio y agosto, por que salen vacaciones los países de la zona boreal. Respecto a la prospectiva, se calcularon los índices estacionales, la ecuación de la regresión lineal simple, y las prospectivas estimadas mensuales de llegadas de turistas internacionales a la región Loreto para los años 2023 y 2024.

Valdivia (2020), en su tesis presenta como objetivo examino cómo la actividad turística viene afectando al desarrollo local de las comunidades rurales del distrito de Lunahuaná 2019.Su enfoque de investigación fue mixto, se utilizó como instrumento 7 entrevistas y 169 encuestas, también uso un formato para el inventario turístico. Concluye que el turismo promueve el trabajo en la población de Lunahuaná, sim embargo los anexos cercanos al centro del distrito son los más se favorecen, debido a la venta del vino, ya que

trabajan en las chacras o incluyo algunos venden vino, miel de abeja y algunas frutas de la zona.

Pérez (2020), el objetivo de su tesis fue reconocer que variables económicas determinan la demanda del turismo receptivo en el Perú de cuatro países de la OCDE (Chile, España, Estados Unidos, México) desde el 2004-2019.La investigación es cuantitativa y se utiliza un diseño no experimental. Concluyendo que el desembolso en impulsar es alto para los mercados de Estados Unidos y España, pero ocurre lo contrario en Chile y México. Por otro lado, la asignación de recursos en turismo da como resultado la variable explicativa esencial para los países de Estados Unidos y España.

Alvarado (2019), en su tesis presenta el objetivo de diagnosticar en qué medida los factores turísticos se relacionan con la escasa afluencia y pernocte de Turistas Extranjeros en la provincia de Leoncio Prado. La investigación realizada es fáctica y aplicada, se usó cuestionario tipo escala de Likert; con encuestas distribuidas en la provincia de acuerdo con los centros turísticos y hoteles, a través de la prueba de Chi Cuadrado (0.480>0.05) como consecuencia se menciona que no se relacionan notablemente la llegada de turistas con hospedarse en dicha localidad.

De La Cruz y Salazar (2019), en su tesis presentan como objetivo establecer entre el turismo sostenible y la organización estratégica social en el restaurante turístico “Don Lucho” Huancayo – Junín, 2019. La investigación fue cuantitativa, de nivel explicativo. Los cuestionarios utilizados han sido validados y evaluados su nivel de confiabilidad por Alfa de Cronbach. Se concluye que hay vínculo entre las variables y un grado significativo.

Terán (2019), En su tesis presenta como objetivo examinar qué factores permitirían implementar un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca, se realizó una investigación cualitativa donde se entrevistaron, usando guías de observación acerca de lo visto en las diferentes visitas al distrito como trabajo de campo. El resultado de este estudio se halló que, dentro de los factores de competitividad de desarrollo económico de la localidad, los más importantes son la institucionalidad y los elementos visibles; también, la responsabilidad social, que se encuentran presentes en este distrito con carencia, pero que podrían llegar a formar un buen proyecto de turismo rural comunitario, esto va depender si el gobierno tiene voluntad de apoyar a la población con el desarrollo del distrito.

2.2.Bases teóricas

2.2.1. Teoría General del derecho del contribuyente a la devolución de impuestos

Guerrero (1977), menciona la Teoría General del derecho del contribuyente a la devolución de impuestos, menciona que lo establecido por Ley para normar un tributo y se origina el deber de devolución de impuestos légales, se compone por lo siguiente:

- Un pago impositivo legitimo.
- Un hecho posterior sobrevenido al nacimiento de la obligación tributaria, donde para nada afecta la obligación que se tiene para pagar, debido a que el impuesto abonado es integro. Por lo que si se restituye es por motivos políticos adoptadas por el gobierno.

Esta devolución identifica:

a) El derecho subjetivo, donde es libre la persona de exigir el reintegro, precisa un conocimiento concreto de la norma.
b) El nivel de ingresos en ningún caso se altera.
c) Se trata de reintegros principalmente, por política económica, estimulando las exportaciones y las inversiones, cuyo propósito es la participación global.
d) Este reintegro impositivo es concreto, con el significado de que se emplea, solamente a algunos impuestos; como son las mercancías que ingresan al territorio de un país; la los impuestos indirectos que grava algunos productos o mercancías.

La teoría general de los beneficios tributarios, menciona que los tributos recaudados tienen fines sociales y económicos para proveer bienes y servicios públicos. En relación al tema, las exenciones, bonificaciones y beneficios tributarios forman parte del gasto tributario que se desvían de la disposición de cada tributo. Se crean distintos beneficios tributarios en ciertas rentas o actividades para conllevar al resultado de los objetivos que tienen naturaleza económica y social que buscan ser cumplidos por la dirigencia actual (Rezzoagli, 2020).

Según esta Teoría General podemos afirmar que el reintegro del IGV a turistas es Legal de acuerdo a los elementos y características mencionadas, para lo cual debemos explicar en la investigación el efecto que tiene esta Política promovida por el Estado peruano en el sector del turismo.

Los impuestos son fuentes importantes de recursos del estado, la cual debe usarse para el beneficio de la sociedad, el IVA es “un tributo del orden nacional que grava el consumo, este impuesto es cobrado sobre algunos bienes y servicios, así como a importaciones y juegos de azar”. (Cantillo Ortega y Niño Sánchez, 2019)

Al respecto, le indicamos que conformidad con el artículo 10º de la Ley N.º 27806, norma que regula los aspectos concernientes a la solicitud de acceso a la información pública.

De acuerdo a lo solicitado a la SUNAT, se informa lo siguiente:

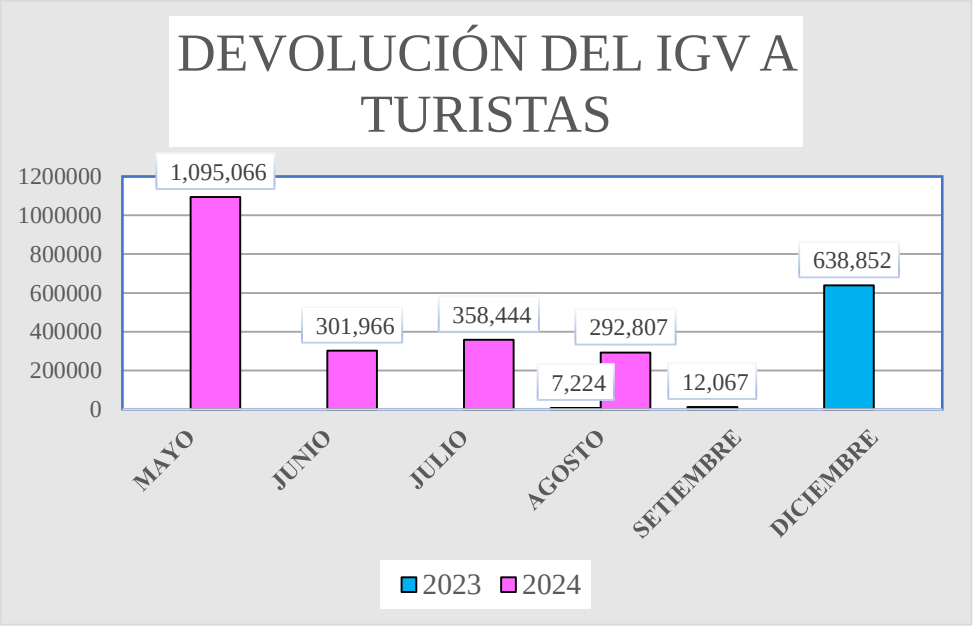
Cuáles son los montos mensuales de devolución del IGV a turistas.

No se posee importes mensuales, ya que la información con la que se cuenta es de la entidad colaboradora, sin embargo, se tiene información respecto a los periodos por los cuales dicha entidad presentó su solicitud de devolución, la misma que se detalla a continuación:

PERIODOS DE SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN PRESENTADA POR LA ENTIDAD COLABORADORA

Periodo	Importe
202308	7,223.88
202309	12,066.50
202312	638,852.07
202405	1,095,065.91
202406	301,965.56
202407	358,443.75
202408	292,807.00

Nota: Según la información proporcionada por SUNAT-Setiembre 2024



Nota: Elaboración propia.

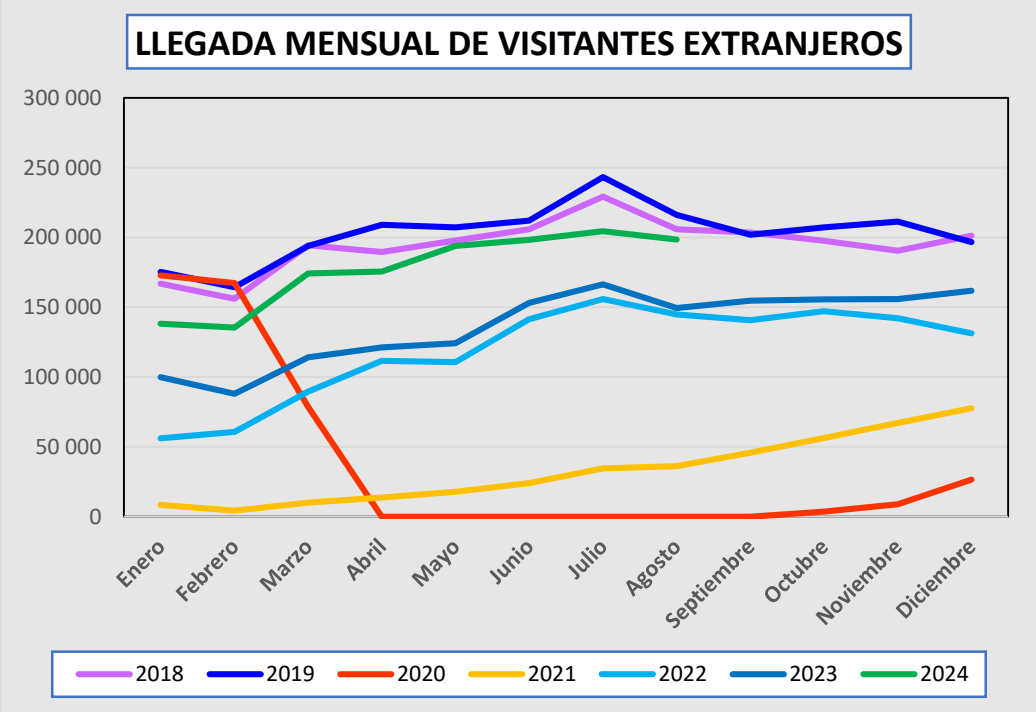
De acuerdo a la data que nos ha proporcionado SUNAT vemos que para este año 2024 el importe de la solicitud en devolución del IGV a turistas hasta el periodo de agosto fue de S/ 2,048,282 y en el año 2023 fue S/ 658,142. Haciendo un total en devolución del IGV a turistas por S/ 2,706,425.

Hasta el periodo de agosto 2024 se emitieron 12,258 constancias de Tax Free beneficiando a un total de 12,258 turistas.

AEROPUERTO JORGE CHAVEZ LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	166 890	175 400	172 672	8 298	55 976	99 819	138 112
Febrero	155 973	164 206	167 377	4 222	60 675	87 982	135 516
Marzo	194 227	193 782	78 470	9 900	89 442	114 159	174 233
Abril	189 573	209 060	0	13 713	111 559	121 109	175 567
Mayo	197 743	207 095	0	17 886	110 615	124 142	193 868
Junio	205 866	211 953	0	23 928	141 482	152 961	198 310
Julio	229 256	243 072	0	34 626	155 869	166 470	204 336
Agosto	205 717	216 215	0	36 140	144 814	149 355	198 477
Septiembre	203 439	201 969	0	45 688	140 658	154 705	
Octubre	197 537	207 114	3 491	56 270	147 071	155 572	
Noviembre	190 489	211 238	8 773	67 066	142 006	155 853	
Diciembre	201 183	196 734	26 489	77 523	131 184	161 668	
Total	**2 337 893**	**2 437 838**	**457 272**	**395 260**	**1 431 351**	**1 643 795**	**1 418 419**

Nota: MINCETUR.Llegada mensual de visitantes a agosto 2024.



Nota: Elaboración propia.

Según el reporte de MINCETUR hasta agosto del 2024 han llegado 1,418, 419 turistas. Aun no se recupera este sector con los niveles que tuvimos antes de la pandemia. Los principales turistas internacionales que ingresaron al país entre enero y agosto del 2024 son chilenos, estadounidenses, ecuatorianos, bolivianos, brasileros y colombianos.

Si hacemos la comparación de la devolución del IGV a turistas a agosto 2024, vemos que no representan ni el 1% de los turistas beneficiados. Por lo que tendremos que determinar qué factores son los que influyen para que este incentivo de la devolución del IGV aún no tiene el impacto que debería.

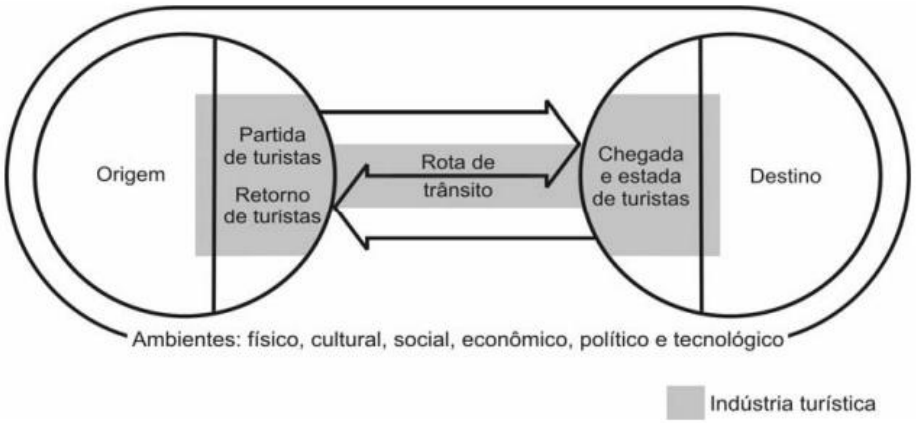
Una vez que se garantice el cumplimiento de las necesidades sociales y se conserve la tranquilidad, las personas como seres individuales tienen la oportunidad de verse completos y satisfechos debido a que pueden concentrarse en sí mismos, en sus metas y objetivos personales, sin embargo, cada individuo que pertenece a la sociedad debe cumplir con sus obligaciones tributarias, es así que al formar parte de una sociedad no solo necesita satisfacer sus necesidades particulares si no que necesita realizar acciones que ayuden al Estado a satisfacer sus necesidades colectivas ya que forman parte de una sociedad, (Chávez, 1993).

2.2.2. Sistema turístico de Leiper

El turismo es un fenómeno cuya esencia está relacionada con el concepto de espacio. Además de expresar aspectos fundamentales del fenómeno turístico, los modelos teóricos con enfoque espacial son muy difundidos. Donde se consideran importantes elementos

espaciales: origen y destino. La mayoría de modelos teóricos se centran es la coexistencia de las unidades geográficas. (Olivera,2007)

Modelo teórico de enfoque espacial de Leiper



Nota. Leiper (2002:28)

Encontramos 3 puntos basicos:

a) **Turistas:** El actor dentro de este sistema es el turista. Donde parten de su lugar de origen, viajan a un lugar en el que permanecen durante un período de tiempo y luego regresan a su lugar de origen. El turismo es una experiencia humana anticipada que muchas personas recuerdan como una parte importante de su vida.

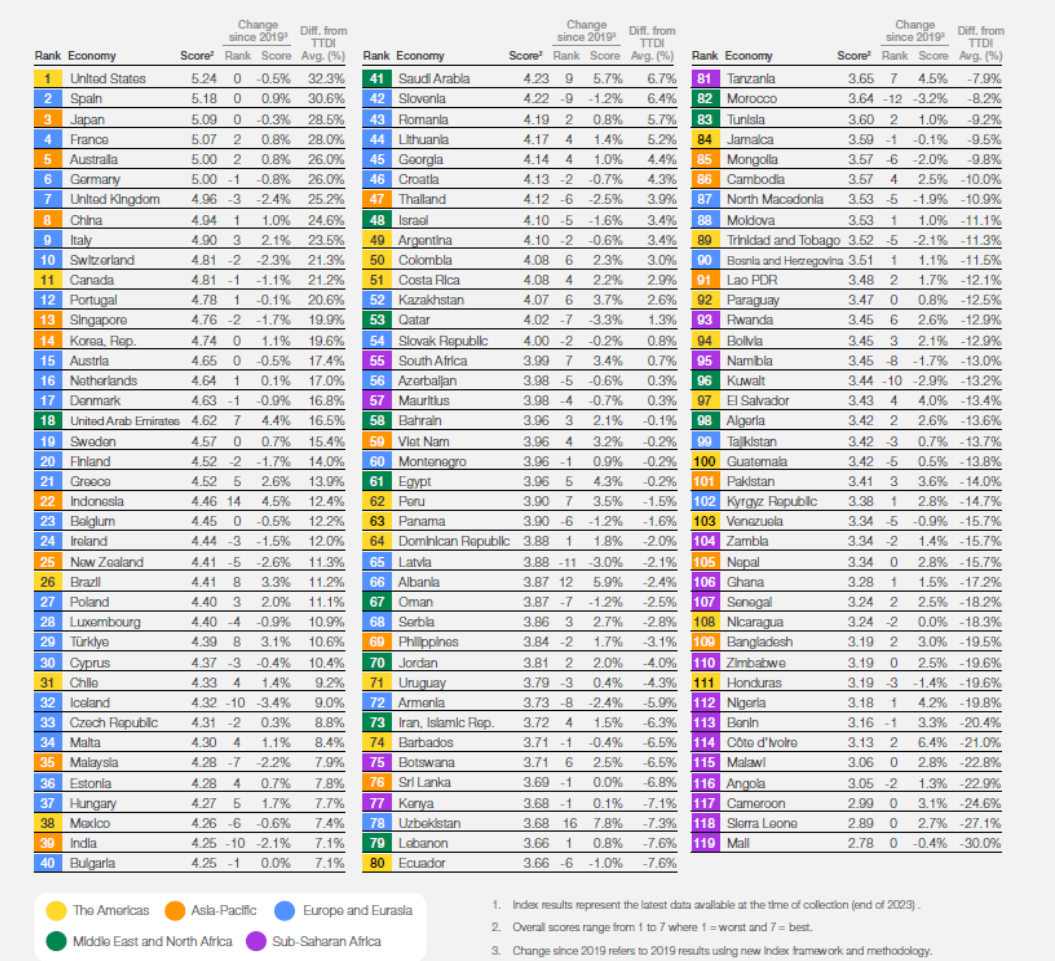
b) **Elementos geograficos:** el espacio emisor de visitantes, donde se generan recursos para el turismo, se busca información u se hacen reservas. La razón de existencia del turismo es el espacio receptor, que motiva los desplazamientos y recibe los principales efectos de la actividad. El espacio

de tránsito incluye todas las áreas por las que los visitantes pasan antes de llegar al destino**.**

c) **La industria turistica:** se puede considerar como el rango en el que se involucran los negocios y las empresas. El modelo permite identificar y clasificar las diversas industrias. Por ejemplo, los proveedores de viajes y las agencias de viajes están principalmente en el lugar de partida, los atractivos turísticos y la industria hotelera están en la región de destino, mientras que el sector del transporte está en la región de transito en ruta**.**

Podemos descatar la imporatncia esta teoria ya que permite entender con facilidad y se destaca la interacción de los elementos para que se realice el turismo en una localidad.

Clasificación general del Índice de desarrollo de viajes y turismo 2024.



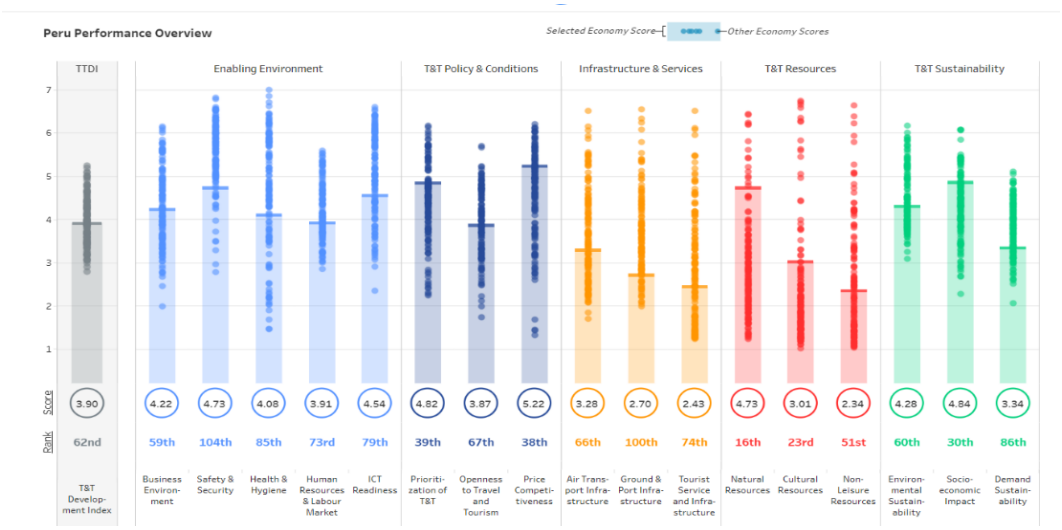
Rank	Economy	Score[2]	Change since 2019[3] Rank	Change since 2019[3] Score	Diff. from TTDI Avg. (%)
1	United States	5.24	0	-0.5%	32.3%
2	Spain	5.18	0	0.9%	30.6%
3	Japan	5.09	0	-0.3%	28.5%
4	France	5.07	2	0.8%	28.0%
5	Australia	5.00	2	0.8%	26.0%
6	Germany	5.00	-1	-0.8%	26.0%
7	United Kingdom	4.96	-3	-2.4%	25.2%
8	China	4.94	1	1.0%	24.6%
9	Italy	4.90	3	2.1%	23.5%
10	Switzerland	4.81	-2	-2.3%	21.3%
11	Canada	4.81	-1	-1.1%	21.2%
12	Portugal	4.78	1	-0.1%	20.6%
13	Singapore	4.76	-2	-1.7%	19.9%
14	Korea, Rep.	4.74	0	1.1%	19.6%
15	Austria	4.65	0	-0.5%	17.4%
16	Netherlands	4.64	1	0.1%	17.0%
17	Denmark	4.63	-1	-0.9%	16.8%
18	United Arab Emirates	4.62	7	4.4%	16.5%
19	Sweden	4.57	0	0.7%	15.4%
20	Finland	4.52	-2	-1.7%	14.0%
21	Greece	4.52	5	2.6%	13.9%
22	Indonesia	4.46	14	4.5%	12.4%
23	Belgium	4.45	0	-0.5%	12.2%
24	Ireland	4.44	-3	-1.5%	12.0%
25	New Zealand	4.41	-5	-2.6%	11.3%
26	Brazil	4.41	8	3.3%	11.2%
27	Poland	4.40	3	2.0%	11.1%
28	Luxembourg	4.40	-4	-0.9%	10.9%
29	Türkiye	4.39	8	3.1%	10.6%
30	Cyprus	4.37	-3	-0.4%	10.4%
31	Chile	4.33	4	1.4%	9.2%
32	Iceland	4.32	-10	-3.4%	9.0%
33	Czech Republic	4.31	-2	0.3%	8.8%
34	Malta	4.30	4	1.1%	8.4%
35	Malaysia	4.28	-7	-2.2%	7.9%
36	Estonia	4.28	4	0.7%	7.8%
37	Hungary	4.27	5	1.7%	7.7%
38	Mexico	4.26	-6	-0.6%	7.4%
39	India	4.25	-10	-2.1%	7.1%
40	Bulgaria	4.25	-1	0.0%	7.1%
41	Saudi Arabia	4.23	9	5.7%	6.7%
42	Slovenia	4.22	-9	-1.2%	6.4%
43	Romania	4.19	2	0.8%	5.7%
44	Lithuania	4.17	4	1.4%	5.2%
45	Georgia	4.14	4	1.0%	4.4%
46	Croatia	4.13	-2	-0.7%	4.3%
47	Thailand	4.12	-6	-2.5%	3.9%
48	Israel	4.10	-5	-1.6%	3.4%
49	Argentina	4.10	-2	-0.6%	3.4%
50	Colombia	4.08	6	2.3%	3.0%
51	Costa Rica	4.08	4	2.2%	2.9%
52	Kazakhstan	4.07	6	3.7%	2.6%
53	Qatar	4.02	-7	-3.3%	1.3%
54	Slovak Republic	4.00	-2	-0.2%	0.8%
55	South Africa	3.99	7	3.4%	0.7%
56	Azerbaijan	3.98	-5	-0.6%	0.3%
57	Mauritius	3.98	-4	-0.7%	0.3%
58	Bahrain	3.96	3	2.1%	-0.1%
59	Viet Nam	3.96	4	3.2%	-0.2%
60	Montenegro	3.96	-1	0.9%	-0.2%
61	Egypt	3.96	5	4.3%	-0.2%
62	Peru	3.90	7	3.5%	-1.5%
63	Panama	3.90	-6	-1.2%	-1.6%
64	Dominican Republic	3.88	1	1.8%	-2.0%
65	Latvia	3.88	-11	-3.0%	-2.1%
66	Albania	3.87	12	5.9%	-2.4%
67	Oman	3.87	-7	-1.2%	-2.5%
68	Serbia	3.86	3	2.7%	-2.8%
69	Philippines	3.84	-2	1.7%	-3.1%
70	Jordan	3.81	2	2.0%	-4.0%
71	Uruguay	3.79	-3	0.4%	-4.3%
72	Armenia	3.73	-8	-2.4%	-5.9%
73	Iran, Islamic Rep.	3.72	4	1.5%	-6.3%
74	Barbados	3.71	-1	-0.4%	-6.5%
75	Botswana	3.71	6	2.5%	-6.5%
76	Sri Lanka	3.69	-1	0.0%	-6.8%
77	Kenya	3.68	-1	0.1%	-7.1%
78	Uzbekistan	3.68	16	7.8%	-7.3%
79	Lebanon	3.66	1	0.8%	-7.6%
80	Ecuador	3.66	-6	-1.0%	-7.6%
81	Tanzania	3.65	7	4.5%	-7.9%
82	Morocco	3.64	-12	-3.2%	-8.2%
83	Tunisia	3.60	2	1.0%	-9.2%
84	Jamaica	3.59	-1	-0.1%	-9.5%
85	Mongolia	3.57	-6	-2.0%	-9.8%
86	Cambodia	3.57	4	2.5%	-10.0%
87	North Macedonia	3.53	-5	-1.9%	-10.9%
88	Moldova	3.53	1	1.0%	-11.1%
89	Trinidad and Tobago	3.52	-5	-2.1%	-11.3%
90	Bosnia and Herzegovina	3.51	1	1.1%	-11.5%
91	Lao PDR	3.48	2	1.7%	-12.1%
92	Paraguay	3.47	0	0.8%	-12.5%
93	Rwanda	3.45	6	2.6%	-12.9%
94	Bolivia	3.45	3	2.1%	-12.9%
95	Namibia	3.45	-8	-1.7%	-13.0%
96	Kuwait	3.44	-10	-2.9%	-13.2%
97	El Salvador	3.43	4	4.0%	-13.4%
98	Algeria	3.42	2	2.6%	-13.6%
99	Tajikistan	3.42	-3	0.7%	-13.7%
100	Guatemala	3.42	-5	0.5%	-13.8%
101	Pakistan	3.41	3	3.6%	-14.0%
102	Kyrgyz Republic	3.38	1	2.8%	-14.7%
103	Venezuela	3.34	-5	-0.9%	-15.7%
104	Zambia	3.34	-2	1.4%	-15.7%
105	Nepal	3.34	0	2.8%	-15.7%
106	Ghana	3.28	1	1.5%	-17.2%
107	Senegal	3.24	2	2.5%	-18.2%
108	Nicaragua	3.24	-2	0.0%	-18.3%
109	Bangladesh	3.19	2	3.0%	-19.5%
110	Zimbabwe	3.19	0	2.5%	-19.6%
111	Honduras	3.19	-3	-1.4%	-19.6%
112	Nigeria	3.18	1	4.2%	-19.8%
113	Benin	3.16	-1	3.3%	-20.4%
114	Côte d'Ivoire	3.13	2	6.4%	-21.0%
115	Malawi	3.06	0	2.8%	-22.8%
116	Angola	3.05	-2	1.3%	-22.9%
117	Cameroon	2.99	0	3.1%	-24.6%
118	Sierra Leone	2.89	0	2.7%	-27.1%
119	Mali	2.78	0	-0.4%	-30.0%

***Nota**: Travel & Tourism Development Index 2024 overall rankings (TTDI) 2024, World Economic Forum, 2024 (*https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf)

Emitido con apoyo de la Universidad de Surrey y con aportes de las principales organizaciones interesadas en viajes y turismo (T&T), líderes de opinión y socios de datos, el TTDI cuantifica el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible y resiliente de T&T.

Esta edición del índice explora el estado de la recuperación del sector de la pandemia de COVID-19 en medio de un contexto operativo cada vez más complejo, al tiempo que destaca el potencial del sector para abordar desafíos globales que van desde la degradación ambiental hasta la generación de prosperidad socioeconómica.

El TTDI, que abarca 119 economías, mide el conjunto de factores y políticas que permitan el desarrollo sostenible y resiliente de la Sector T&T, que a su vez contribuye al desarrollo de un país. El Perú se ubica en el puesto 63, por debajo de Estados Unidos, Canadá, Brasil, Chile, México, Argentina, Colombia, Costa Rica.



Nota: El Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (TTDI) 2024, World Economic Forum, 2024(https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/interactive-data-and-economy-profiles-afaa00a59c/)

Para esta clasificación se tomaron en cuenta cinco aspectos:

1. *Habilitando Ambiente*

2. *Política de T&T y Condiciones habilitantes*
3. *Infraestructura y Servicios*
4. *Recursos de T&T*
5. *Sostenibilidad de T &T*

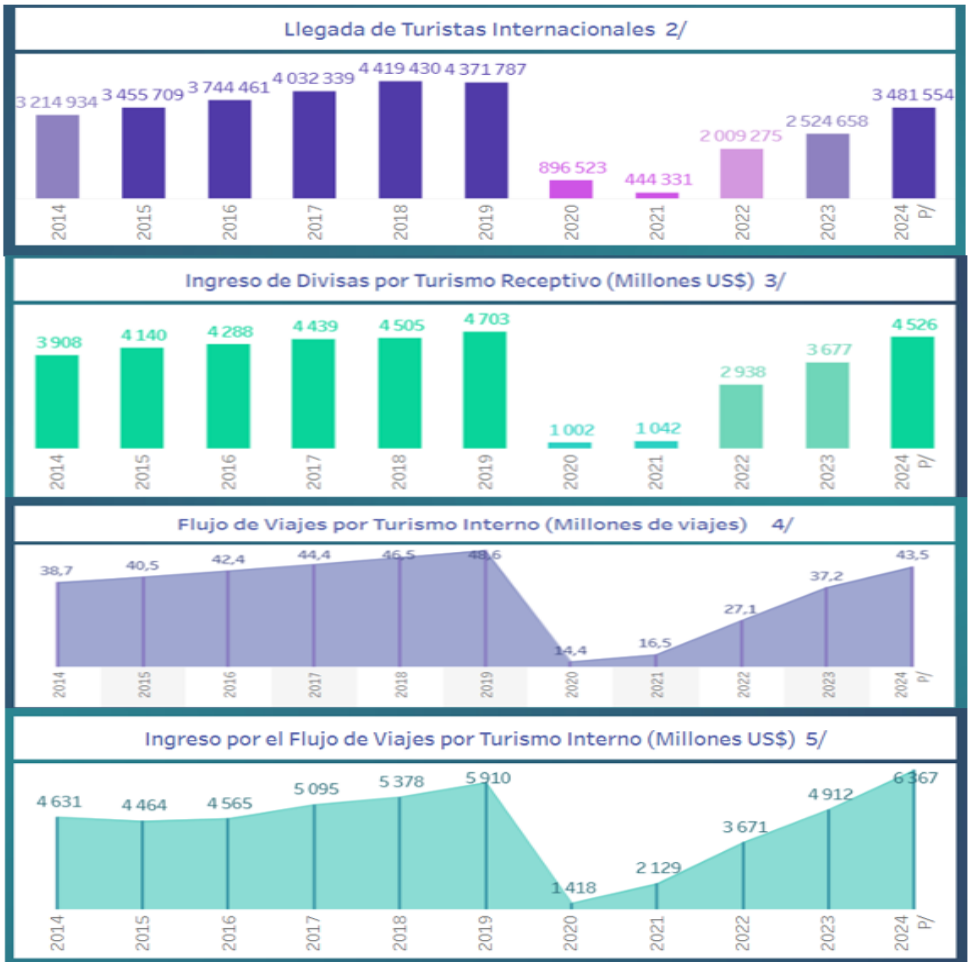
Perú destaca por sus Recursos Naturales y Culturales (4.73); y también en Precios y Competitividad (5.22). Pero la ubicación del Rankin en el puesto 62 se debe a un bajo desempeño en Seguridad y protección (104), Infraestructura terrestre y portuaria (100) y Salud e higiene (85).

PERÚ: Principales cifras del turismo 2014-MAYO 2024

Indicador	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 P/
Aporte del PBI Turístico respecto al PBI Total 1/	3,8%	3,9%	3,9%	3,9%	3,9%	3,9%	1,5%	1,7%	2,3%	2,5%	2,9%
Llegada de Turistas Internacionales ..	3 214 934	3 455 709	3 744 461	4 032 339	4 419 430	4 371 787	896 523	444 331	2 009 275	2 524 658	3 481 554
Var.% Llegada de Turistas	1,6%	7,5%	8,4%	7,7%	9,6%	-1,1%	-79,5%	-50,4%	352,2%	25,7%	37,9%
Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo (Millones US$) 3/	3 908	4 140	4 288	4 439	4 505	4 703	1 002	1 042	2 938	3 677	4 526
Var.% Ingreso de Divisas	-0,2%	5,9%	3,6%	3,5%	1,5%	4,4%	-78,7%	4,0%	181,9%	25,2%	23,1%
Flujo de Viajes por Turismo Interno (Millones de viajes) 4/	38,7	40,5	42,4	44,4	46,5	48,6	14,4	16,5	27,1	37,2	43,5
Var.% Flujo de Viajes	4,6%	4,6%	4,6%	4,7%	4,8%	4,4%	-70,4%	14,8%	64,3%	37,1%	16,9%
Ingreso por el Flujo de Viajes por Turismo Interno (Millones US$) 5/	4 631	4 464	4 565	5 095	5 378	5 910	1 418	2 129	3 671	4 912	6 367
Var.% Ingreso por el Flujo	2,9%	-3,6%	2,3%	11,6%	5,6%	9,9%	-76,0%	50,1%	72,4%	33,8%	29,6%
Empleo Turístico (Miles de personas..	1 225	1 257	1 285	1 325	1 383	1 457	697	834	1 008	1 156	1 312
Var.% Empleo Turístico	0,8%	2,5%	2,3%	3,1%	4,4%	5,4%	-52,2%	19,6%	21,0%	14,6%	13,5%

Nota. Principales cifras del turismo 2014-2024, MINCETUR 2024 (*https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html*)

Vemos que el aporte del sector turismo en el PBI está subiendo, pero aún no se recupera los aportes antes de la pandemia (2014-2019), que representaron el promedio de PBI de 3.9%.



Nota. Principales cifras del turismo 2014-2024, MINCETUR 2024 (https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html)

Vemos que el ingreso por turismo receptivo está en crecimiento, para este año 2024 a mayo se tuvo 4,526 (millones US$) pero, aún no superamos los millones que ingresaron antes del Covid19.

2.2.3. Teoría sobre la motivación humana



Abraham Maslow propuso esta teoría en 1943, nuestra investigación se relaciona con el nivel 3; podemos indicar que una vez satisfecha la necesidad de protección y seguridad, donde se genera ingresos, luego se busca la necesidad de relacionarse es ahí donde ubicamos los viajes, donde las personas se desplazan de un lugar. A consecuencia de ello surge el turismo receptivo, por lo que muchos ya viajan fuera de su país a conocer otros atractivos turísticos. Por lo que concluimos que hacer turismo es una necesidad para el ser humano, por muchos factores que cada persona se motiva hacerlo.

2.3.Marco Normativo

- ✓ Artículo 76° de la LIGV – D.S. N° 055-99-EF, publicado el 15/04/1999.

- ✓ R.S. N° 097-2023/SUNAT, publicado el 01/05/2023.

- ✓ La actividad turística en el Perú se gobierna por la Ley General de Turismo N°29408 publicada el 18 de setiembre del año 2009. Posteriormente mediante la Ley N° 30753 se modifica la Ley General de Turismo en lo referente a los aspectos relacionados con el Plan Estratégico Nacional de Turismo y con el Plan Estratégico Regional de Turismo.

2.4.Definición de términos

2.4.1. Atractivo turístico

Es un lugar que atrae a los turistas por su grado de cultura que se posee, la importancia histórica y su belleza. Además, ofrece actividades recreativas, aventureras y entretenidas según los intereses del turista, donde se va relajar y apreciar las riquezas que existe en cada región. También podemos afirmar que es el sitio que llama la atención. (MIMCETUR, 2019)

2.4.2. Constancia “TAX FREE”

Documento electrónico emitido por el Establecimiento Autorizado que contiene los datos de la operación cuyo IGV será materia de la devolución.

2.4.3. Crecimiento económico

Es un proceso mediante el cual la riqueza de un país aumenta con el tiempo. No basta el incremento de dinero sino generar valor; se mide con el PBI, es decir la cantidad de consumo que se genera en un determinado periodo, ya sea de bienes o servicios.

2.4.4. Divisas

Son monedas extranjeras distinta al país de origen, y son un elemento clave para la economía, facilitan las transacciones comerciales entre países.

2.4.5. Empleo

Es un esfuerzo que tiene una retribución por parte del empleador, donde se satisface las necesidades de un determinado grupo.

2.4.6. Entidad Colaboradora

A la persona jurídica encargada de realizar la devolución del IGV al turista. El costo fijo de intermediación que se descuenta es el 15%. Es decir que por cada operación de reintegro que hace al turista.

2.4.7. Establecimiento Autorizado

Se refiere a la entidad que cumple con afiliarse con la entidad colaboradora y obtiene la autorización de la SUNAT para realizar la venta de bienes de acuerdo a la norma.

2.4.8. Factura Electrónica

Es un comprobante de pago que se genera de acuerdo a las normas sobre la materia, donde autentifica la adquisición del bien o conjunto de bienes.

2.4.9. Turismo

Es el traslado por la propia iniciativa que realiza la persona y por un determinado tiempo. Donde se entablan relaciones con otras personas y se consumen servicios. Principalmente se relaciona a descansar disfrutando de cada experiencia. (Ruffino,2021)

2.4.10. Turista

Es un visitante que se queda por un tiempo determinado, para satisfacer sus necesidades de recreación y placer. (RAE, 2023)

2.5. Definición de categorías y subcategorías de análisis

2.5.1. Arribo de turistas

Los datos sobre los turistas que arriban se vinculan al número de llegadas, no a la cantidad de personas que viajan. En caso uno viaja varias veces al mismo país, se computa

como nueva llegada. Por lo que se puede afirmar que ingresan los turistas por un puesto de Control Migratorio que se ha establecido en cada Aeropuerto. (Indexmundi,2020).

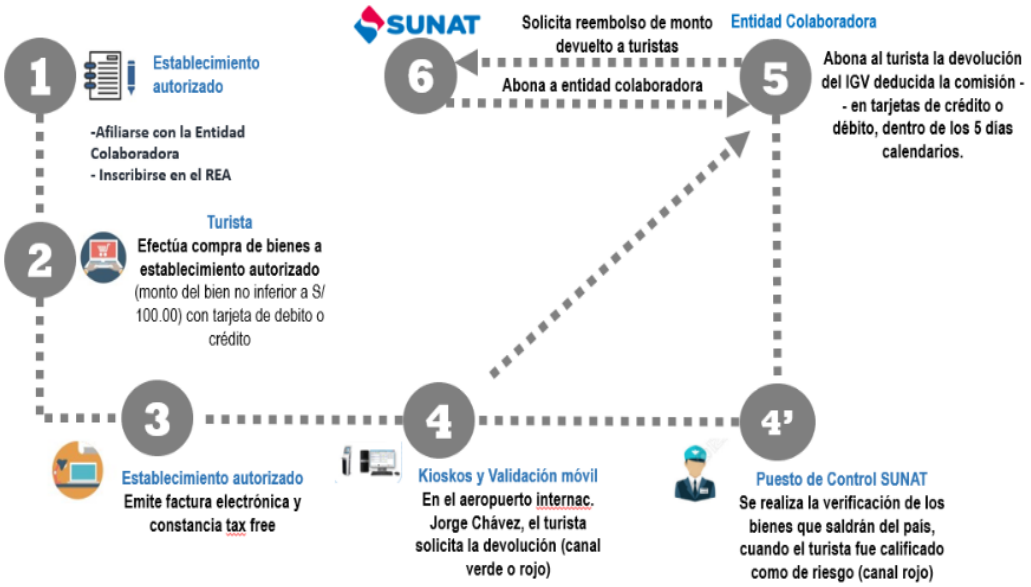
2.5.2. Permanencia de estadía

Según la Real Academia Española, la permanencia es entendida como “estancia en un lugar o sitio”. Por lo cual entendemos que es el tiempo en días que un turista decide quedarse en el país, para conocer diversos atractivos turísticos del lugar elegido como su destino, con el propósito de vacacionar y satisfacer sus expectativas en la localidad que pernocten.

2.5.3. Procedimiento de devolución

Los turistas no domiciliados que llegan al territorio peruano como turistas pueden gestionar el reintegro del impuesto al valor agregado sobre los bienes adquiridos, cuando al salir del país, son trasladados por la ruta marítima o por el espacio aéreo, por los propios turistas.

Esquema del reintegro del IGV a turistas



Nota. SUNAT (2023)

2.5.4. Promoción de turismo receptivo

Hunziker y Krapf (1942) Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que surge por el movimiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por factores para generar dinero, sino a disfrutar su tiempo libre en conexión con la naturaleza.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), el turismo abarca las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en diversos lugares diferentes a su ambiente habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de descanso, por negocios y otros.

El fenómeno de que una persona salga y regrese a su lugar de residencia habitual por razones obvias u ocultas, incluido el entretenimiento, el encuentro y la comunicación con otros, y el uso de la tecnología, causa muchas condiciones diferentes y diversas experiencias e influencias en el lugar visitado. (Panosso Netto,2010)

El turismo receptivo es la agrupación de operaciones realizadas por las personas durante sus visitas a países diferentes al lugar que habitan. Se considerado como turismo, la estadía en el lugar visitado debe durar como mínimo una noche y como máximo un año, y el motivo de viaje debe ser diferente al de empleo remunerado en el país visitado. Es decir, no deben generar dinero durante el tiempo de visita. (PROMPERÚ,2019).

2.5.5. Sistema de devolución del IGV

El IGV es un impuesto indirecto donde la persona natural realiza el pago del impuesto en amparo del estado a través de un agente que es la empresa. (Castilla,2023). En el Perú se ha establecido a ciertos grupos o sectores la devolución del IGV. Por lo que se ha diseñado un procedimiento donde las compras que haga el turista tengan un reintegro del IGV.

2.5.6. Venta de bienes adquiridos por extranjeros

La Ley del IGV define la venta como: todo acto por el que se transfieren bienes a título oneroso, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen esa transferencia y de las condiciones

pactadas por las partes. Según el reglamento de la Ley del IGV define VENTA: todo acto a título oneroso que conlleve la transmisión de propiedad de bienes, independientemente de la denominación que le den las partes. (Decreto Supremo N.º 055-99-EF,1999)

La American Marketing Asociation, precisa que la venta es un procedimiento donde el vendedor corrobora y satisface la necesidad del comprador, es decir hay un beneficio mutuo, donde cada agente que interviene al final resulta beneficiada con este proceso de la venta. (Thompson, 2005)

III. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS Y CATEGORÍAS

3.1. Supuestos hipotéticos

3.1.1. Supuesto hipotético general

Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces se tendrá mayor acogida de los participantes.

3.1.2. Supuestos hipotéticos específicos

Supuesto hipotético especifico 1

Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces cuando se realiza la venta de bienes, el turista tendrá que solicitar la constancia Tax Free y la factura.

Supuesto hipotético especifico 2

Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces se incrementará el procedimiento de devolución.

3.2.Sistemas y categorización de análisis

Tabla 2

Categorías, subcategorías y características

Categorías	Subcategoría	Características
Sistema de Devolución del IGV	Venta de bienes adquiridos por extranjeros	Constancia “Tax free
		Factura
	Procedimiento de devolución	Entidad colaboradora
		Establecimiento Autorizado
Turismo receptivo	Arribo de Turistas	Crecimiento
		Empleo
	Permanencia de estadía	Descentralización

Nota: Elaboración propia

IV. METODOLOGÍA

4.1.Enfoque de la investigación

En esta investigación usaremos el enfoque cualitativo, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) exponen que la investigación cualitativa se centra en comprender el fenómeno que se estudia y aprender sobre él por medio de traducciones u observaciones de quienes aprecian o experimentan ese fenómeno.

El enfoque cualitativo, analiza la realidad en el entorno natural en donde se interpretan y estudian a las personas a las cuales se va a analizar puesto que para realizar este tipo de enfoque es necesario utilizar una serie de instrumentos para recolectar información como son: las entrevistas o cuestionarios, las representaciones gráficas, las historias bibliográficas en los cuales detallan su vida cotidiana y las preocupaciones personales en las cuales enfrentan en el transcurso de su vida (Blasco y Pérez 2007, pág. 17)

4.2.Diseño de investigación

El diseño de la investigación es fenomenológico, este proceso generalmente involucra la recolección de datos a través de entrevistas en profundidad, observaciones o narrativas, y luego el análisis de estos datos se centra en identificar los temas y patrones que reflejan la esencia de las experiencias descritas por cada uno de los participantes. El objetivo principal es explorar y comprender cómo las personas experimentan y perciben fenómenos específicos desde su propia perspectiva. Esto implica un enfoque en la descripción detallada de esas

experiencias tal como son vividas, sin influencias externas o interpretaciones teóricas que puedan distorsionar la percepción del fenómeno.

4.3.Credibilidad de la investigación

El proceso de la investigación se está desarrollando con el apoyo del asesor temático, la asesora metodológica y la coordinadora del taller de tesis, para garantizar importancia y autenticidad de la información que se está brindando.

4.4.Sujetos de estudio

Las personas que se usó para la investigación cualitativa estuvieron integradas por 7 especialistas profesionales con elevada experiencia en el tema.

4.5.Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Robles (2011), siempre que se mantengan las descripciones e interpretaciones precisas de las entrevistas, la entrevista a profundidad es una técnica de investigación cualitativa muy útil. La paciencia es un factor importante que debemos tener en cuenta durante cada entrevista porque la elaboración de datos es un proceso lento y continuo.

Se realizó una entrevista a profundidad, el instrumento que se uso es la guía de preguntas esto ayudará a conseguir información de forma sistemática.

4.6.Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de información

Se usó la técnica de entrevista a profundidad, la cual busca explorar las experiencias, opiniones y perspectivas de los participantes de manera detallada. Esta técnica se caracteriza por ser una conversación abierta y flexible entre los investigadores y el participante, donde se permite una exploración amplia de temas relevantes al estudio. El objetivo principal es obtener información rica y detallada sobre las experiencias y percepciones de los participantes, sin limitaciones impuestas por cuestionarios estructurados.

El procedimiento se llevó a cabo mediante la plataforma virtual Google Meet, por facilidad de los entrevistados. Al empezar la entrevista se solicitó el consentimiento para grabar la reunión y formar parte de la investigación. Mencionando que toda información que nos brinda es confidencial, no se revelara los nombres de los participantes. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de 35 minutos.

Por saturación teórica se quedó con 7 entrevistas.

4.7.Análisis de datos

Para comenzar, las entrevistas se grabaron en Google Meet y se transcribieron en la aplicación Microsoft Word las siete entrevistas a profundidad realizadas a profesionales de tributación y de turismo, codificando las categorías y subcategorías, cuyo informe se presentará en el Capítulo V.

Posteriormente, se cargó la data al software ATLAS.ti 9, el cual es un software de ordenamiento de datos para el análisis de información utilizada en investigaciones cualitativas, en el software se codificaron las entrevistas de acuerdo con las categorías y subcategorías establecidas en el proyecto de investigación. También, se tuvo en cuenta la posible aparición de categorías o subcategorías emergentes durante el proceso. Además, con ayuda de los memos se tomaron apuntes de las reacciones de cada entrevistado que nos ayudaron más adelante a realizar un análisis integral de cada respuesta. Así mismo, la aplicación nos ayudó también a realizar redes con las categorías y subcategorías para dar la introducción en los resultados.

Posteriormente, se procedió a exportar los informes de cada código identificado para realizar un análisis en base a los testimonios y reacciones de todos los entrevistados, y se realizó una síntesis de todas las opiniones seleccionadas.

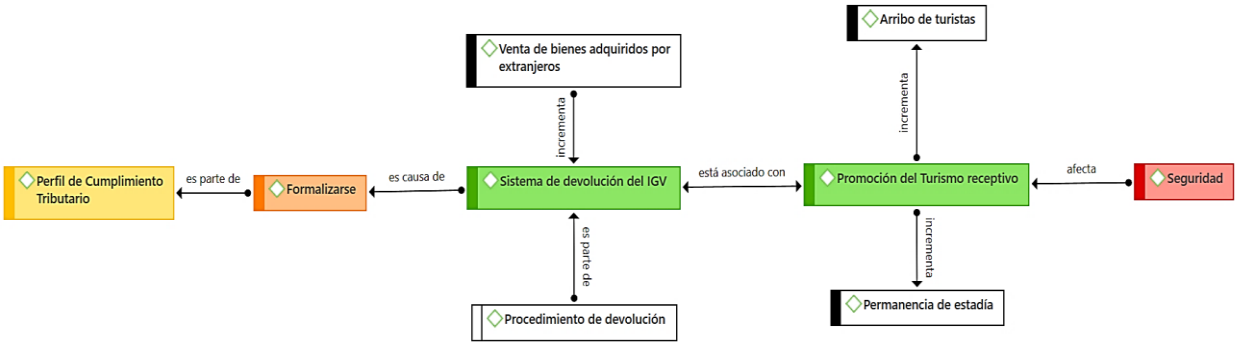
Finalmente, con la información obtenida, se procedió a la redacción de los resultados por cada uno de los objetivos específicos planteados, además de tres subcategorías emergentes surgida durante el análisis de la información.

V. RESULTADOS

En la entrevista participaron siete profesionales con experiencia en el tema, de los cuales 5 cuentan con grado de Magister y 2 son Licenciados. El área de trabajo que se dedican es: Tributación, Impuestos, Tributación y Política Fiscal, Auditoría Tributaria y Turismo, cuyo promedio de experiencia en el área es de 21 años. Donde el 29% son del sexo femenino y el 71% del sexo masculino.

Los resultados de la presente investigación tienen como categorías y subcategorías lo siguiente:

Figura 1: Categorías y subcategorías

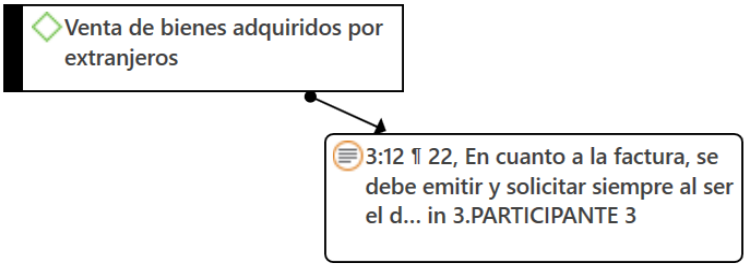


Nota: Elaboración propia

Respecto al objetivo específico uno, que dice: Explicar la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Se ha identificado que:

Que la venta es la transferencia que se realiza de un bien o servicio a un comprador, donde se benefician ambas partes, es decir el que compra y el que vende. Para nuestra investigación vamos a relacionar solamente la venta de bienes tangibles grabadas con IGV, en otras palabras, aquellos productos que se pueden ver, tocar y que sean consumidos fuera del país. Por lo cual en toda operación donde se realiza la venta, el turista deberá solicitar una factura electrónica y la constancia de Tax Free para acceder a la devolución del IGV al momento que retornen a su país. Estos dos documentos son emitidos por los Establecimientos Autorizados. Los especialistas mencionan que es necesario solicitar ambos comprobantes, pero si hay la posibilidad de unir la Factura y la constancia de Tax Free sería favorable para los integrantes de este proceso.

> *"...En cuanto a la factura, se debe emitir y solicitar siempre al ser el documento tributario que acredita la transacción comercial. La constancia de Tax Free, es un requisito para acceder a la devolución en Perú, pero se podría evaluar un cambio normativo que no la requiera, quizá agregar simplemente un dato en la factura que indique que se accederá a Tax Free..."*
>
> *"...operaciones en las que participen sujetos que, por un lado, tengan derecho a solicitar algo y, por otro, la obligación de entregar lo reclamado, resulta no solo importante sino necesario establecer en el proceso la garantía de identificar la trazabilidad de las operaciones..."*



Nota: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que esta devolución del IGV únicamente es para los turistas no residentes, ósea que no es para turistas peruanos residentes y no residentes, tampoco para turistas peruanos con doble nacionalidad. Los especialistas afirman que se debe realizar un estudio para beneficiar a los turistas peruanos que residen en otros países y que no cuentan con doble nacionalidad. Por lo que el turismo receptivo incrementa el empleo, transporte, hospedajes, etc. Esto propaga que la economía este en constante movimiento, generando crecimiento en otros sectores.

> *"…Si la Ley incluyera a los peruanos no residentes, que son los que vienen a menudo a visitar a sus parientes, vienen todos los años, yo conozco hay gente que viene todos los años, incluso dos veces al año a visitar a sus parientes o a comprar cosas que no hay en el país donde vive, creo que estaría mejor hecha la Ley…"*

> *"…empleos directos como por empleos en alojamientos, restaurantes, agencia de viajes, guías de turismo, artesanía y empleos indirectos como, por ejemplo, trasporte, proveedores de alimentos, construcción y otras…"*

Según el reporte emitido por MINCETUR con apoyo de la información de data proporcionado por Migraciones, hay muchos peruanos que ingresan al país por lo que desde nuestro punto de vista también se debe beneficiar a este grupo, de acuerdo con la Teoría General este incentivo es un beneficio económico para mejorar el sector y según la data que se ha obtenido de SUNAT solamente el 1% de turistas se beneficia de esta devolución del IGV, por ello se debería ampliar este alcance para turistas peruanos que ingresan al país, y seguir que puedan incrementar su consumo llevando productos peruanos.

Otro de las condiciones que deben cumplir los turistas para admitir a la devolución del IGV es que el precio del bien que adquieren no debe ser inferior a 100.00 soles. Hay muchos productos con lo que contamos, que cuestan menos de 100 soles, por ejemplo, el Pisco, alpacas de peluche, aretes de plata, artesanías, etc. Los especialistas en el tema sugieren bajar el importe a un monto más accesible para que se beneficien más turistas y que se incrementen las ventas de los productos. Debemos tener en cuenta el poder de compra que poseen los turistas según el país de origen. Revisando la data de los 10 países que viajan a Perú encontramos que el país que más turistas aporta es Chile, EE. UU, Ecuador, Bolivia, Brasil, Colombia, España, Argentina, México y Francia.

> *"...tenemos turismo receptivo de Latinoamérica y tenemos turismo receptivo de otros países donde el poder adquisitivo es mayor entonces teniendo estas cosas en mente yo te diría que para efectos de los turistas de Latinoamérica 50 soles me parece que es un monto correcto porque además si ya empiezo a disminuir el monto entonces voy a tener también problemas de control con la cantidad de los bienes y la cantidad de información que va a entrar al sistema..."*

> *"…Desde el punto de vista jurídico es cuestionable por qué establecer un monto mínimo de compra para acceder a la devolución. ¿Tiene acaso más derecho el que compra S/ 101.00 que el que compra S/ 99.00? ¿Se afecta el principio de igualdad tributaria? En el ejemplo, qué justificaría para que por una diferencia de soles tan pequeña (S/ 2.00), un sujeto sí pueda acceder a la devolución y otro sujeto no pueda acceder…"*

Por ello que la disminución de los precios ayuda a que más turistas se beneficien y también se incremente las ventas, esto va permitir que más empresas se inscriban ya que los turistas van a impulsar a través de sus compras en los locales que cuentan con este servicio. A si mismo también se debe acceder a este beneficio realizando compras virtuales, ya que en la actualidad los establecimientos autorizados no permiten este beneficio si no compras en las tiendas físicas. A pesar que la gran mayoría cuenta con un móvil, deberían permitir acceder a

la devolución del IGV a turistas a través de las compras virtuales, por ejemplo, como solo dejan que los pagos sean a través de tarjetas de crédito o débito, por seguridad algunos no siempre llevan sus tarjetas, o tal vez pueda presentarse una necesidad de comprar a última hora un producto lo podrán solicitar de manera virtual.

Respecto al objetivo específico dos, que dice: Explicar el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Se ha identificado que:

Debemos tener presente que la Entidad Colaboradora designada por SUNAT es Global Blue Perú SAC. Para poder contar con la autorización de la SUNAT las empresas que generan Rentas de Tercera Categoría, deben registrarse a través del formulario virtual N°3170, por el portal con su Clave Sol, en un plazo de 5 días hábiles, la SUNAT emitirá una resolución donde se autoriza el Registro de los Establecimientos Autorizados-REA. Pero antes la Entidad autorizada debe también inscribirse a la Entidad Colaboradora. Pero hasta la fecha solo están inscritas 27 entidades, uno de los motivos principales es que no existe difusión del tema. Por lo cual hay pocos establecimientos que realizan esta devolución de IGV a turistas.

> *"…orientación al turista al llegar al país para que pueda conocer el proceso y recabar la documentación; adicionalmente, cada empresa afiliada al REA debería contar con algún folleto o material informativo en sus establecimientos…"*

> *"…ver las cosas es una inscripción simple, sencilla, pero que implica ser un contribuyente que colabora con el Estado al exigírsele cumpla oportunamente con sus obligaciones tributarias y estar acondicionado de sistemas informáticos que habiliten el cumplimiento de las exigencias operativas que exige este modelo de devolución del IGV…"*

> *"…mejorar también a través de los medios de comunicación, del Tik Tok, YouTube, etcétera, a través de esos funcionarios de SUNAT, que puedan hacer ejemplos en las plataformas para que al contribuyente le sea más fácil, hacer el trámite de la solicitud es sencillísimo y rápido…"*

Asimismo, los turistas que ingresan al país desconocen el tema, por lo que se necesita informar desde el momento en que ingresan al país, generar publicidad, para que sepan. Esto va permitir que se lleven una mejor experiencia de su visita al país, ya que no tendrán problemas al momento de solicitar su devolución del IGV cuando retornen a su país y van a recomendar a sus compatriotas incluso van a transmitir lo fácil que fue realizar el trámite. Sino va generar una experiencia negativa ya que se van a ir molestos pensando que es un engaño. Debemos tener en cuenta que mientras más informados estén los turistas de esta Devolución del IGV, se incrementaran las ventas de los Establecimientos Autorizados, revisando la lista de las empresas que se encuentran afiliadas, son principalmente el rubro de textiles y joyerías.

ESTABLECIMIENTOS AUTORIZADOS A JULIO 2024

N°	RUC	Razón Social	Fecha de Incorporación	Número de Resolución	Número de Inscripción REA	Lugar
1	20107945874	IDEAS APLICADAS SA	10/05/2023	220240002349	1	San Isidro
2	20296897338	MB TEXTILES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MB TEXTILES S.A.C.	20/05/2023	220240002397	2	San Luis
3	20100927285	CASA BANCHERO S A	9/06/2023	220240002478	3	Miraflores
4	20557674161	LOVANDI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - LOVANDI S.A.C.	9/06/2023	240240077884	4	San Borja
5	20122823971	CREACIONES MUBARAK S.R.L.	22/06/2023	240240077919	5	Miraflores
6	20600516885	METAS PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - METAS PERU S.A.C.	22/06/2023	220240002485	6	San Isidro
7	20544651651	MURGUIA.COM S.A.C	23/06/2023	240240077918	7	Santiago de Surco
8	20107277405	WILHELMI MONGE SRL	3/07/2023	220240002487	8	Miraflores
9	20549455582	SURBAP S.A.C.	7/07/2023	220240002486	9	San Isidro
10	20100593484	H. STERN PERU SOCIEDAD ANONIMA	9/08/2023	220240002513	10	San Isidro
11	20100226813	INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	24/08/2023	520240000420	12	Arequipa
12	20101920721	COMERCIAL MONT S.A.C.	20/10/2023	120240002767	16	Santiago de Surco
13	20524045843	Q.P.R. SAC	20/10/2023	120240002760	14	Miraflores
14	20517360954	OPERADORA INKA S.A.C.	27/10/2023	220240002705	18	Miraflores
15	10093836842	CHU CHAN JOSE GREGORIO	30/10/2023	240240079059	17	San Borja
16	20329790682	CLASS COMPLEMENTS SAC	2/11/2023	220240002701	15	Miraflores
17	20133530003	CREDITEX S.A.A.	7/11/2023	120240002783	19	Ate
18	20419195317	INKA TERRA PERU S.A.C.	8/11/2023	220240002704	20	Miraflores
19	20501649261	DISEÑOS TATOO PERU S.R.L.	24/11/2023	220240002748	21	San Isidro
20	20451750497	SISSAI JOYERIA S.A.C.	13/12/2023	240240079323	22	San Isidro
21	20138998780	RENZO COSTA S.A.C.	20/12/2023	120240002813	23	San Isidro
22	20101030882	VALDITEX S A	29/12/2023	120240002814	24	Ate
23	20558592487	ANNTARAH PERU S.A.C.	11/01/2024	220240002796	25	Miraflores
24	20100997909	JOYERIA ALDO S.A.C.	12/04/2024	220240002834	26	San Borja
25	20507767193	LABERINTO S.A.C.	9/05/2024	240240079557	27	Barranco
26	20338395290	GRUPO YES S.A.C.	3/06/2024	220240002857	29	San Isidro
27	20609464080	SOCIEDAD PERUANA DE TIENDAS S.A.C.	4/06/2024	490250005549	30	Ate

Nota: Elaboración propia

De los 27 establecimientos Autorizados, cuando se realizó el estudio identificamos que 26 están en Lima y solo una está en Arequipa, es por este motivo que también nos damos cuenta que falta promocionar más este beneficio para que más empresas se inscriban y mejores sus ventas.

> *"…necesario el apoyo en el proceso del reintegro del IGV a los turistas a efectos de facilitar la misma, más aún cuando el turista desconoce la legislación local que le permita acceder a la devolución…"*

> *"…Si la finalidad de la norma es promover el turismo receptivo, entonces sí o sí la difusión de este esquema es muy importante. Sin difundir el esquema prácticamente es como tener un elefante blanco, que tenemos un esquema que nos tiene todo un costo, porque hacia adentro de la administración tributaria, o sea, hay procedimientos administrativos que se afectan, que se van a afectar de igual manera si sean 10 turistas los que piden la devolución o así sean 10 mil. Entonces, si ya tenemos un costo fijo como Perú, la idea es que esto se siga difundiendo más…"*

> *"…deben ser comunicados al turista a efectos de otorgar certeza y predictibilidad a los mismos sobre las actuaciones que realicen ante las mismas..."*

Los especialistas están de acuerdo que el turismo receptivo genera crecimiento económico, en diversos sectores, por lo cual se debe mejorar difundiendo desde el momento que ingresa el turista al país, a través de medios de comunicación realizando publicidad. Así mismo se debe invertir en mejorar las carreteras que son las vías de acceso para que el turista se pueda movilizar y conocer los atractivos turísticos con los que contamos, aprovechar la biodiversidad de climas que tenemos y que todo el año siempre hay turistas que llegan al país.

Por esta razón el turismo receptivo es importante para la economía del país, aporta divisas con lo cual ayuda a nuestra economía no solo de Lima sino al interior del Perú.

> *"…si hacemos que haya más fluidez de turistas, eso incrementa más la economía del país…claro si se genera y es una cadena pues porque los restaurantes para atender también mueven otros sectores productivos…"*

> *"…Aún tenemos problemas con nuestro sistema de transporte y carreteras. Claro ejemplo es lo que va a generar la puesta en funcionamiento del Puerto de Chancay, no estamos preparados con nuestras carreteras…"*

> *"…En el caso de los diferentes lugares turísticos, es conveniente mejorar los accesos, por ejemplo, el acceso a la Ciudad más Antigua de América Caral, no tiene autopista que permita un rápido acceso…"*

> *"…Ello porque el Perú tiene atracciones turísticas en diferentes partes del país, con diversos climas y microclimas que hacen que durante el año se tenga lugar donde visitar. Ello genera la posibilidad de recibir turismo en sus diferentes partes, lo que evidentemente influye en la descentralización…"*

En la investigación surgieron tres subcategorías emergentes que son formalizarse, perfil de cumplimiento y la seguridad. Los profesionales especialistas indican que la devolución del IGV a turistas permite que los Establecimientos Autorizados cumplan con los requisitos y condiciones para mantenerse, según ello la SUNAT podrá tomar la decisión de excluirlos, por otro lado, está relacionado con el perfil de cumplimiento tributario que se ha establecido. Actualmente en el país se ha incrementado la inseguridad por lo que afecta el turismo receptivo, ya que la delincuencia genera miedo y hace que el turista opte por visitar otros países donde se sienta más tranquilo. Si queremos que lleguen más turistas al Perú tenemos la responsabilidad de mejorar la seguridad.

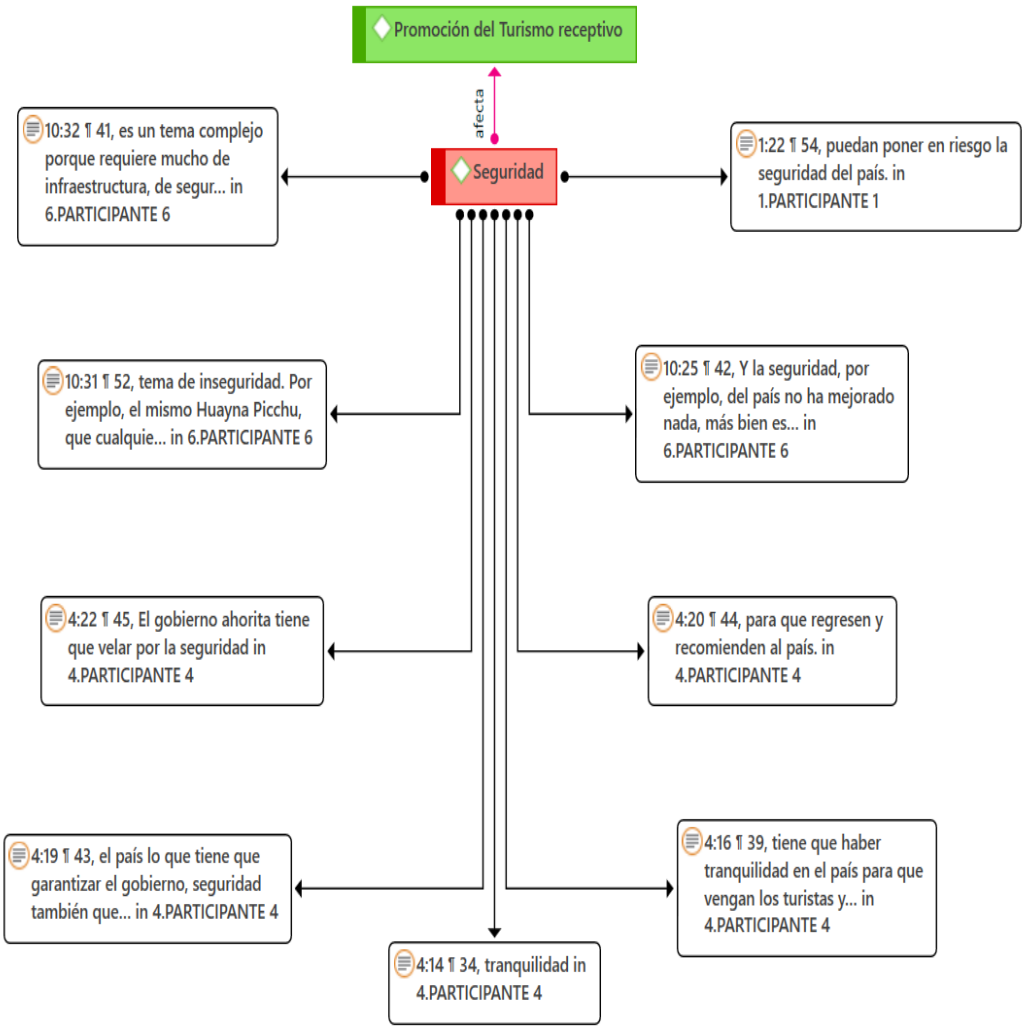
"…formalizarse y acceder a este beneficio o mantenerse evadiendo obligaciones tributarias; sin embargo, legalmente no existe tal evaluación de alternativas, deben de formalizarse…"

"…es una oportunidad para propiciar ello, generar más puestos de control y mayor formalidad en el sector…"

"…estamos en un país donde los niveles de cumplimiento tributario son bajos, entonces cualquier esquema que vaya favorecer al contribuyente, cualquier beneficio tributario si lo vemos de esa manera, siempre tiene un componente alto de la administración tributaria en cuanto a los costos de control…"

"…tiene que haber tranquilidad en el país para que vengan los turistas y se paseen por todo el Perú, incluso al centro de Lima les gusta hay unos que vienen especialmente para el Centro histórico…"

"…el País lo que tiene que garantizar el gobierno, seguridad también que ahora está mal no que vengas y te roben, que te asalten en el aeropuerto, desde que toman el taxi que lleguen a lugares seguros…"



Nota: Elaboración propia.

Según la publicación del Diario Gestión del 14 de agosto, cerca de 137,000 mil empresas se encuentran desaprobadas en calificación del perfil de cumplimiento, la mayoría está en el perfil C o D. La finalidad del Decreto Legislativo es incentivar las obligaciones tributarias voluntarias y mejorar el control con estos recursos. Según la norma define que el perfil de cumplimiento es la calificación establecida por SUNAT según su nivel de cumplimiento existen 5.

a. *Calificación A:*

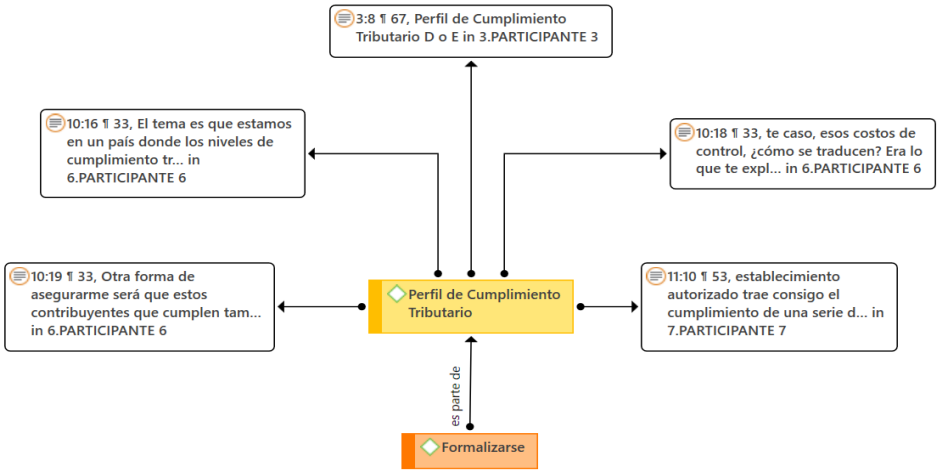
b. *Calificación B:*

c. *Calificación C:*

d. *Calificación D:*

e. *Calificación E:*

Con estas calificaciones la SUNAT tendría que capacitar a las empresas para que cumplan con sus obligaciones tributarias de manera oportuna y así tenga una calificación medio o alto para poder afiliarse a los Establecimientos Autorizados.



Nota: Elaboración propia.

VI. DISCUSIÓN

6.1. Aporte de la investigación

Respecto al resultado del primer objetivo, que consiste en explicar la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Se detalla que la venta de bienes adquiridos por los extranjeros favorece al turismo receptivo, generando más crecimiento en la economía del país, por lo que beneficia a otros sectores por ello los profesionales recomiendan disminuir el importe establecido de 100 soles a 50 soles. Para que más turistas puedan acceder a este beneficio. Asimismo, se debe permitir que este beneficio sea para peruanos que no residen en el país, con esto vamos a lograr que se incrementen las ventas y que más entidades se registren como Entidades Autorizadas en todo el Perú, generando la formalización de muchas empresas dedicadas a la manufactura, artesanía, textil, etc. Por lo cual emitirán facturas electrónicas y la constancia de Tax Free.

Respecto al resultado dos, es muy importante que el turista este informado sobre el procedimiento de devolución del IGV para que tomen la decisión de comprar productos peruanos y llevar a su país de origen. Por otra parte, también mejorar la difusión para que no solo los turistas estén informados sino también las entidades, para que se puedan inscribir como Establecimiento Autorizado y así incrementar sus ventas. Esto genera que la economía del país se incremente creando más oportunidades de trabajo y que seamos elegidos por los turistas como el destino más visitado y recomendado de Sudamérica.

6.2.Comparación de los resultados de la investigación con estudios previos.

Este resultado se asemeja con la conclusión de Cano, Sánchez, y De los Ríos (2021) quienes señalan que la devolución del IVA a turista genera un impacto positivo en la economía de Colombia, su objetivo ha sido fortalecer el sector económico, teniendo en cuenta el costo de oportunidad que representa al generar ingresos indirectos. Asimismo, promueve la creación de empleo y desarrollo en otras regiones, por lo que los comercios buscan formalizarse para beneficiar a este grupo e incrementar sus ventas, cumpliendo las exigencias de la Dirección de Impuestos y Adunas Nacionales-DIAN.

Al respecto Romero (2019) señala que medidas legales como la devolución del IVA a turistas extranjeros en servicios de alojamiento en Argentina y Brasil, según las pericias en los países dicha medida permite alcanzar mayores ingresos y pretende fomentar la llegada de más turistas. Donde afirma que el descuento que percibe el turista va invertir en otras compras o servicios. También nos indica que la recaudación que genera el turismo se debe reinvertir en mejorar las infraestructuras de los destinos. Asimismo, menciona que debe beneficiar a los turistas nacionales para impulsar el turismo nacional.

El resultado se asemeja a Andaluz y Chalá (2024), quienes señalan que la devolución del Impuesto al Valor Agregado IVA a adultos mayores en Ecuador-Quito, tiene una relación, pero el principal motivo por el cual no acceden a la devolución es por falta de información suficiente de cómo es el proceso que se realiza para beneficiarse a este derecho que por Ley les corresponde, y que el trámite es muy complejo por lo que no le dan mucha importancia. También sugieren que deben tener apoyo para realizar estos trámites y así poder obtener su devolución del IGV.

6.3. Validación de la teoría referente.

Nuestra investigación se relaciona con la Teoría General del derecho donde la persona tiene la obligación de pagar el tributo, para el reembolso del impuesto, debido a que el reintegro del IGV a turistas se aplica para mejorar la economía y para bienes gravados con IGV, por lo que fomenta al consumo y que las empresas vendan más, incrementándose la renta.

Pero en la normativa hacen exclusión a turistas no residentes, sim embargo no aplica para turistas peruanos. Desde mi punto de vista de igual modo se debe considerar a este grupo por la teoría en mención ya que un turista peruano que viene al país realiza sus compras para que pueda llevar al país donde reside. Cumpliendo que el consumo lo hace en otro país, por lo cual se deberían beneficiar.

Asimismo, la investigación se relaciona con la Teoría del Espacio donde el turismo receptivo tiene un punto de inicio y un lugar de llegada, que es el destino que elige conocer el turista. Muchos turistas antes de viajar buscan información por tal motivo debemos siempre mantener actualizadas las redes sociales referente a estos temas relacionados al turismo.

Además, el espacio incluye la infraestructura de un país en el cual se relaciona por lo que se tiene pensado la apertura del Aeropuerto Internacional de Chinchero para en el primer trimestre de 2026, esto va generar mayor turismo para la región de Cusco, por lo cual se deberá abrir otro puesto de control.

Otro punto está relacionado con la jerarquía de necesidades que al turismo lo ubicamos en el nivel 3, por lo que se satisface la recreación de las personas y ayuda a relajarse y desconectarse por unos días de la rutina.

6.4. Limitaciones del estudio

Para nuestra investigación uno de los factores fue la política de datos que maneja Global Blue Perú.

6.5. Agenda futura de la investigación

En el Perú aun es nuevo este tema por lo que se recomienda continuar con la investigación, proponiendo como agenda para futuras investigaciones los siguientes temas:

- Realizar investigaciones sobre la recaudación tributaria que genera el turismo y el nivel de inversión en el desarrollo del turismo.
- Proponer un esquema sobre la tributación ambiental en el sector del Turismo en el Perú.
- Proponer el turismo en cruceros desde Perú y evaluar el reintegro del impuesto indirecto a los turistas.

CONCLUSIONES

1. En relación al objetivo general de la investigación se concluye que la explicación del sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Falta impulsar esta política que el gobierno ha implementado, por la poca acogida debido a que muchos turistas y empresarios desconocen la normativa, por ello se debe realizar mayor difusión a través de redes sociales en diversos idiomas, para un mayor alcance internacional, esto permitirá incrementar el turismo receptivo por los múltiples benéficos que genera para la economía del país. Contamos con historia, cultura, gastronomía y diversidad de recursos naturales para promocionar el turismo receptivo. El Gobierno debe supervisar que realmente se esté beneficiando el turismo receptivo incrementando la difusión con apoyo de MINCETUR y también mejorando la infraestructura que es vital para que el turista se desplace a conocer diversos puntos del país, en coordinación con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones-MTC.

2. En relación al objetivo específico uno de la investigación se concluye que la explicación de la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.Se debe modificar el importe del precio del bien de 100 soles a 50 soles a razón de que muchos souvenirs con los que contamos no pasan de 100 soles, esto va generar un mayor impacto en las ventas y también beneficiar el turismo receptivo en el país. Teniendo en cuenta el poder

adquisitivo que maneja cada turista. Adicional a ello se debe ampliar el beneficio a turistas peruanos que no residen en el país, es decir a aquellos que se encuentran viviendo fuera del Perú. Según la investigación se ha identificado que hasta agosto de 2024 aproximadamente el 1% de turistas se beneficia con esta política, por lo que si bajamos el precio del producto y ampliamos el beneficio a peruanos no residentes vamos a incrementar el consumo de los productos peruanos, porque al recibir este incentivo optaran por comprar más, causando que el nivel de renta se eleve, y generando mayor formalidad de los negocios por la emisión de las facturas electrónicas y las constancias TAX FREE que se logra beneficiar la recaudación tributaria en el país.

3. En relación al objetivo específico dos de la investigación explicando el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024. Vamos a generar mayor turismo receptivo, debido a que el turista va estar informado sobre la normativa peruana y podrá cumplir con los requisitos para que acceda a su devolución del IGV teniendo una información clara desde que ingresa al país. Por otra parte debemos estar preparados realizando más inversiones en hoteles, restaurantes, carreteras y capacitando constantemente a los agentes que participan para que tengan conocimiento de estos temas e informen de manera óptima al turista que consulte sobre la devolución del IGV, para que el turista se lleve una buena experiencia del Perú, y así recomiende a sus familiares y amigos que no solamente contamos con atracciones turísticas en diferentes partes del país, con diversos climas y

microclimas que hacen que durante el año se tenga lugar para visitar. También hay un incentivo que consiste en devolver el IGV por las compras que se llevan y funciona de manera óptima. Habilitando la gran ventana de mayores ventas o prestaciones de servicios, esto a su vez, genera más ingresos que redunda en crecimiento económico de los operadores involucrados, quienes por el mayor volumen de ventas deben pagar más impuestos.

4. Una de los factores que debemos tener presente es la seguridad que hoy en día se ha incrementado, donde el gobierno empezando por la presidenta de la República, con el apoyo de los ministerios de Interior, Defensa, Justicia, y de la inteligencia y gobiernos regionales deben implementar políticas para el control adecuado y así mantener el orden en el país, ya que un país que no brinda seguridad no va generar captación del turismo receptivo. Por ello es muy importante que el turista se sienta seguro y se lleve una imagen buena del Perú.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda mayor difusión por parte de SUNAT, MINCETUR sobre la devolución del IGV a turistas, a través de redes sociales ya que la mayoría cuenta con móvil, y también desde el Aeropuerto Jorge Chávez generar publicidad para que los turistas sepan de este beneficio. La difusión de este tipo de información es útil porque no solo incide en la inscripción de los comercios para lograr ser un establecimiento autorizado, sino también a promover las adquisiciones en territorio peruano, lo cual genera mayores ingresos para el establecimiento, lo cual redunda en una mayor base imponible sujeta al IR. Realizando alianzas con MINCETUR, para que las agencias de viajes promocionen estos temas, por las redes sociales y sus páginas web.

2. Se recomienda a los investigadores que profundicen más en las subcategorías emergentes de formalizarse y el perfil de cumplimiento, mejorando el portal de SUNAT y enviar anuncios de estos temas en su página y a todos los contadores que están inscritos en su base de datos. También que brinden más facilidades para que más empresas puedan acogerse a este sistema de la SUNAT, quizás ampliando la base del perfil de cumplimiento a los niveles D para incentivar a las empresas.

3. Se recomienda a los investigadores que profundicen más en las subcategorías emergente de seguridad determinar qué porcentaje de turistas consideran estar seguros en el país y que medidas está tomando la presidenta y todos los organismos involucrados para mejorar la

seguridad en todo los establecimientos y calles para permitir que el turista disfrute su estadía en el país. Adicional a ello el impacto que genera en el turismo receptivo.

4. Se recomienda al Ministerio de Transportes y Comunicaciones debe invertir en las carreteras para facilitar el acceso a los lugares turísticos en diversos puntos de Lima, mantener las señalizaciones, los semáforos en funcionamiento y realizar mantenimiento continuo en las infraestructuras viales y aéreas.

REFERENCIAS

Alvarado, M. (2019). *El turismo receptivo extranjero en la provincia de Leoncio Prado* [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias Económicas, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Repositorio Institucional UNAS. https://hdl.handle.net/20.500.14292/1698

Anchante, Y., & Huaranca, S. (2024). *Impacto de la devolución del IGV en la liquidez de las Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo en el distrito de San Isidro por el periodo 2018 – 2021* [Tesis para optar título profesional de Contador Público, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC.https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/668271.

Andaluz, G., & Chalá, L. (2024). *La cultura tributaria y su incidencia en la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para adultos mayores en el Distrito Metropolitano de Quito, periodo 2019 – 2022* [Tesis para la obtención del título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. Repositorio Académico Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/38123

Arequipa, E. (2023). *La devolución del IVA a exportadores y su impacto en la liquidez de las empresas florícolas de la ciudad de Latacunga* [Trabajo de Titulación previo a la obtención a la obtención del Título de Cuarto Nivel de Magíster en Tributación, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Académico UTA. https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/41539.

Blasco Mira, J. E., & Pérez Turpín, J. A. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes.* España: Editorial Club Universitario.

Cano, J. Sánchez, E. & De los Ríos, J. (2021). *Análisis de los efectos económicos y tributarios en la devolución del IVA a turistas extranjeros en Colombia* [Monografía presentada para optar al título de Especialista en Gestión Tributaria, Universidad de Antioquia]. Repositorio institucional de la Universidad de Antioquia. https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/26104

Castilla, Francisco 2023. *Derecho Tributario Peruano. Editorial Palestra*.https://www.google.com.pe/books/edition/_/oKxGEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&pg=PP1&dq=IGV)

Cevallos, A., Polo, E., Salgado, D., & Orbea, M. (2017). *Métodos y Técnicas de Investigación.* Ediciones Grupo Compás 2017. *http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/498/3/metodolog%C3%ADa.pdf*

Chávez Ackermann, P. (1993). La tributación. *Quipukamayoc*, 50.

Ciriaco, G. (2023). *El Tax Free como medio de promoción del mercado peruano y su relación con el ámbito de aplicación del impuesto general a las ventas* [Tesis para optar título Profesional, Universidad Nacional Mayor de san Marcos]. Repositorio Académico UNMSM. https://hdl.handle.net/20.500.12672/22404

De La Cruz, H. & Salazar, J. (2019). *Turismo sostenible y organización estratégica social en el restaurante turístico "Don Lucho" Huancayo – Junín, 2019* [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gestión Estratégica Empresarial, Universidad Peruana de Ciencias e Informática]. Repositorio Institucional UPCI. https://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/761

De Olivera, G (2007) *Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 16, núm. 1, marzo, 2007, pp. 96-108 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina* https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005

Decreto Supremo No 055-99-EF. (1999). *Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo.* Poder Ejecutivo. Diario Oficial El Peruano, 14 de abril

Fernández, G. (2022). *Estrategia de negociación prospectiva para el turismo receptivo internacional en la región Loreto al año 2024* [Tesis para optar título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería, Universidad Científica del Perú]. Repositorio Institucional UCP. https://renati.sunedu.gob.pe/handle/renati/195517

Fernández, T. (2020). *El turismo receptivo por vía aérea en las regiones turísticas de la Argentina y su relación con la infraestructura de apoyo* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio Académico UNS https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5700

Guerrero, L. (1977). *El derecho del contribuyente a la devolución de impuestos: (introducción a una teoría general).* [Tesis para optar el Grado de Doctor, Universidad Complutense Madrid]. Repositorio Institucional UCM. https://hdl.handle.net/20.500.14352/39859

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612

Ley N° 29408. *Ley General del Turismo*. (18 de setiembre de 2009). https://leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/29408.pdf

Ley N° 30753. (2018). *Ley que modifica los artículos 11, 12 y 24 de la ley 29408, Ley General de Turismo.*https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/ADLP/Normas_Legales/30753-LEY.pdf

McGraw Hill (2019). *La pirámide de Maslow.* https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow

MINCETUR (2024). *Llegada mensual de visitantes*. https://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/

MINCETUR, Reporte Mensual de Turismo.Perú,2024.https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informespublicaciones/5014213-reportes-de-turismo-reporte-mensual-de-turismo-diciembre-2023.

MINCETUR. (2019). *Estructura de productos con base a un atractivo turístico.* https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_estructura_productos_base_atractivo_sub2021.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas (2024). *Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo.* (Decreto Supremo 055-99).https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/decreto-supremo/826-d-s-n-055-99-ef/file.

Munné, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre: Un enfoque crítico.* México, DF: Trillas.

ONU TURISMO (2024). El turismo: *un fenómeno económico y social*. https://www.unwto.org/es/turismo.

Pérez, J. (2020). *Determinantes de la demanda del turismo receptivo en el Perú por países de la OCDE* [Tesis para optar título profesional de Licenciado en Economía y Negocios Internacionales, Universidad ESAN]. Repositorio Académico ESAN: https://hdl.handle.net/20.500.12640/2105

Prada, A. & Yarasca, L. (2023). *La influencia de las redes sociales en la promoción turística de las agencias de viaje minoristas en el distrito de Miraflores, 2021* [Tesis para obtener Título Profesional de Licenciada en Administración de Turismo, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional UNMSM.https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/e17376f8-f003-4ef9-b4e3-44c84f90bfc8

Presidente de la República. (2020). Decreto Supremo N° 226-2020 -EF. *(Modifica todo el capítulo XI del reglamento de la LIGV).* Lima, Perú: Diario Oficial El Peruano.

Raffino, Equipo editorial, Etecé (5 de agosto de 2021). *Turismo. Enciclopedia Concepto.* Recuperado el 14 de octubre de 2024 de https://concepto.de/turismo/.

Ramos, R. (2023). *Estrategia de negociación prospectiva para el turismo receptivo internacional en la región Loreto al año 2024* [Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Gerencia de Proyectos Empresariales, Universidad Nacional Federico Villareal]. Repositorio Institucional UNFV. https://hdl.handle.net/20.500.13084/6975

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española, 23.ª ed.*, [versión 23.7 en línea]. https://dle.rae.es/permanencia?m=form

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española, 23.ª ed*. https://dle.rae.es/turista

Redacción MINCETUR. (2024, mayo). *Principales cifras del turismo 2014-2024.* https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html

Resolución de Superintendencia N° 097-2023/SUNAT. (2023). *Resolución de Superintendencia que establece el procedimiento de devolución del IGV a los turistas ante la entidad colaboradora, señala la fecha de operatividad del primer puesto de control habilitado y*

regula otras disposiciones. Presidencia de la Republica del Perú. 2023. https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2173450-1

Rezzoagli, L. C. (26 de octubre de 2020). *Teoría General de los Beneficios Tributarios*. https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/145081.

Robles, B. (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico*.https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592011000300004

Romero, A. (2019). *Tributos en el sector turístico. Un análisis comparativo entre Argentina y Brasil.* https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/96614/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salazar Tito, E. (2023). *Importancia del ecoturismo como estrategia en la captación de turismo receptivo en el Perú. EVSOS, 2*(1), 22–31. https://revistaevsos.com/index.php/evsos/article/view/80

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2023). *Emprender*.https://emprender.SUNAT.gob.pe/principales-impuestos/impuesto-general-las-ventas-igv/tax-free-devolucion-igv-turistas

Terán, E. (2019). *Diagnóstico de los factores de competitividad para la implementación de un emprendimiento de turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-Cajamarca* [Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Gestión, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/15973

Thompson, I. (s/f). *Definición de venta.* https: https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-

venta.htm#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Venta%2C%20Seg%C3%BAn%20Diversos%20Autores%3A,comprador)%22%20%5B1%5D.

Turismo internacional, número de arribos. Indexmundi.com. https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/ST.INT.ARVL

Turismo, R. (2023, 29 diciembre). ¿Qué es el Tax free y cómo solicitar la devolución de impuestos si viaja a Europa? ELESPECTADOR.COM. https://www.elespectador.com/turismo/que-es-el-tax-free-y-como-solicitar-la-devolucion-de-impuestos-si-viaja-a-europa/

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (2021, noviembre). *Citas y referencias en APA 7*. Guías Temáticas UPC. https://biblioteca.upc.edu.pe/citas-referencias-APA7

Valdivia, E. (2020). *La actividad turística y el desarrollo local en cuatro comunidades rurales del distrito de Lunahuaná al 2019* [Tesis para optar el Grado Académico de Maestra en Marketing Turístico y Hotelero, Universidad San Martin de Porres]. Repositorio Institucional USMP. https://hdl.handle.net/20.500.12727/8168

Your Europe (2024). Preguntas frecuentes – IVA - Impuesto sobre el Valor Añadido.https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/vat/faq/index_es.htm.

ANEXOS

ANEXO A: Guía de entrevista a profundidad

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Estudio sobre sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima 2024

Instrumentos: las guías semi estructuradas

GUIA PARA ENTREVISTAS EN

PROFUNDIDAD / PROFESIONALES DEL SECTOR

Presentación

Buenos días/tardes/noches, estimado/estimada _____, quisiera comentarle que el objetivo de esta investigación es " Explicar el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima 2024." Gracias por su participación, quisiera comentar que toda la información que nos pueda brindar será de mucha ayuda para realizar el trabajo y solo se usará con fines académicos.

Además, quiero informarle que su identidad no será expuesta en la tesis y no hace referencia a ninguna empresa en particular.

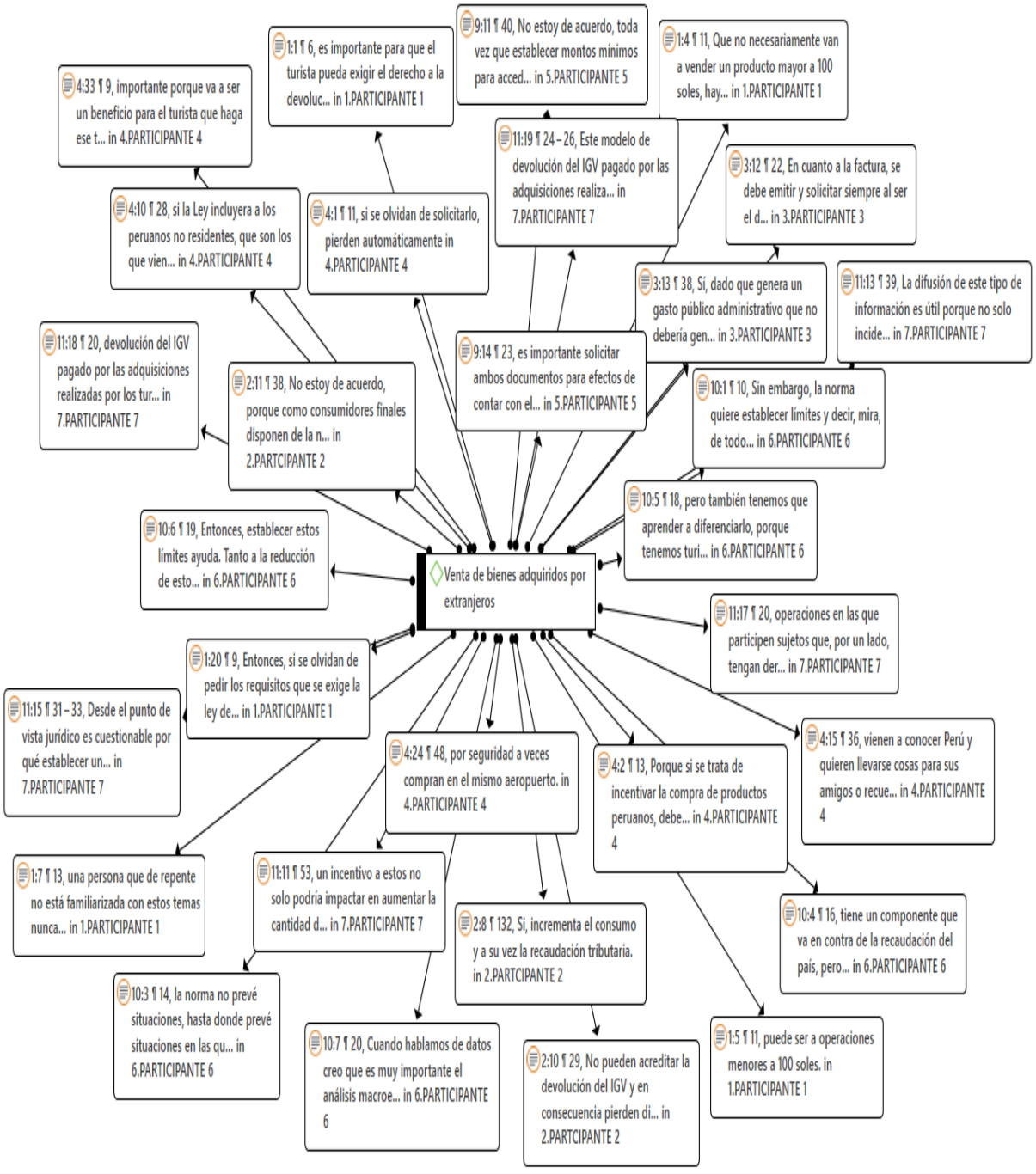
Antes de continuar, necesito solicitar su consentimiento para continuar con la grabación de la entrevista.

Aspectos generales del entrevistado: 1. ¿Cuál es su grado de instrucción? 2. ¿Cuánto tiempo labora en el área contable, tributario o en el sector de turismo? 3. ¿En qué área labora? ¿Conoce el tema?	
Preguntas	**Respuestas**
4. ¿Usted cree que es importante solicitar la factura y la constancia "TAX FREE" al momento de realizar la compra de un bien con el objetivo de acceder a la devolución del IGV a turistas?	
¿Qué pasa si los turistas piden su constancia de Tax free y se olvidan de solicitar su devolución?	
5. ¿Está de acuerdo que el consumo mínimo facturado para acceder a la devolución del IGV a turistas, sea mayor o igual a 100 soles?	
6. ¿La entidad colaboradora debe difundir la información acerca del sistema de devolución del	

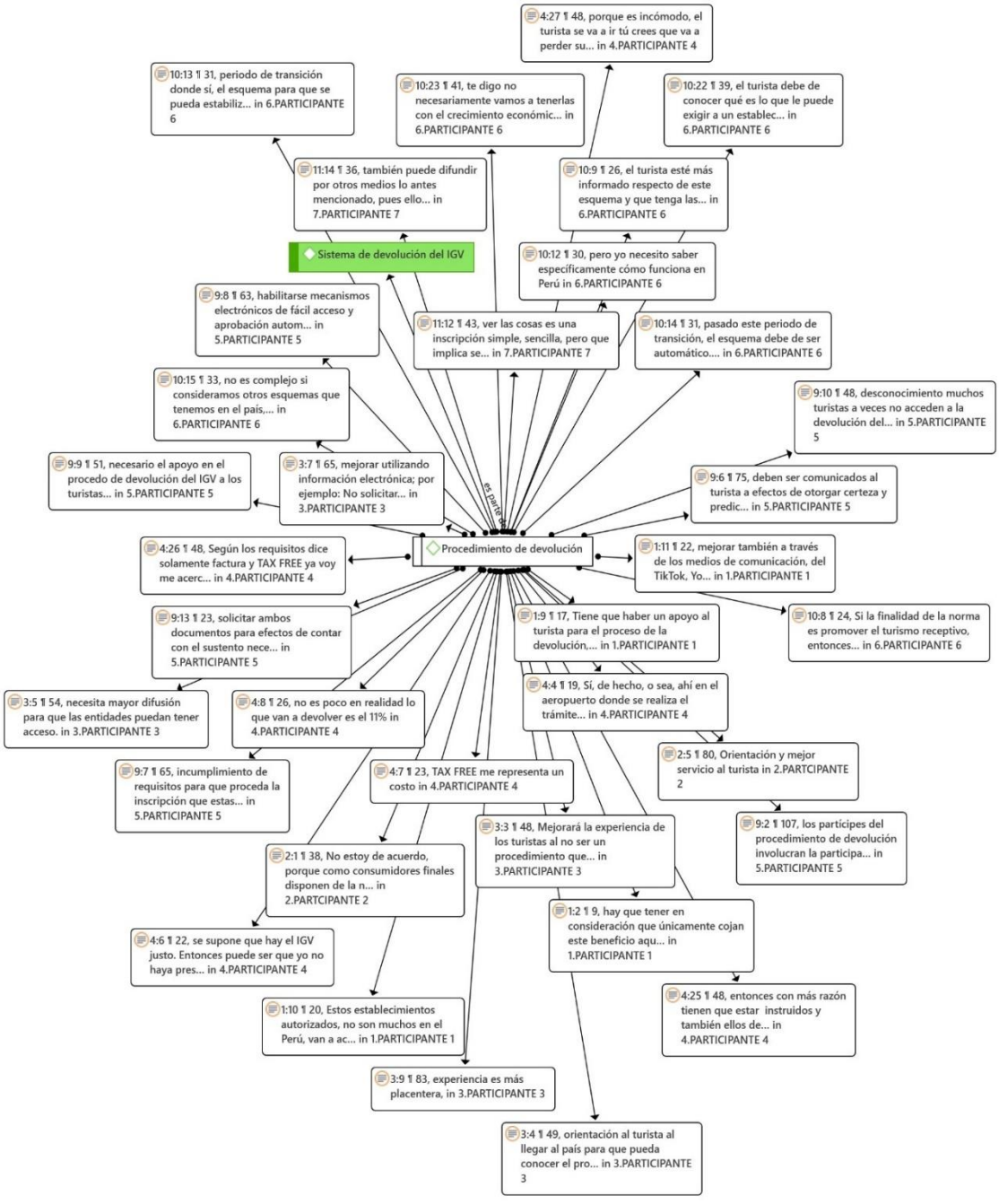
IGV a turistas a través de redes sociales, televisión, radio y prensa escrita?	
¿Cómo influirá esta difusión en los turistas? ¿Considera usted que es necesario el apoyo en el proceso de devolución del IGV a turistas?	
7. ¿El registro de los contribuyentes para ser considerados inscritos en los Establecimientos Autorizados, es muy compleja?	
¿Cómo se podría mejorar? ¿Cuál cree que es el motivo que solo existen 27 establecimientos autorizados hasta la fecha?	
9. ¿Las obligaciones de los Establecimientos Autorizados deben ser informadas al turista? ¿Qué ventajas traería saber esta información?	
10. ¿El crecimiento económico mejora las actividades del turismo receptivo?	

¿Cómo el turismo receptivo genera crecimiento económico?	
11. ¿El turismo receptivo genera empleo?	
¿Con la construcción del mega puerto de Chancay cree que se debe habilitar más puntos de control?	
12. ¿El turismo receptivo influye en la descentralización?	
¿El estado debe implementar mejoras en los transportes y carreteras, para facilitar los accesos a diferentes lugares turísticos?	

ANEXO B: Red de venta de bienes adquiridos por extranjeros



ANEXO C: Red de procedimiento de devolución



ANEXO D: Operacionalización de Categorías

Categorías	Definición conceptual	Subcategorías	Definición categorial	Características	Instrumentos
Sistema de devolución del IGV	El IGV es un impuesto indirecto en ese sentido que la persona natural realiza el pago del impuesto a favor del estado a través de un intermediario que es la empresa. (Castilla,2023) El artículo 76 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por el Decreto Supremo Nº055-99-EF, establece la devolución del impuesto general a las ventas (IGV) que grave la venta de bienes adquiridos por extranjeros no domiciliados que ingresen al país en calidad de turistas, que sean llevados al exterior al retorno a su país por vía aérea o marítima, siempre que los traslade el propio turista. (Decreto Supremo 055, 1999.Artículo 76). Resolución de Superintendencia N° 097-2023/SUNAT en el Perú se establece el procedimiento de devolución del IGV a turistas y señala la operatividad del primer puesto de control habilitado. (Resolución de Superintendencia N° 097-2023/SUNAT ,2023).	Venta de bienes adquiridos por extranjeros	Se refiere cuando un turista compra un bien para llevarlo a su país	Constancia “Tax Free”	1
				Factura	2
		Procedimiento de devolución	Es la solicitud que debe hacer el turista para tener el rembolso del IGV al salir del país.	Entidad Colaboradora	3
				Establecimiento Autorizado	4

Promoción del turismo receptivo	El fenómeno de salida de un ser humano de su lugar habitual de residencia y de retorno al mismo, por motivos relavados u ocultos, lo cual presupone hospitalidad, encuentro y comunicación con otras personas, así como la utilización de tecnología, entre muchas condiciones, lo que genera experiencia variadas e impactos diversos. (Panosso Netto,2010) El turismo receptivo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar de residencia. Para ser considerado como turismo, la estadía en el destino debe durar como mínimo una noche y como máximo un año, y el motivo de viaje debe ser diferente al de trabajo remunerado en el país visitado. (PROMPERÚ,2019).	Arribo de turistas	Llegada al país con registro migratorio.	Empleo	5
				Descentralización	6
		Permanencia de estadía	Se refiere al tiempo de permanencia del turista en cada región hasta su salida del país.	Crecimiento económico	7

ANEXO E: Matriz de consistencia del objeto de estudio

Problema general	**Objetivo general**	**Supuesto general**	**Categorías**	**Sub categorías**	**Características**	**Metodología**
¿Cómo es el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?	Explicar el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.	Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces se tendrá mayor acogida de los participantes.	**Categoría A:** Sistema de devolución del IGV **Categoría B:** Promoción del turismo receptivo	Venta de bienes adquiridos por extranjeros Procedimiento de devolución Arribo de Turistas Permanencia de estadía	Constancia "Tax Free" Factura Entidad Colaboradora Establecimiento Autorizado Empleo Descentralización Crecimiento económico	**Tipo de investigación** El enfoque de la investigación es cualitativo **Técnica de Recolección de Datos** En la investigación se usará la entrevista semiestructurada (Juicio de expertos)
Problemas específicos	**Objetivos específicos**	**Supuestos específicos**				
¿Cómo es la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?	Explicar la venta de bienes adquiridos por los extranjeros en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.	Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces cuando se realiza la venta de bienes, el turista tendrá que solicitar la constancia Tax Free y la factura.				
¿Cómo es el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024?	Explicar el procedimiento de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024.	Si se comprende el sistema de devolución del IGV a turistas en la promoción del turismo receptivo en Lima, 2024 entonces se incrementará el procedimiento de devolución.				