

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría



Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

María de los Ángeles Díaz Castillo

Chiquimula, febrero de 2020

Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

María de los Ángeles Díaz Castillo

Lic. Yuri Efraín Chang Castro (**Asesor**)

M. Sc. Noelia Figueroa Duarte (**Revisora**)

Chiquimula, febrero de 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Axel Rene Sosa Vargas

Coordinador

Chiquimula, Guatemala, septiembre de 2019

Señores

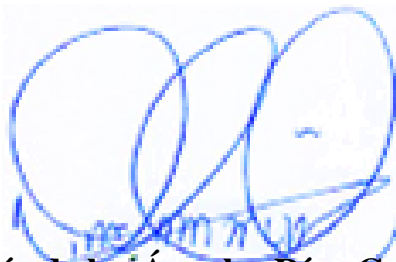
Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo Científico titulado **“Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula”** y confirmo que respete los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo Científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line at the bottom.

María de los Ángeles Díaz Castillo

Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Carné No.: 201902635

REF.: C.C.E.E.L.CPA.-PS.0019-2020
SEDE CHIQUIMULA

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, DE 06 FEBRERO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutor: MSc. Yuri Efraim Chang Castro.

Revisora: MSc. Noelia Figueroa Duarte


Carrera: Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Artículo científico titulado: "Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula."

Presentada por: María de los Ángeles Díaz Castillo

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciada



M.A. Ronaldo Aníbal Guzmán Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

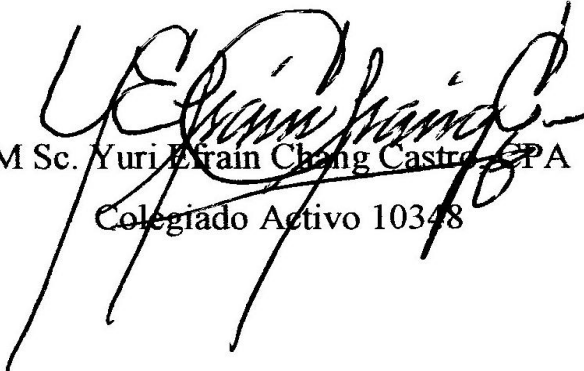
Señores:
Facultad de Ciencia Económicas
Universidad Panamericana
Presente.

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico-Trabajo de Graduación, titulado: **“Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula”**, realizado por María de los Ángeles Díaz Castillo, ID 000095912, estudiante de la Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la Asesoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



M Sc. Yuri Efraim Chang Castro CPA
Colegiado Activo 10348

Guatemala, 03 diciembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

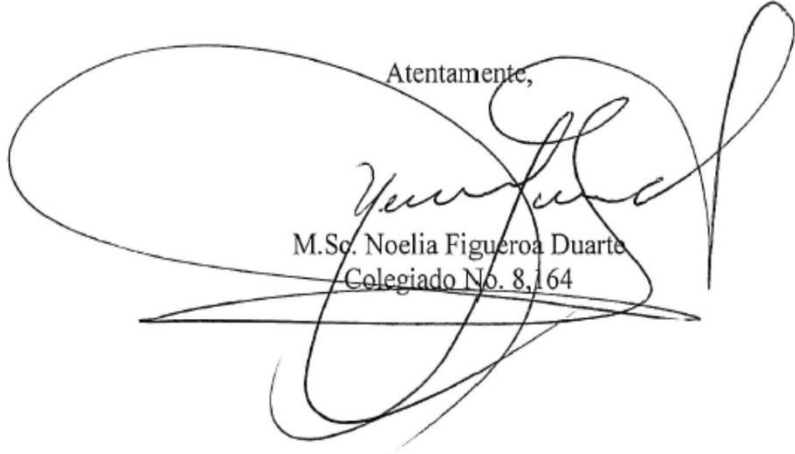
Estimados Señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado, **Aplicación de disposiciones normativas tributarias para regular el comercio electrónico en la cabecera departamental de Chiquimula**, realizado por María de los Ángeles Díaz Castillo, carné 201902635, estudiante de Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la revisión del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.Sc. Noelia Figueroa Duarte
Colegiado No. 8,164

Dedicatoria

A mis padres Gustavo y Brenda, a mis hermanos Brenda María y Gustavo Adolfo, a mi abuela Magdalena, a mi esposo Sergio Alexander, Fam. Castillo Manchamé, Fam. Castillo Benavides y especialmente a mi tío Herwer, infinitas gracias por mostrarme que...

...“Sólo con el corazón se puede ver bien; lo esencial es invisible a los ojos”
(Saint-Exupéry).

Contenido

Página

Abstract	i
Introducción	ii
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	1
1.3 Objetivos de investigación	1
1.3.1 Objetivo general	1
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	2
1.5 Sujeto de investigación	2
1.6 Alcance de la investigación	2
1.6.1 Temporal	2
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Determinación de la muestra	3
1.8 Definir instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de datos	4
1.10 Procesamiento y análisis de datos	4
Resultados	5
2.1 Presentación de resultados	5
Discusión y Conclusiones	12
3.1 Extrapolación	12
3.2 Hallazgos y análisis general	17
3.3 Conclusiones	18
Referencias	19
Anexos	21

Índice de gráficas

	Página
Gráfica 1: ¿Sabe qué es comercio electrónico?	5
Gráfica 2: ¿Piensa que el comercio electrónico facilita las transacciones comerciales?	5
Gráfica 3: ¿Le genera inseguridad realizar transacciones comerciales por medio de vías electrónicas?	6
Gráfica 4: ¿El uso de Internet ha incrementado sus compras o ventas realizadas por medio de transacciones electrónicas?	6
Gráfica 5: ¿Cuál es el beneficio principal que el uso del comercio electrónico ha generado para su negocio?	7
Gráfica 6: ¿Considera que el uso de tecnología de la información le brinda ventajas competitivas respecto a otros negocios?	7
Gráfica 7: ¿Considera que el comercio electrónico proporciona grandes oportunidades para las empresas?	8
Gráfica 8: ¿Cree que el comercio electrónico contribuye al crecimiento económico en Guatemala?	8
Gráfica 9: ¿Considera que las empresas que utilizan comercio electrónico tienen oportunidad de expandirse a mercados internacionales?	9
Gráfica 10: ¿Conoce la existencia de alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico?.	9
Gráfica 11: Si conoce alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico, ¿La aplica?	10
Gráfica 12: ¿Conoce el Decreto 47-2008 Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas?	10
Gráfica 13: ¿Considera que el no aplicar la normativa pueda traerle consecuencias a su negocio?	11
Gráfica 14: ¿Considera indispensable una ley que regule el comercio electrónico?	11

Abstract

El objetivo de esta investigación fue establecer si los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula, conocen sobre la existencia de regulaciones sobre el comercio electrónico, dentro del ordenamiento tributario guatemalteco.

Por medio del análisis estadístico de la información recopilada y los autores citados se confirmó la existencia de la Ley para el Reconocimiento de las comunicaciones y firmas electrónicas la que intenta promover y facilitar el comercio electrónico dentro del país, pero, los sujetos tomados en cuenta para esta investigación, indicaron desconocer la existencia de la misma a pesar de que este tipo de comercio es popular entre sus transacciones diarias.

Lo expresado con anterioridad, mostró la evidente necesidad e importancia de la actualización y creación de leyes que estén en sintonía con el constante cambio del comercio electrónico, gracias al acceso al que cada vez más personas tienen a internet y a herramientas tecnológicas que les permiten realizar este tipo de comercio.

Introducción

A continuación se pretende determinar si dentro del ordenamiento tributario guatemalteco, existe alguna normativa aplicable al comercio electrónico, donde se regulen las transacciones que en este tipo de comercio se realizan, se encuentre vigente y se implemente actualmente.

Derivado de lo anteriormente expuesto, en el capítulo 1 se muestra la metodología, el planteamiento del problema y pregunta de investigación, con lo que se pretende establecer lo arriba indicado; objetivos general y específicos; tipo y alcances de la investigación; definición de la muestra e instrumentos que se utilizan para la recopilación de los datos; en este caso, las encuestas son dirigidas a propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula; además el procesamiento y análisis de los datos.

En el capítulo 2 se muestran los resultados obtenidos de las interrogantes planteadas a los sujetos participantes en esta investigación, mostrados por medio de gráficas.

Dentro del capítulo 3 se observa la extrapolación, es decir, el contraste de opiniones entre los autores citados y los resultados obtenidos en el capítulo 2, así mismo los hallazgos y análisis general previos a realizar las conclusiones obtenidas de la investigación, por último, las referencias bibliográficas y anexos.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad, se popularizó el tema del comercio electrónico, además de los beneficios y posibilidades que ofrece tanto a clientes como a emprendedores, esto no significa que las empresas que incursionan en Internet tengan el éxito asegurado, debido a que el ambiente de negocios impulsado en este nicho de mercado está lleno de turbulencias, es decir, es difícil encontrar reglas claras o fáciles de entender para la nueva economía.

Como todo tipo de negocio, el comercio electrónico requiere de una legislación cuyo fundamento sea la facilitación de las operaciones efectuadas por medio de las nuevas tecnologías de la información, siendo necesario adoptar instrumentos legales y técnicos basados en los modelos de legislación internacional, que buscan la uniformidad de la seguridad de estas nuevas prácticas comerciales, modelos que bien podrían ser adaptados a las leyes nacionales para fines tributarios.

Lo anterior, crea la incertidumbre de investigar si existen normativas tributarias aplicables al comercio electrónico en el país.

1.2 Pregunta de investigación

¿Existen normativas tributarias relacionadas al comercio electrónico, aplicables a la cabecera departamental de Chiquimula?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

- Conocer las normativas tributarias aplicables al comercio electrónico, en la cabecera departamental de Chiquimula.

1.3.2 Objetivos específicos

- Establecer la frecuencia del uso del comercio electrónico en las transacciones comerciales de la cabecera departamental de Chiquimula.
- Determinar si los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula, conocen sobre la existencia de regulaciones sobre el comercio electrónico, dentro del ordenamiento tributario guatemalteco.
- Descubrir si los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula, de existir, aplican las normativas tributarias relacionadas al comercio electrónico.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

El tipo de investigación que se realizó es de tipo descriptiva, comprende la presentación, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos relacionados con el tema investigado.

1.5 Sujeto de investigación

Esta investigación se efectuó por medio de cuestionarios dirigidos a los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas, en la cabecera departamental de Chiquimula.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El período en el que se realizó la investigación está comprendido entre los meses de junio a noviembre del año dos mil diecinueve.

1.6.2 Geográfico

La investigación se realizó en las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula.

1.7 Determinación de la muestra

Los sujetos tomados como base para realizar la investigación fue del total del universo que está integrado por 417 pequeñas empresas que se identifican en el departamento de Chiquimula, según información del primer boletín estadístico del Sistema Nacional de Información Mipyme Guatemala del año 2015, publicado por la Oficina Coordinadora de Estadísticas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa -OCSE MIPYME-.

Por medio del uso de la fórmula finita para determinar la muestra representativa de las 417 pequeñas empresas, tomando en cuenta un error de muestreo de 5% y un nivel de confianza de 95%, se identificaron previamente los elementos a utilizar:

N = Universo estimado

n = Muestra buscada

Z = Valor de Z

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Error muestral

Se procedió a realizar el cálculo de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{[e^2 * (N - 1)] + [Z^2 * p * q]}$$

$n = ?$

$N = 417$

$Z = 1.96$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{1.96^2 * 417 * 0.50 * 0.50}{[0.05^2 * (417 - 1)] + [1.96^2 * 0.50 * 0.50]}$$

$$n = \frac{400.4868}{2.0004} = 200$$

Después de aplicada la formula, se determinó que 200 es la muestra representativa del universo de pequeñas empresas en Chiquimula a tomar en consideración.

1.8 Definir instrumentos de investigación

Para recabar los datos necesarios para esta investigación, se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, con interrogantes de tipo cerradas aplicadas para el procedimiento de obtención de información.

1.9 Recolección de datos

La información obtenida durante la aplicación de las encuestas y utilización de libros, sitios web y otros documentos tanto físicos como digitales, permitieron aportar datos para cumplir los objetivos de esta investigación y el análisis de los mismos.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Para realizar esta actividad se utilizó como herramienta, el programa de Excel, donde después del descargo, análisis y evaluación de resultados, se procedió a realizar la interpretación de la información obtenida.

Capítulo 2

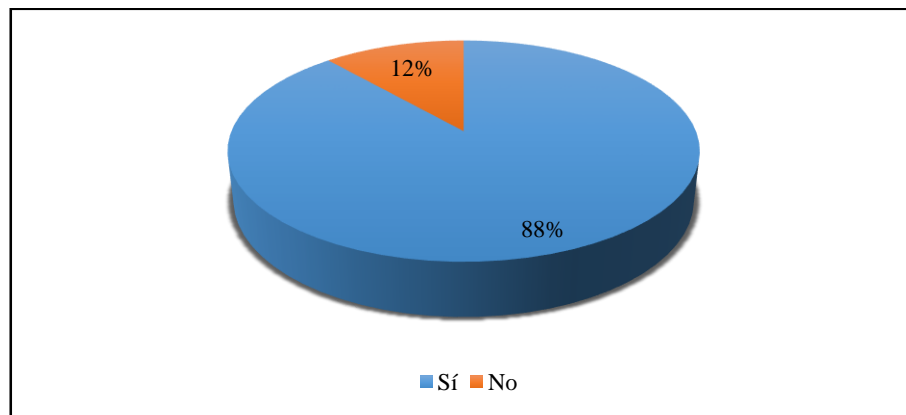
Resultados

1.1 Presentación de resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos del trabajo de campo. Este estudio estuvo basado en los instrumentos de recolección de datos que aparecen en el anexo 1 del presente informe.

Gráfica 1

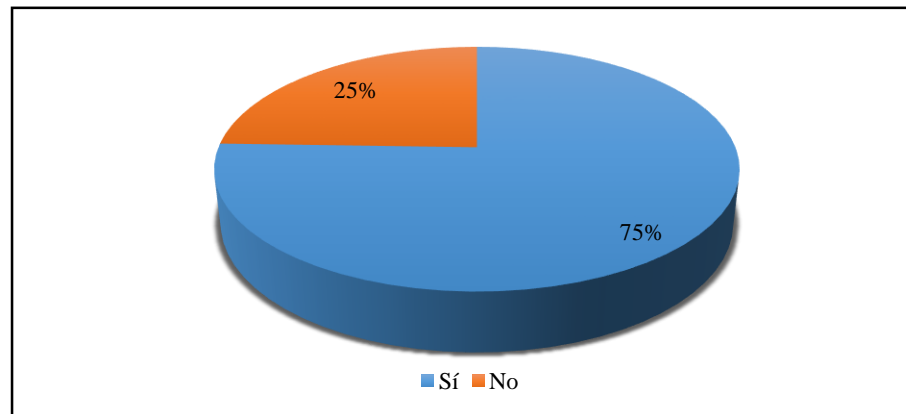
¿Sabe qué es comercio electrónico?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 2

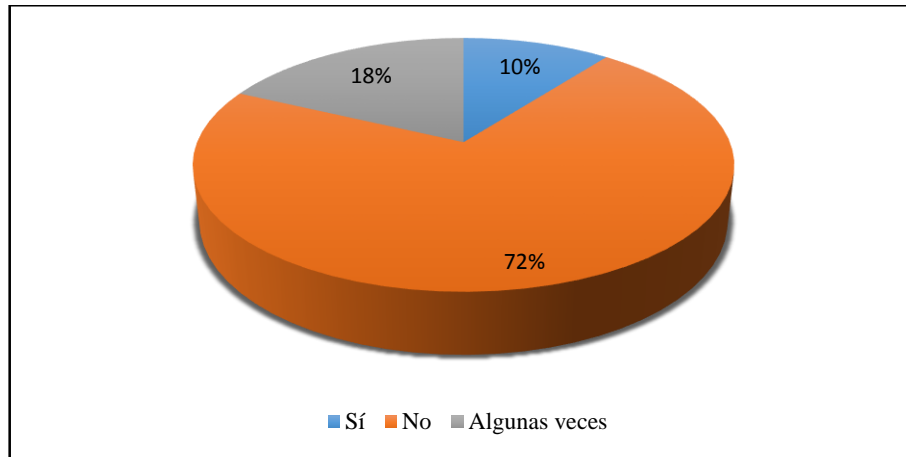
¿Piensa que el comercio electrónico facilita las transacciones comerciales?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 3

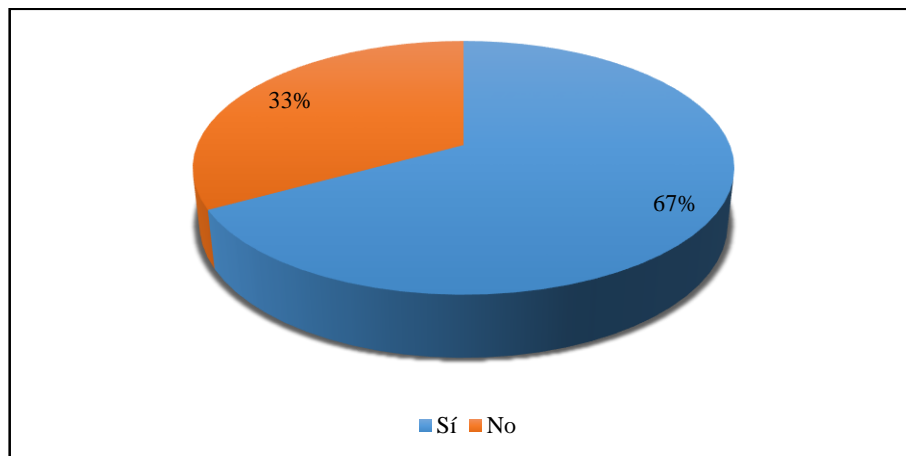
¿Le genera inseguridad realizar transacciones comerciales por medio de vías electrónicas?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 4

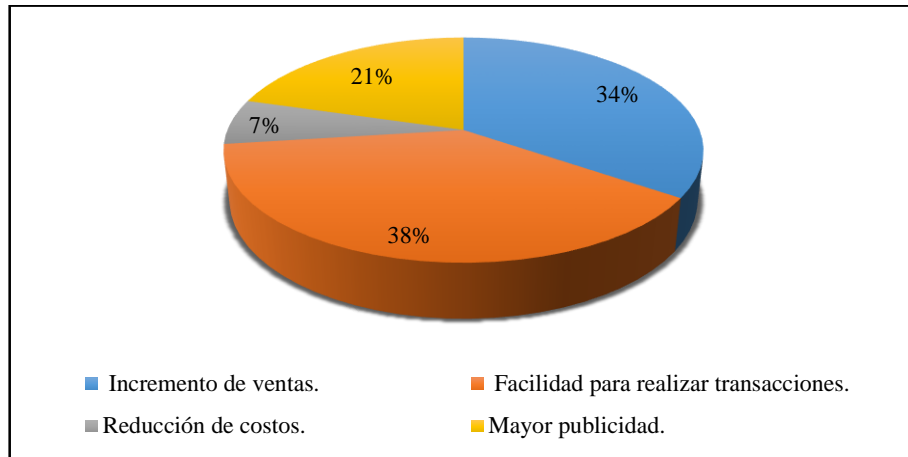
¿El uso de Internet ha incrementado sus compras o ventas realizadas por medio de transacciones electrónicas?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 5

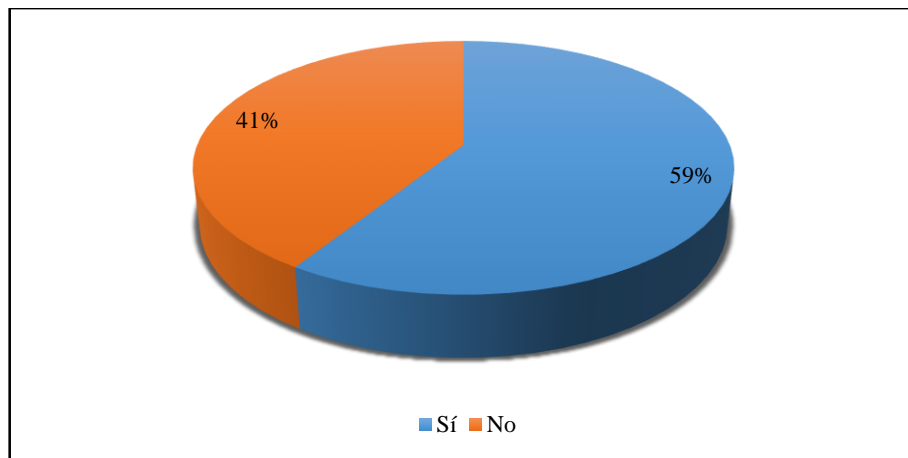
¿Cuál es el beneficio principal que el uso del comercio electrónico ha generado para su negocio?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 6

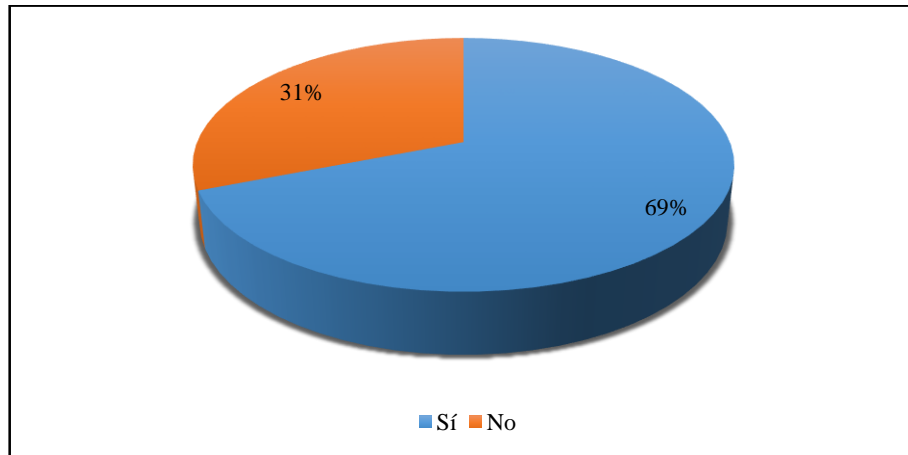
¿Considera que el uso de tecnología de la información le brinda ventajas competitivas respecto a otros negocios?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 7

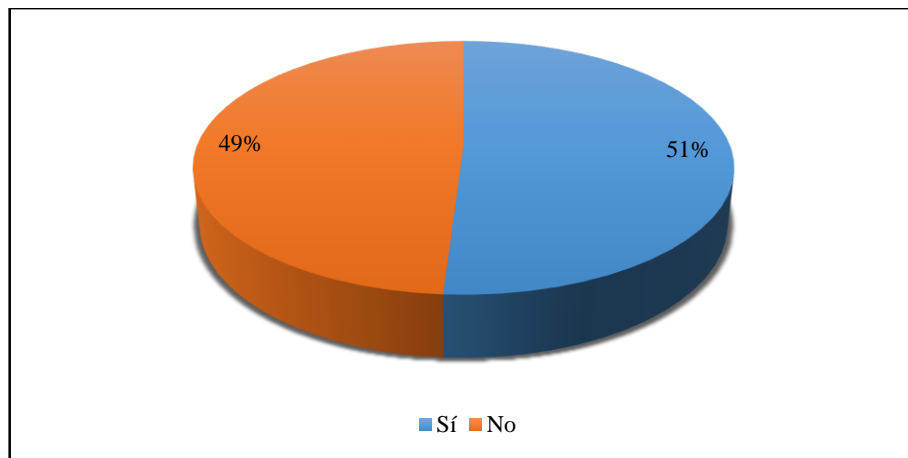
¿Considera que el comercio electrónico proporciona grandes oportunidades para las empresas?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 8

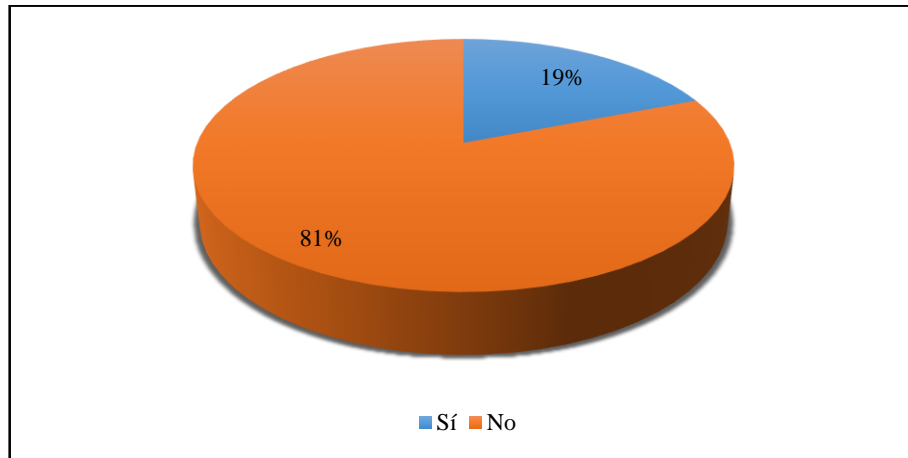
¿Cree que el comercio electrónico contribuye al crecimiento económico en Guatemala?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 9

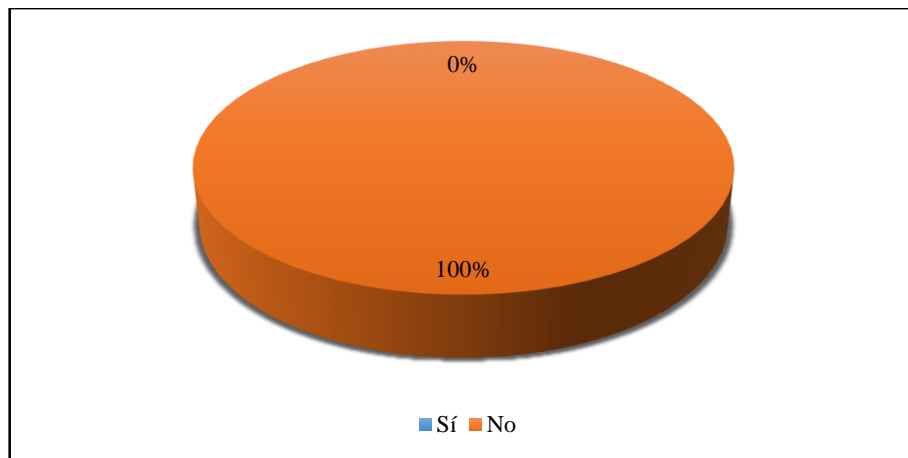
¿Considera que las empresas que utilizan comercio electrónico tienen oportunidad de expandirse a mercados internacionales?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 10

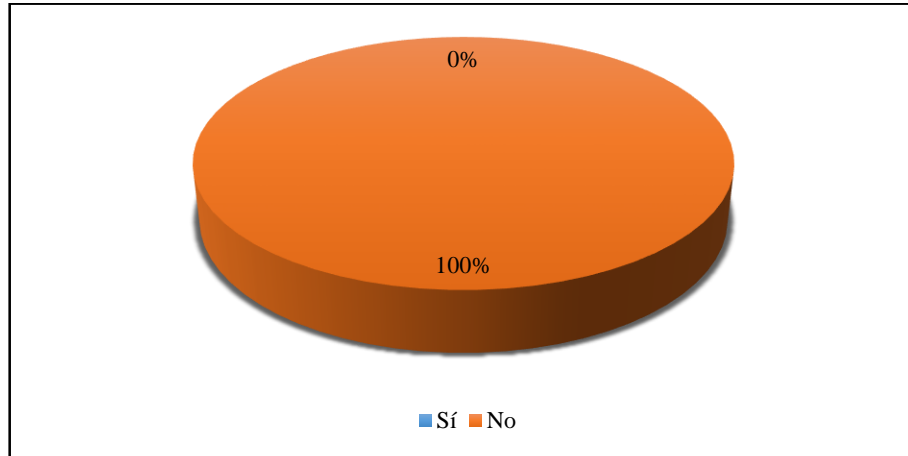
¿Conoce la existencia de alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 11

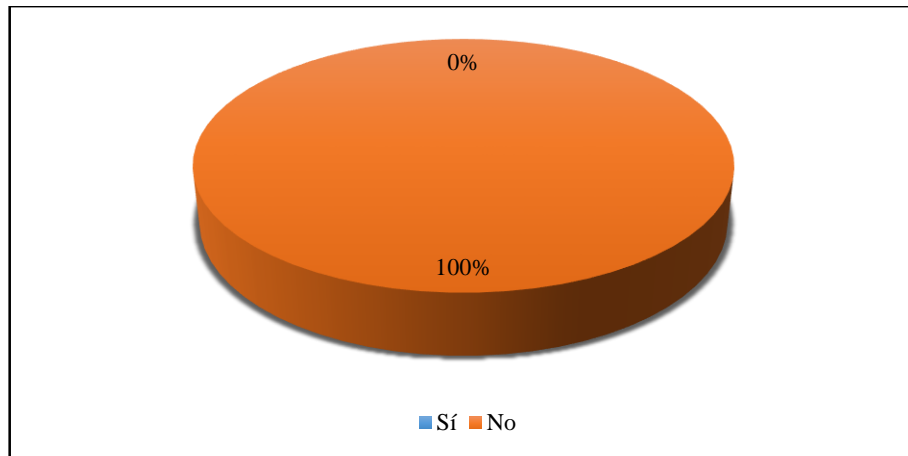
Si conoce alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico, ¿La aplica?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 12

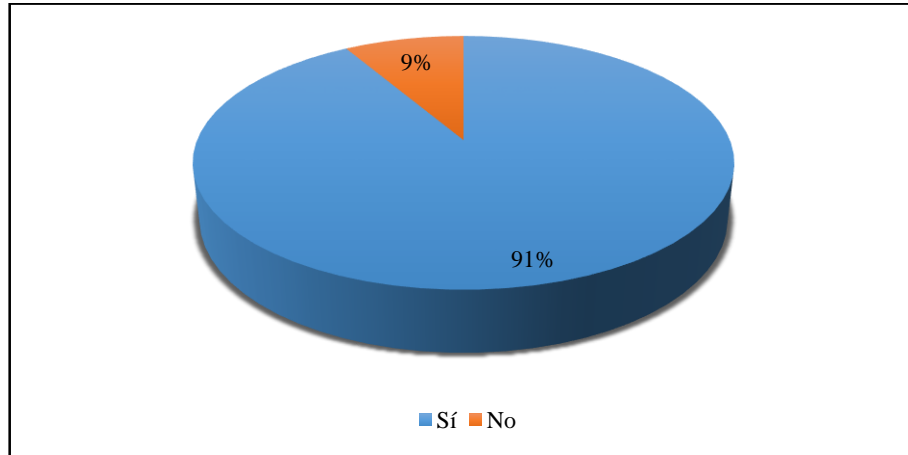
¿Conoce el Decreto 47-2008 Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 13

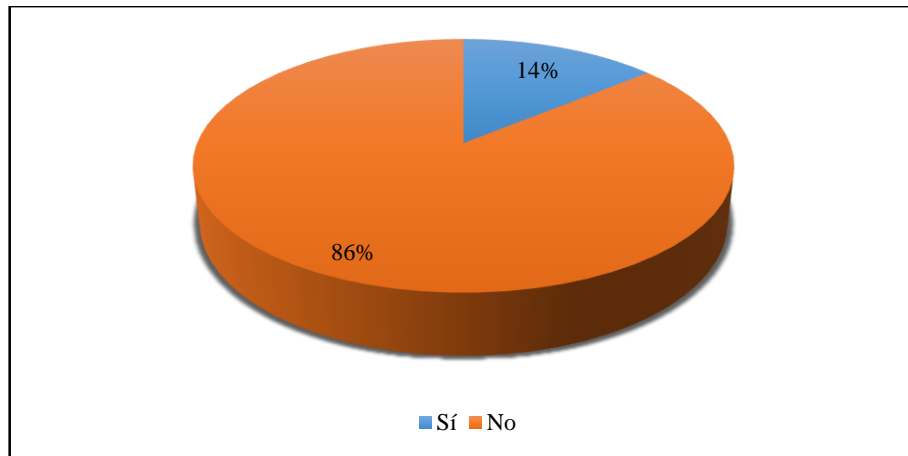
¿Considera que el no aplicar la normativa pueda traerle consecuencias a su negocio?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Gráfica 14

¿Considera indispensable una ley que regule el comercio electrónico?



Fuente: elaboración propia, año 2019.

Capítulo 3

Discusión y Conclusiones

3.1 Extrapolación

Con base en la investigación de campo que se realizó, se infiere que la mayoría de los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas de la cabecera departamental de Chiquimula, conocen el término comercio electrónico, los medios en donde se efectúa y las actividades que se realizan en él, mientras que una pequeña cantidad lo desconoce.

Por lo que, con base a los resultados se puede asumir que la población encuestada conoce lo que sostienen Rayport & Jaworski (2016) “El comercio electrónico puede definirse formalmente como: intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes (individuos, organizaciones o ambos), así como las actividades electrónicas dentro entre organizaciones que facilitan esos intercambios.” (p. 5)

Una cantidad considerable de los encuestados creen que el comercio electrónico sí facilita las transacciones comerciales que se realizan por medio de las distintas redes informáticas, mientras que una pequeña cantidad considera lo opuesto, por lo que las respuestas obtenidas concuerdan con lo que Sperisen (2018) expresa: “El comercio electrónico facilita el comercio de productos y servicios, entre otros, a través de redes informáticas, transferencia electrónica de fondos, comercialización, procesamiento de transacciones en línea e intercambio electrónico de datos.

La Unctad, por su lado, apoya el tema con investigaciones destinadas a crear un entorno legal que genere mayor confianza y seguridad para las transacciones electrónicas entre empresas, consumidores y autoridades públicas. Con base en estas investigaciones se propone fortalecer la legislación relativa a las transacciones en línea, protección del consumidor, protección de la privacidad y datos personales, así como establecimiento de normativa sobre delitos cibernéticos.”

Los resultados obtenidos mostraron que la mayor cantidad de la población sujeta a estudio no siente inseguridad de realizar actividades comerciales por medios electrónicos, seguido por otro porcentaje más bajo que opinan que algunas veces y la minoría dijo sí. Sin embargo, es prudente que se creen entornos donde todos los participantes de este tipo de comercio, que cada vez se vuelve más popular, cuenten con la protección necesaria para que se realicen las transacciones con mayor seguridad.

Por lo que se puede interpretar que lo anterior concuerda con lo que dice el autor: “Así, aunque haya pocos usuarios de una determinada aplicación, Internet facilita que la suma de muchos pocos usuarios constituya un espacio de oportunidad para grandes y pequeñas empresas...” (Tomé, 2011, p. 52)

En cuanto a saber si internet ha contribuido a que sus compras o ventas aumenten por medio de transacciones electrónicas, la mayor parte de pequeñas empresas tomadas como muestra, consideran que sí, mientras que el resto opina lo contrario, por lo que, tal y como opina el autor, el uso de Internet brinda oportunidades a las pequeñas empresas debido a la cantidad de usuarios que tienen acceso a medios electrónicos; esto lo muestra Rodríguez (2013) cuando afirma que: “Entre los beneficios e impactos positivos que la OCDE ha reconocido al comercio electrónico se encuentran los siguientes:

- Incremento de la eficiencia de la empresa, reduciendo los costos de transacción tanto como para los consumidores como para el negocio.
- Aumento en la productividad, debido a la reducción en el plazo en que se lleva a cabo el intercambio de información.
- Herramienta de marketing de bajo costo que permite la proyección mundial de la empresa, por la flexibilidad que posee el internet para dar a conocer la empresa y para llegar a clientes hasta otras jurisdicciones inclusive.
- Posibilidad para el consumidor y la empresa de comparar productos y precios, así como otros aspectos empresariales.

- Ha cambiado la forma de hacer negocios, ya que presenta facilidad para generar transacciones que cada día son más seguras.
- Posibilidad para las Pequeñas y Medianas Empresas de competir en un mercado mundial. El comercio electrónico no es exclusivo de grandes negocios, ya que el bajo costo que representa la web hace que cada vez más negocios utilicen como instrumento empresarial obligatorio a la internet.” (p. 100 y 101).

La facilidad para realizar transacciones es el principal beneficio que el uso del comercio electrónico brinda a los negocios, según lo determinado por la muestra con el porcentaje más alto, seguido por el incremento en ventas, publicidad y finalmente la reducción de costos con la minoría. Derivado de los datos obtenidos se determina que lo expuesto por los autores coincide con el resultado, ya que estos indican que: Filion, Cisneros Martínez, Mejía-Morelo (2011) indican que: “Las tecnologías de la información y comunicación representan una fuente de ventaja competitiva para las PYMES. Sin embargo, el reto más importante consiste en crear conciencia en los propietarios de las PYMES respecto a la importancia estratégica y operativa de las tecnologías de la información y comunicación. Asimismo, el uso de tecnología obsoleta coloca a las PYMES en desventaja competitiva, especialmente en términos de flexibilidad operativa y estratégica.” (p. 319). Por lo que podemos interpretar que internet ha traído beneficios e impactos positivos a los empresarios en sus negocios, cada vez son más las personas con acceso a él que realizan comercio electrónico.

La mayor cantidad de la muestra opina que el uso de tecnología de la información le brinda ventajas competitivas respecto a otros negocios, mientras que los demás opinan lo contrario, el uso de la tecnología permite a los negocios tener una ventaja estratégica respecto a los que no la utilizan, lo que concuerda con lo que Koontz, Weihrich, Cannice, (2011, p. 544) expresan, “El desarrollo de los negocios y el e-commerce proporciona grandes oportunidades para las empresas y los gerentes necesitan observar las tendencias y desarrollar estrategias para aprovechar las nuevas tecnologías.”

Gracias a la modernización tecnológica las empresas tienen oportunidad utilizar la tecnología para desarrollar estrategias que les permitan crecer, aseveración que concuerda con las respuestas obtenidas por la muestra donde la mayor parte opina que sí y el resto opina que no, lo que coincide

con Spericen (2018) cuando afirma que: “En los países en desarrollo y en especial las pequeñas economías, el comercio electrónico ha contribuido al crecimiento económico y ha generado empleo y nuevas fuentes de ingresos fiscales”. Además del total de la muestra tomada en consideración, el mayor porcentaje opina que el comercio electrónico contribuye al crecimiento económico en Guatemala, mientras que los demás consideran que no, tal resultado nos indica que la mayoría concuerda con el autor ya que el comercio electrónico contribuye a brindar oportunidad de desarrollo económico personal y del país.

De la población encuestada, solamente una pequeña cantidad está de acuerdo, el resto piensa que no, sobre lo que sostiene Rodríguez (2013) en cuanto a que:

“El desarrollo y crecimiento del comercio electrónico en las distintas escalas, tanto local como mundial, ha traído infinitas oportunidades a todo tipo de empresa independientemente de su tamaño, gracias a la utilización de esa herramienta que ha permitido el posicionamiento a nivel mundial de pequeños y medianos negocios, que sin esa herramienta se verían limitados al mercado local, o no accederían con tanta facilidad al mercado internacional.” (p. 104).

A pesar de la respuesta negativa de la población encuestada, el comercio electrónico brinda oportunidades ilimitadas a las empresas, depende de la visión, organización y optimización de recursos es que una empresa logra sacar provecho de las nuevas herramientas tecnológicas.

En cuanto a la interrogante sobre si conocen la existencia de alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico el total de encuestados respondió no, lo que evidencia el desconocimiento de la población sobre este tema pese a lo expresado por Rayport y Jaworski (2016, p. 21) en cuanto a que “Han surgido numerosas políticas públicas y disposiciones legales relacionadas con internet, entre las que se incluyen la privacidad, la seguridad, los impuestos y el acceso público. Estas disposiciones desempeñan un papel significativo en la forma en la que compete una empresa. Los estándares, los reglamentos y los controles informales colaboran al efecto de la estrategia de negocios.”

Derivado de la interrogante anterior, se le planteó a la muestra si de conocer alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico, la aplicaba, el total de la muestra respondió que no, los encuestados no conocen ninguna ley relacionada al comercio electrónico y por ende no la aplican. El mismo porcentaje, al cuestionarlos sobre la existencia del Decreto 47-2008, Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, respondieron desconocerlo, reiterando lo expuesto anteriormente sobre la falta de información de la población chiquimulteca sobre la única ley relacionada al comercio electrónico en Guatemala. Lo que nos demuestra que de lo que Bouscayrol (2018) expresa:

“En Guatemala por su parte, el comercio electrónico se encuentra en crecimiento que y en desarrollo y cada vez más gente está confiando en hacer compras online, sin embargo la única legislación que trata sobre el comercio electrónico es la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Decreto 47-2008, la cual a mi juicio, no es suficiente para determinar con claridad cuáles son aquellas normas aplicables a las distintas situaciones que engloban el comercio electrónico...“, la población no tiene conocimiento al respecto.

Además, el mayor porcentaje de los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas participantes de este tema de investigación, respondió que sí consideran que al no aplicar lo estipulado en el Decreto 47-2008, Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas pueda traerle consecuencias a su negocio, mientras que el resto respondió que no. Lo que concuerda con lo que Bouscayrol (2018) afirma de que “La ausencia de conocimiento de las normas aplicables al comercio electrónico puede traer consigo riesgos para las empresas o startups, que podrían llegar a ocasionar un incremento en los gastos para poder hacer frente a los problemas que surjan de dicho desconocimiento o hasta llegar a afectar el nombre de la empresa que la única solución para la persona sea cerrar el negocio.”

Sobre si consideran indispensable una ley que regule el comercio electrónico, la mayoría de la muestra opinó que no, contra una minoría que opinaron que sí, resultados que no concuerdan con

lo expresado por Chile Monroy (2016) "...cuando se reguló no existía el comercio electrónico y que con el avance de la tecnología se hace indispensable su revisión y actualización, por lo que una ley para el Comercio Electrónico, se hace indispensable, para viabilizar este tipo de operaciones y no complicar las actividades productivas.". Esto demuestra el desinterés de los encuestados por regular el comercio electrónico que no solo traería beneficios tributarios al país sino mayor seguridad y privacidad a los participantes.

3.2 Hallazgos y análisis general

Con la realización de esta investigación se pretendía determinar la existencia de normativas tributarias relacionadas al comercio electrónico, aplicables a la cabecera departamental de Chiquimula.

Los datos obtenidos de las diferentes fuentes de consulta y herramientas utilizadas para responder a la interrogante, revelaron el resultado de que en Guatemala, a pesar de que el comercio electrónico va en crecimiento gracias a la diversidad de herramientas tecnológicas y a la accesibilidad a Internet, la única legislación que trata el tema del comercio electrónico es la Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, Decreto 47-2008.

En dicha Ley, no se tratan con claridad las normas aplicables a las distintas situaciones ocurridas dentro del comercio electrónico, debido a que cuando se reguló no existía el comercio electrónico como se conoce hoy en día, lo que hace indispensable su actualización para viabilizar las transacciones comerciales que se efectúan por este medio.

Pese al auge que el comercio electrónico tiene, los beneficios que ofrece como el crecimiento económico y los empleos que genera, además de la fuente de ingresos fiscales potenciales que podría aportar a la economía del país, este es un tema muy importante que el Gobierno ha dejado de lado, por lo que es necesario la creación de leyes que lo regulen.

3.3 Conclusiones

Dentro del ordenamiento tributario guatemalteco se encuentra el Decreto 47-2008, Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas, cuya finalidad es promover y facilitar el comercio electrónico dentro del país, dándole protección técnico-jurídica a las contrataciones, comunicaciones y firmas electrónicas, sin embargo las personas no han implementado las herramientas que proporciona esta ley en sus negocios además de encontrarse desactualizada y de no ir en sintonía con los cambios surgidos en este tipo de comercio.

A través de este estudio se pudo establecer la frecuencia del uso del comercio electrónico en las transacciones comerciales de la cabecera departamental de Chiquimula, que gracias a la accesibilidad a Internet cada vez son más las personas que utilizan las diversas herramientas que existen para realizar compras y/o ventas de productos y servicios por esta vía, según lo indicado en las encuestas por los propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas participantes.

Se logró determinar que las personas tomadas en cuenta para esta investigación, indicaron desconocer la existencia de normativas tributarias aplicables al comercio electrónico, pese al uso constante que le dan a este tipo de transacciones comerciales en sus operaciones diarias.

Además de lo establecido en los párrafos anteriores, los sujetos tomados en consideración como muestra, indicaron que de existir alguna normativa tributaria relacionadas al comercio electrónico, no la aplicarían aunque indicaron estar conscientes que de no hacerlo, podría traerles consecuencias a sus negocios.

4. Referencias

Bouscayrol Valladares, K. (2018, mayo). *El comercio electrónico en Guatemala*. Blog de Fundación Paso2. Recuperado de: <https://fundacionpaso2.org/el-comercio-electronico-en-guatemala/>

Chile Monroy, O. (2016, 3 de junio). *Comercio electrónico*. Prensa Libre. Recuperado de: <https://www.prensalibre.com/economia/comercio-electronico/>

Congreso de la República de Guatemala. *Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas*. Decreto Número 47-2008

Jacques Filion, L., Cisneros Martínez, L. y Mejía-Morelos, J. (2011). *Administración de Pymes emprender, dirigir y desarrollar empresas*. (1ª ed.). México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global empresarial*. (14ª ed.). México D.F.: Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de CV.

Martinez, J. (2017). *Dinámica de la Investigación*. (1ª ed.). Guatemala: Publicaciones AMC.

Ministerio de Economía. Oficina Coordinadora de Estadísticas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa -OCSE MIPYME- (2017). *Sistema nacional de información Mipyme Guatemala*. Guatemala: Autor. Recuperado de: http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Comunicacion%20Social/sistema_nacional_de_informacion_mipyme_guatemala_ano_base_2015.pdf

Piloña Ortís, G. (2011, enero). *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. (8ª ed.). Guatemala: GP Editores.

Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2016). *e-Commerce*. (1ª ed.). México Distrito Federal: Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de CV.

Rodríguez Vásquez, G. (2013). *Obligación y determinación actual del concepto de establecimiento permanente en el derecho tributario ante el auge del comercio electrónico en Costa Rica*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria Enrique Facio. Costa Rica. Recuperado de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/2071/1/35595.pdf>

Sperisen, E. (2018, 9 de agosto). *Las regulaciones al comercio electrónico*. Prensa Libre. Recuperado de: <https://www.prensalibre.com/opinion/las-regulaciones-al-comercio-electronico/>

Tomé, P. (2011). *Conecta!*. (1ª ed.). Barcelona, España: Libros de Cabecera S. L.

Anexos

Anexo 1

Cuestionario

Dirigido a: Propietarios, administradores o encargados de las pequeñas empresas, en la cabecera departamental de Chiquimula.

Objetivo: El presente cuestionario tiene como fin recolectar información sobre el financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las microempresas de la cabecera departamental de Chiquimula. La información obtenida será empleada únicamente con fines educativos.

Instrucciones: A continuación se presenta una serie de preguntas en las cuales se solicita su colaboración, marcando con una X la respuesta que considere correcta.

1. ¿Sabe qué es comercio electrónico?

Sí

No

2. ¿Piensa que el comercio electrónico facilita las transacciones comerciales?

Sí

No

3. ¿Le genera inseguridad realizar transacciones comerciales por medio de vías electrónicas?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>

4. ¿El uso de Internet ha incrementado sus compras o ventas realizadas por medio de transacciones electrónicas?

Sí

No

5. ¿Cuál es el beneficio principal que el uso del comercio electrónico ha generado para su negocio?

Incremento de ventas	<input type="checkbox"/>
Reducción de costos	<input type="checkbox"/>
Facilidad para realizar transacciones	<input type="checkbox"/>
Mayor publicidad	<input type="checkbox"/>

6. ¿Considera que el uso de tecnología de la información le brinda ventajas competitivas respecto a otros negocios?

Sí

No

7. ¿Considera que el comercio electrónico proporciona grandes oportunidades para las empresas?

Sí

No

8. ¿Cree que el comercio electrónico contribuye al crecimiento económico en Guatemala?

Sí

No

9. ¿Considera que las empresas que utilizan comercio electrónico tienen oportunidad de expandirse a mercados internacionales?

Sí

No

10. ¿Conoce la existencia de alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico?

Sí

No

11. Si conoce alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico, ¿La aplica?

Sí

No

12. ¿Conoce el Decreto 47-2008 Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas?

Sí

No

13. ¿Considera que el no aplicar la normativa pueda traerle consecuencias a su negocio?

Sí

No

14. ¿Considera indispensable una ley que regule el comercio electrónico?

Sí

No

Anexo 2				
Vaciado de datos				
Total población: 200				
No.	Pregunta	Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	¿Sabe qué es comercio electrónico?	Sí	177	88
		No	23	12
2	¿Piensa que el comercio electrónico facilita las transacciones comerciales?	Sí	151	75
		No	49	25
3	¿Le genera inseguridad realizar transacciones comerciales por medio de vías electrónicas?	Sí	21	10
		No	143	72
		Algunas veces	36	18
4	¿El uso de Internet ha incrementado sus compras o ventas realizadas por medio de transacciones electrónicas?	Sí	134	67
		No	66	33
5	¿Cuál es el beneficio principal que el uso del comercio electrónico ha generado para su negocio?	Incremento de ventas	69	34
		Reducción de costos	13	7
		Facilidad para realizar transacciones	77	38
		Mayor publicidad	41	21
6	¿Considera que el uso de tecnología de la información le brinda ventajas competitivas respecto a otros negocios?	Sí	118	59
		No	82	41
7	¿Considera que el comercio electrónico proporciona grandes oportunidades para las empresas?	Sí	138	69
		No	62	31

8	¿Cree que el comercio electrónico contribuye al crecimiento económico en Guatemala?	Sí	102	51
		No	98	49
9	¿Considera que las empresas que utilizan comercio electrónico tienen oportunidad de expandirse a mercados internacionales?	Sí	38	19
		No	162	81
10	¿Conoce la existencia de alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico?	Sí	0	0
		No	200	100
11	Si conoce alguna ley, normativa o regulación tributaria aplicable al comercio electrónico, ¿La aplica?	Sí	0	0
		No	200	100
12	¿Conoce el Decreto 47-2008 Ley para el Reconocimiento de las Comunicaciones y Firmas Electrónicas?	Sí	0	0
		No	200	100
13	¿Considera que el no aplicar la normativa pueda traerle consecuencias a su negocio?	Sí	183	91
		No	17	9
14	¿Considera indispensable una ley que regule el comercio electrónico?	Sí	28	14
		No	172	86