

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



UPLA

TESIS

Comprobantes electrónicos e Impuesto General a las Ventas en las empresas de Locería y Cristalería, Provincia de Huancayo 2021

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autores : Bach. Sedano Quichca, Liz Alina
Bach. Sedano Quichca, Beatriz

Asesor : Mg. Astete Montalvo Milagros

Línea de investigación Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 18/11/2022 - 17/11/2023

HUANCAYO-PERÚ
2024

Hoja de aprobación de jurados

TESIS

Comprobantes electrónicos e Impuesto General a las Ventas en las empresas de Locería y Cristalería, Provincia de Huancayo 2021

PRESENTADA POR:

Bach. Sedano Quichca, Liz Alina
Bach. Sedano Quichca, Beatriz

**PARA OPTAR EL TITULO DE:
CONTADOR PÚBLICO**

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRESIDENTE : _____

PRIMER MIEMBRO : _____

SEGUNDO MIEMBRO : _____

TERCER MIEMBRO : _____

Huancayo,.....de.....del 2024

Falsa portada

Asesor

Mg. Astete Montalvo Milagros Amparo

Dedicatoria:

A mi Madre (V.Q.V) quien me enseñó a no rendirme a pesar de las dificultades me enseñó a seguir adelante, a Dios el dador de la vida, a mis hermanos por su apoyo moral e incondicional durante todo el trayecto de mi carrera Profesional.

Beatriz Sedano Quichca

A mi Padre Máximo por su apoyo incondicional y emocional, a Dios por su gracia infinita y por darme siempre la fortaleza para seguir adelante, a mi hermano Rafael por su gran apoyo durante toda mi carrera Profesional.

Liz Alina Sedano Quichca

Agradecimiento:

Queremos elevar nuestro agradecimiento a la Universidad Peruana Los Andes, a nuestros Docentes quienes fueron parte de nuestra formación académica.

Agradecer a la Mg. Astete Montalvo, Milagros, Mg. Rosado Rojas, Yensi, Mg. Valentín Elías, Leonel Martin y Mtra. Dolorier Aguirre, Carmen Rosa, por su asesoría, compromiso y por brindarnos su apoyo y guía en todo el proceso de elaboración de la tesis.

A las empresas de Locería y Cristalería, quienes han sido de mucho apoyo en la ejecución de la tesis.

Autoras

Constancia de similitud



NUEVOS TIEMPOS
NUEVOS DESAFÍOS
NUEVOS COMPROMISOS

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0210 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

COMPROBANTES ELECTRÓNICOS E IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN LAS EMPRESAS DE LOCERÍA Y CRISTALERÍA, PROVINCIA DE HUANCAYO 2021

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : Bach. SEDANO QUICHCA BEATRIZ
Bach. SEDANO QUICHCA LIZ ALINA

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : CONTABILIDAD Y FINANZAS

Asesor(a) : Mg. ASTETE MONTALVO MILAGROS AMPARO

Fue analizado con fecha 09/05/2024; con 98 págs.; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

X

Excluye citas.

X

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

X

Otro criterio (especificar)

El documento presenta un porcentaje de similitud de 22 %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: **Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.**

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 09 de mayo del 2024.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Contenido

Hoja de aprobación de jurados.....	ii
Falsa portada.....	iii
Asesor	iv
Dedicatoria:.....	v
Agradecimiento:.....	vi
Contenido.....	viii
Contenido de tablas.....	xi
Contenido de figuras.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción.....	xv
CAPÍTULO I	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1 Descripción de la realidad problemática	17
1.2 Delimitación del problema.....	20
1.2.1 Delimitación espacial	20
1.2.2 Delimitación temporal.....	20
1.2.3 Delimitación conceptual o temática	20
1.3 Formulación del problema	21
1.3.1 Problema general.....	21
1.3.2 Problemas específicos	21
1.4 Justificación de la investigación.....	21
1.4.1 Justificación social.....	21
1.4.2 Justificación teórica	22
1.4.3 Justificación metodológica	22
1.5 Objetivos de la investigación	23
1.5.1. Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos.....	23
CAPÍTULO II	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales).....	24
2.1.1 Antecedentes internacionales	24
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	25

2.2 Bases teóricas o científicas	28
2.2.1 Variable 1: Comprobantes electrónicos.....	28
2.2.2 Variable 2: Impuesto general a las ventas	29
2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones).....	32
CAPÍTULO III.....	33
HIPÓTESIS.....	33
3.1 Hipótesis general.....	33
3.2 Hipótesis específico	33
3.3 Variables (definición conceptual y operacional).....	33
3.3.2 Operacionalización de las variables de investigación	34
CAPÍTULO IV.....	35
METODOLOGÍA.....	35
4.1 Método de investigación	35
4.1.1 Método general.....	35
4.1.2 Método específico	35
4.2 Tipo de investigación	35
4.3 Nivel de investigación.....	36
4.4 Diseño de investigación	36
4.5 Población y muestra	37
4.5.1 Población.....	37
4.5.2 Muestra.....	38
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.6.1 Técnicas de recolección de datos	39
4.6.2 Instrumentos de recolección de datos.....	39
4.6.3. Validez y confiabilidad.....	39
4.7 Técnica de procesamiento y análisis de datos.....	39
4.8 Aspectos éticos de la investigación.....	40
CAPÍTULO V.....	41
RESULTADOS.....	41
5.1 Descripción de resultados	41
5.1.1 Análisis de resultados	41
5.2 Contrastación de hipótesis.....	49
5.2.1 Hipótesis general	49
5.2.1 Hipótesis específica 1:.....	50

5.2.2 Hipótesis específica 2:.....	51
5.2.3 Hipótesis específica 3:.....	52
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	53
CONCLUSIONES	57
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (APA).....	60
ANEXOS	63
Anexo 1: Matriz de consistencia:.....	64
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables	66
Anexo 3: Matriz de Operacionalización del instrumento	68
Anexo 4: El instrumento de investigación	70
Anexo 5: Validez y confiabilidad	72
Anexo 6: Datos recogidos de las encuestas	79
Anexo 7: Consentimiento informado.....	81
Anexo 8: Fotos.....	83
Anexo 9: Constancia de registro de las empresas según la SUNAT	87

Contenido de tablas

Tabla 1 Muestra	38
Tabla 2 Variable comprobantes electrónicos	41
Tabla 3 Dimensión factura electrónica	42
Tabla 4 Dimensión boleta de ventas electrónica.....	43
Tabla 5 Dimensión nota de crédito	44
Tabla 6 Variable impuesto general a las ventas.....	45
Tabla 7 Dimensión impuesto indirecto	46
Tabla 8 Dimensión impuesto instantáneo	47
Tabla 9 Dimensión impuesto proporcional.....	48
Tabla 10 Correlación (Comprobantes electrónicos y el Impuesto General a las Ventas)	49
Tabla 11 Correlación (Comprobantes electrónicos e Impuesto Indirecto)	50
Tabla 12 Correlación (Comprobantes electrónicos y el impuesto instantáneo)	51
Tabla 13 Correlación (Comprobantes electrónicos y el impuesto proporcional)	52

Contenido de figuras

Figura 1 Facturas electrónicas emitidas con el paso de los años	18
Figura 2 Comprobantes físicos permitidos y no permitidos	19
Figura 3 Resultado de la variable.....	41
Figura 4 Resultado de dimensión.....	42
Figura 5 Resultado de la dimensión.....	43
Figura 6 Resultado de la dimensión.....	44
Figura 7 Resultado de la variable.....	45
Figura 8 Resultado de la dimensión.....	46
Figura 9 Resultado de la dimensión.....	47
Figura 10 Resultado de la dimensión.....	48

Resumen

"Comprobantes electrónicos e Impuesto General a las Ventas en las empresas de locería y cristalería, Provincia de Huancayo 2021" tuvo como problema ¿Qué relación existe entre los comprobantes electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo 2021?. Como objetivo fue: Determinar la relación entre los comprobantes electrónicos y el Impuesto General a las Ventas. Se empleo como método general el científico, como específico el inductivo y el deductivo, como tipo la aplicada, de nivel correlacional de diseño no experimental. La población estudiada incluyó 325 empresas dedicadas a la venta de locerías y cristalería en la provincia de Huancayo. El instrumento utilizado fue el cuestionario validado por expertos y verificado con el estadístico Alfa de Cronbach. Los resultados mostraron una relación directa de 0,987, lo que indica una relación positiva muy alta. Se recomienda que los gerentes generales de estas empresas reciban capacitación en el uso de comprobantes de pago electrónicos para cumplir con el impuesto general a las ventas.

Palabras clave: Impuesto general a las ventas y comprobantes electrónicos

Abstract

"Electronic receipts and General Sales Tax in china and glassware companies, Province of Huancayo 2021" had the problem: What is the relationship between electronic receipts and the general sales tax in china and glassware companies in the province? of Huancayo 2021? The objective was: Determine the relationship between electronic receipts and the General Sales Tax. The scientific method was used as a general method, the inductive and deductive method as the specific method, the applied method as a type, with a correlational level of non-experimental design. The population studied included 325 companies dedicated to the sale of china and glassware in the province of Huancayo. The instrument used was the questionnaire validated by experts and verified with the Cronbach's Alpha statistic. The results showed a direct relationship of 0.987, indicating a very high positive relationship. It is recommended that general managers of these companies receive training in the use of electronic payment vouchers to comply with the general sales tax.

Keywords: General sales tax and electronic receipts

Introducción

Los principales problemas del impuesto general a las ventas en empresas dentro de la actualidad vienen a ser el aumento de tasa del impuesto, la complejidad de su cálculo y declaración, la evasión fiscal y la competencia desleal. Ahora bien, dentro de las empresas de locerías y cristalería de la provincia de Huancayo se ha observado que existen problemas por la inadecuada determinación del impuesto general a las ventas, lo que genera que tengan problemas con el ente recaudador (SUNAT). El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago y el impuesto general a las ventas dentro de las empresas de locería y cristalería de Huancayo 2021. Para evaluar las hipótesis y alcanzar nuestros objetivos, se emplea una metodología cuantitativa, utilizando un método científico general, de tipo aplicado, con un nivel correlacional y un diseño no experimental. Además, la población está compuesta por 325 empresas que venden locería y cristalería en la provincia de Huancayo. Nuestro instrumento es el cuestionario, que será validado por expertos y verificado con el estadístico Alfa de Cronbach. Los siguientes capítulos componen el impacto del estudio:

Capítulo I: Dentro de este acápite se muestra la descripción de la realidad problemática, la justificación, los objetivos la delimitación que componen la estructura de la misma.

El capítulo II referenciado al marco teórico en la cual se presenta antecedentes y bases teóricas referenciado a las variables de estudio.

Capítulo III: Dentro de este capítulo se señala la hipótesis general y específica, seguido de la Operacionalización de las variables que nos sirvieron para la construcción del instrumento.

Capítulo IV: Describimos la metodología utilizada para alcanzar nuestros objetivos.

El Capítulo V contiene una descripción de los resultados, un análisis de los resultados y una comparación de hipótesis.

Liz & Beatriz

CAPÍTULO I

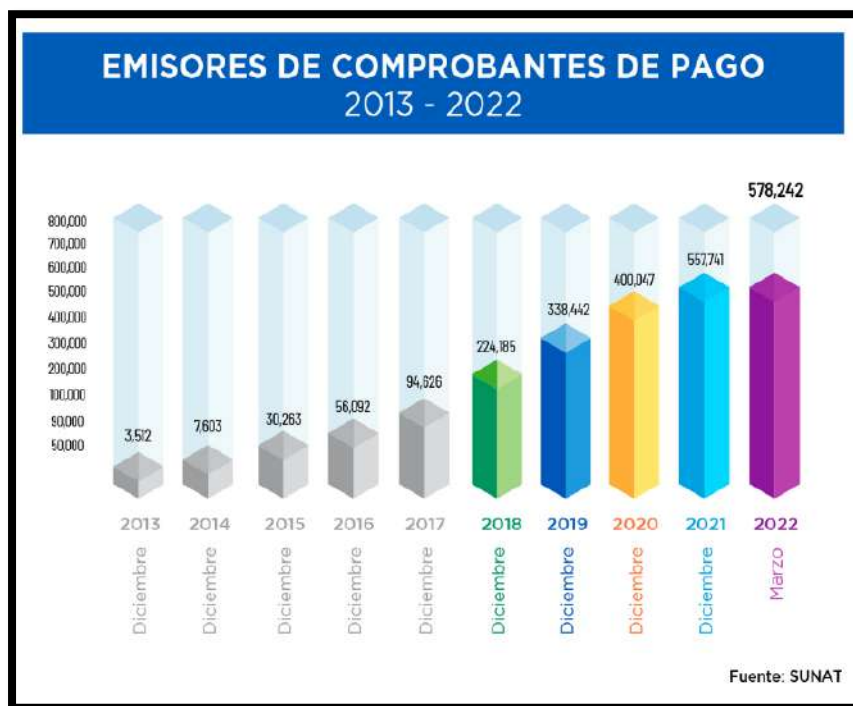
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial existen empresas grandes dedicadas a la Cristalería más exclusivas del mundo, tal como lo menciona la revista SUMUN donde redacta la periodista Raquel F. Novoa, quien refiere que las empresas más cotizadas y más expandidas a nivel mundial son la empresa Lalique ubicado en Rio de Janeiro en Nueva York, la empresa Baccarat de Brasil, Bohemia de la Republica Checa, Sevres de España, Atlantis de Estados Unidos, entre otras empresas las cuales cuentan con muchas sucursales a nivel mundial, que es donde se presenta la problemática para estas empresas, ya que dentro de sus sucursales se están emitiendo comprobantes físicos y que en muchos casos no se emiten, lo que genera inconvenientes a estas empresas ya que en febrero del 2021, la empresa Sevres ha sido multada por una fuerte cantidad de dinero al presentar en su declaración un monto distinto al de sus ventas reales, asimismo la periodista resalta que este problema no solo lo ha vivido la empresa Sevres sino que hay otras empresas que también presentan el mismo problema, pero que se han negado a dar información.

En el Perú según la revista empresas y negocios, patrocinado por la Cámara de comercio de Lima, menciona que la empresa Locería Cristalería Imperio EIRL, ubicado en la ciudad de Lima, en su entrevista menciona que la participación del comercio electrónico ha ayudado bastante a la determinación de sus impuestos lo mismo que al ser electrónico, también ha ayudado bastante porque se emiten comprobantes electrónicos lo cual facilita el manejo de sus cuentas, asimismo asegura que no solo su empresa ha mejorado con la emisión de los comprobantes electrónicos, sino que también desde que muchas empresas dedicadas a otros rubros empezaron a emitir comprobantes de pago han ido mejorando, y que cada año muchas empresas han optado por la emisión electrónica, tal como se ve a continuación:

Figura 1
Facturas electrónicas emitidas con el paso de los años



Nota: SUNAT

Dentro del departamento de Junín, específicamente en la provincia de Huancayo, las empresas dedicadas a la comercialización de locería y Cristalería presentan como problemática el mal cálculo del IGV que están determinando dichas empresas, asimismo se ha podido observar que, en las empresas de locería y cristalería, el cual tiene mucha demanda en el mercado por sus productos que venden, y por la necesidad de la población, estas empresas no emiten comprobantes de pago electrónicos, y están acostumbrados a emitir las facturas físicas lo que es un serio problema para las empresas ya que muchas veces estos comprobantes físicos son extraviados o se deterioran y no se logran visualizar de manera clara lo que provoca al mal cálculo del impuesto. Dentro del informe que emitió la SUNAT las empresas de locería y cristalería se encuentra señalado como una empresa que aún sigue emitiendo comprobantes de pago físicos.

Asimismo, podemos mencionar que estas empresas estarían acostumbradas a emitir proformas, guías, alterando así las ventas reales.

Por otro lado, al no emitir comprobantes electrónicos estas empresas en su mayoría estarían teniendo dificultades con SUNAT, con una posible fiscalización, reflejando así contablemente caja negativa, en otras palabras, habría más compras que ventas, lo cual al momento de realizar las declaraciones mensuales se estarían acumulando de crédito fiscal por lo que no estarían pagando el IGV adecuado.

Figura 2
Comprobantes físicos permitidos y no permitidos



Nota: SUNAT

En este contexto, se puede observar que estas empresas podrían enfrentar futuros problemas con la entidad recaudadora de impuestos (SUNAT), lo que podría resultar en multas, sanciones e incluso la clausura de sus locales. Esto podría generar una mala imagen para estas empresas debido a la falta grave que estarían cometiendo. Al no determinar adecuadamente el impuesto general a las ventas, no solo se perjudican a sí mismas, sino que también estarían incurriendo en infracciones tributarias.

Las causas que generan la problemática de la investigación es que las empresas no emiten comprobantes de pago electrónico, ya que este es un medio para la mejor determinación del impuesto, asimismo ya no se les extraviaría los comprobantes y podrían determinar efectivamente los impuestos que les corresponde pagar.

El efecto que tiene la problemática presentada, son las multas que generarían las empresas dedicadas a la comercialización de locería y cristalería, por parte de la administración tributaria, lo cual perjudicaría su rentabilidad, siendo afectados económicamente asimismo que la SUNAT ha emitido una resolución donde dice que desde el mes de junio del 2022 la emisión de comprobantes electrónicos será de uso obligatorio, para todas las empresas.

Por lo tanto este trabajo de investigación es realizada para poder ver el nivel de relación que tienen los comprobantes electrónicos y el impuesto general a las ventas, asimismo hacerles ver a los gerentes de las empresas de locería y cristalería la importancia que tiene el emitir los comprobantes electrónicos en el cálculo preciso del impuesto general a las ventas, por lo cual la presente investigación será de gran aporte para las empresas ya mencionadas puesto que les será de gran ayuda toda la información que aquí se plasme.

1.2 Delimitación del problema

1.2.1 Delimitación espacial

La investigación se realizó en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, del departamento de Junín.

1.2.2 Delimitación temporal

La investigación se realizó con la información obtenida del año 2021

1.2.3 Delimitación conceptual o temática

- ✓ Comprobantes de pago
- ✓ Impuesto general a las ventas

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?

1.3.2 Problemas específicos

1. ¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?
2. ¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?
3. ¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación social

En el caso de los comprobantes de pagos electrónicos, estos permiten una mayor eficiencia y rapidez en las transacciones comerciales, lo que a su vez mejora la competitividad y productividad de las empresas. Además, al ser una forma de pago más segura y transparente, contribuyen a reducir el riesgo de fraude y a aumentar la confianza de los clientes en la empresa.

Por otro lado, los impuestos indirectos son una forma de financiar los servicios públicos y programas sociales que benefician a toda la sociedad. Estos impuestos se aplican sobre el consumo de bienes y servicios y se consideran más equitativos que los

impuestos directos, ya que gravan proporcionalmente a quienes más consumen. Al pagar estos impuestos, las empresas contribuyen al bienestar social y al desarrollo económico del país. El IGV es una fuente importante de ingresos para el Estado, lo que permite financiar los servicios públicos y programas sociales que benefician a toda la sociedad.

1.4.2 Justificación teórica

Desde una perspectiva teórica, las variables que componen los comprobantes de pago y el Impuesto General a las Ventas (IGV) tienen una justificación importante en la economía.

En el caso de los comprobantes de pago, estos son una herramienta fundamental para la contabilidad y el control fiscal de las empresas. Permiten registrar y documentar las transacciones comerciales realizadas, lo que a su vez facilita la toma de decisiones y la evaluación del desempeño económico de la empresa. Además, los comprobantes de pago son una forma de garantizar la transparencia y la legalidad de las operaciones comerciales, lo que contribuye a fortalecer la confianza de los clientes y la reputación de la empresa.

Por otro lado, el IGV es un tributo que grava el consumo de bienes y servicios en el país. Desde una perspectiva teórica, se considera que este impuesto tiene una base amplia y es más eficiente que otros impuestos, ya que se aplica sobre un mayor número de transacciones comerciales y no afecta directamente la renta o el capital de las empresas. Además, al ser un impuesto indirecto, se considera que es más equitativo, ya que gravan proporcionalmente a quienes más consumen.

1.4.3 Justificación metodológica

La metodología que se utilizará en una investigación. Se menciona que se han creado dos instrumentos de investigación para medir las variables, y se utilizará el coeficiente alfa de Cronbach para medir la confiabilidad de los mismos. Además, se utilizará el software SPSS versión 25 para determinar el nivel de relación entre las variables y dimensiones.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pagos electrónicos y el Impuesto General a las Ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.
2. Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.
3. Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)

2.1.1 Antecedentes internacionales

Celedón (2021) *“El Impuesto Al Valor Agregado En Colombia A Través De Sus Reformas Legislativas Entre 1990 Y 1998; Aspectos Relevantes Y Modificaciones”*. En la Universidad Externado de Colombia, con la finalidad de optar el grado de magíster en contabilidad. El objetivo de la investigación fue: Determinar el impuesto al valor agregado dentro de las reformas de legislación en los periodos establecidos. Mediante el tipo aplicada de nivel explicativo, la población consto de 3 administrativos. Concluye que: se determinó la incidencia del impuesto al valor agregado dentro de las reformas presentadas.

Felipe (2018) investigo *“Implementación facturación electrónica en Colombia”*. En la Universidad Católica de Colombia para la especialización en administración financiera. El objetivo de la investigación fue: Analizar el desarrollo que ha tenido la facturación electrónica en Colombia comparando el modelo implementando en otros de la región a fin de establecer las diferencias entre los esquemas. Se tomó al método descriptivo, inductivo. Asimismo, se concluye que: El reto del país en lograr que los pequeños empresarios pueden adaptarlos sin generarles transmisiones económicas.

Bermúdez (2018) Sustento la tesis titulada *“Facturación electrónica una alternativa para el aumento del recaudo”*, en la Universidad del Rosario en Bogotá D.C. México, tuvo como objetivo lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, la metodología empleada fue de tipo explicativo y nivel descriptivo, asimismo su conclusión fue que la implementación de la facturación electrónica es un instrumento que genera beneficios para las empresas, tanto privadas como públicas ya que debido a ello se mejorara la determinación de los impuestos, el

mismo que es considerado importante dentro de la investigación que se viene desarrollando porque demuestra la importancia de la emisión electrónica de los comprobantes.

De Arcondo (2020) la tesis *“La facturación electrónica frente al recaudo tributario en Colombia”*. “El objetivo: Determinar la incidencia de la factura electrónica frente al recaudo tributario de Colombia. La metodología empleada de tipo aplicada, de nivel explicativo, de diseño no experimental. Concluye que si efectivamente la facturación electrónica incide en el recaudo tributario”.

Morantes & Carvajal (2018) la tesis *“Implementación de la factura electrónica en Colombia a partir del decreto 2242 de 2015, en las MIPYMES del Barrio La Merced de la ciudad de Cúcuta”*, en la Universidad Libre en Cúcuta – Colombia, tuvo como objetivo elaborar una guía didáctica para entender la implementación de la factura electrónica en Colombia a partir del decreto supremo 2242 de 2015, en las MIPYMES del Barrio La Merced de la ciudad de Cúcuta, la metodología empleada fue de tipo explicativa enfoque descriptivo y la técnica fue la encuesta, la muestra estuvo conformado por 20 MIPYMES, asimismo concluyo que existe la necesidad de elaborar una guía didáctica para entender la implementación de la factura electrónica en dichas empresas. El estudio también permitió identificar las ventajas y desventajas de la norma, y desde luego la importancia tecnología que exige el nuevo modelo de facturación en Colombia a partir del 1 de enero del año 2019, demostrando la importancia que tiene la tecnología para la presente investigación.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Pinedo (2020) investigo: *“El Impuesto General a las Ventas y su Incidencia en la Informalidad Comercial en un Centro comercial de Gamarra 2019”*. En la Universidad Peruana de las Américas, para la obtención del título profesional de contador

público. El objetivo de la investigación fue: Demostrar la incidencia del impuesto general a las ventas en la informalidad comercial en un centro comercial de Gamarra. La investigación fue de tipo descriptiva y explicativa, de un diseño descriptivo-simple, transaccional o transversal. La población consta de 100 comerciantes de un centro comercial de Gamarra, tomándose como muestra a 42 comerciantes propietarios de sus galerías. La técnica fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Se llegó a la siguiente conclusión: Se ha demostrado que el impuesto general a las ventas si incide favorablemente en la informalidad comercial de los centros comerciales de Gamarra.

Jibaja y Valdiviezo (2019) sustentaron la tesis titulada “*Análisis del impacto de la implementación del sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago en las empresas*”, en la Universidad Nacional de Piura en Piura – Perú, para optar el título profesional de Contador público, tuvo como objetivo analizar el impacto de la implementación del sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago en las empresas, la metodología empleada fue la no experimental de tipo descriptiva, asimismo concluye que la implementación de los sistemas de emisión electrónica en los comprobantes de pago, tienen un impacto positivo en las empresas, repercutiendo en el incremento de la productividad en las actividades de los contribuyentes, obteniendo un mayor dinamismo financiero y a su vez hacer uso de tecnología moderniza sus operaciones comerciales que conlleva a una interacción integrada entre proveedores y clientes, lo que se conoce como comercio electrónico.

Chaves y Rojas (2019) “*La implementación de los comprobantes electrónicos y su influencia en los costos de las Micro y Pequeñas empresas en el distrito Moyobamba 2019*” en la Universidad Cesar Vallejo en Moyobamba – Perú, tuvo como objetivo determinar la influencia entre los comprobantes de pago electrónicos y los costos de las Mypes del distrito de Moyobamba 2019, la metodología empleada fue la no experimental

de tipo descriptiva, asimismo concluye que a medida que los costos en las empresas se incrementen, los beneficios de la implementación de comprobantes electrónicos se ven reducidos.

Mestanza y Sifuentes (2019) *“Emisión de comprobantes de pago y su incidencia en la rentabilidad del Consorcio Cerveceros Chávez S.A.C. La Libertad, 2018 – 2019”*, “en la Universidad Cesar Vallejo en Trujillo – Perú, tuvo como objetivo demostrar la incidencia en la rentabilidad del Consorcio Cerveceros Chávez S.A.C. La Libertad, 2018 – 2019, la metodología empleada fue de tipo descriptivo correlacional de diseño no experimental de corte transversal, asimismo concluye que la emisión de comprobantes de pago electrónicos se relaciona de manera directa con la rentabilidad que genera la empresa, es decir que la emisión de comprobantes de pago facilita y mejora el rendimiento de las empresas, es por ello que esta investigación utiliza este antecedente como ejemplo de la importancia que tiene la emisión de comprobantes de pago, para el incremento de la rentabilidad dentro de las empresas”.

Quispe (2017) Sustento en la Universidad Nacional del Altiplano la tesis titulada: *“Influencia de la aplicación del sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago por los contribuyentes del sector comercio de la ciudad de Juliaca, periodos 2014-2015”*, el objetivo principal fue determinar la influencia de la aplicación del Sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago de contribuyentes del sector comercio en la recaudación tributaria de la ciudad de Juliaca, periodo 2014-2015, la metodología empleada fue de enfoque científico de tipo aplicada de nivel correlacional y de diseño no experimental, llegando a la conclusión que el sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago es un mecanismo de control que la administración tributaria ha introducido en nuestro país, con el fin de facilitar el cumplimiento relaciones tributarias porque no solo simplifica enormemente las obligaciones asociadas al uso de documentos

tributarios para respaldar las transacciones comerciales de los agentes económicos y así incrementar la base tributaria, lo cual tiene mucha influencia con la recaudación tributaria, sino también, permitirá avanzar en los procesos de modernización a los contribuyentes del sector comercio, además el sistema permitirá a la administración tributaria mayor control de operaciones.

2.2 Bases teóricas o científicas

2.2.1 Variable 1: Comprobantes electrónicos

Definición:

SUNAT (2019) refiere que

“Un Comprobante de Pago Electrónico (CPE) es todo documento regulado por SUNAT, que demuestra la entrega de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios” (art 1).

Ejemplo de comprobantes de pago electrónico:

“Cuando tus clientes sean personas o empresas que desarrollan negocios de mayor envergadura, requieren generalmente la emisión de facturas, en lugar de boletas de venta, para obtener mayores beneficios al momento de sustentar sus gastos” (Lizárraga, 2019).

SUNAT (2019) refiere que

Solo se consideran comprobantes de pago, siempre que cumplan con todas las características y requisitos mínimos establecidos en el reglamento de comprobantes de pago, los cuales son, la factura electrónica, recibo por honorarios, boleta de venta electrónica, nota de crédito electrónica, nota de débito electrónica.

2.2.1.2 Dimensiones de los comprobantes electrónicos

D1: Factura electrónica

“Es un comprobante de pago emitido por el vendedor o prestador de servicios en las operaciones de venta de bienes y prestación de servicios” (Comprobantes de pago, 2019).

D2: Boleta de venta electrónica

“Es un comprobante de pago que se emite a consumidores finales. y que se emite tanto para dar cuenta ante el fisco de las diversas actividades comerciales como para que sirva de comprobante ante un eventual reclamo” (Comprobantes de pago, 2019)

D3: Nota de crédito electrónica

“Son documentos electrónicos emitidos desde los sistemas del contribuyente que se utilizaran para acreditar anulaciones, descuentos, bonificaciones, devoluciones y otros, relacionados con una factura o boleta de venta otorgada con anterioridad al mismo adquirente o usuario” (Comprobantes de pago, 2019).

Se puede emitir una nota de crédito por las siguientes razones

- Anular, descontar o bonificar un recibo
- Corregir un error en la descripción o tipo de servicio prestado
- Ajustar un monto o fecha de pago.

2.2.2 Variable 2: Impuesto general a las ventas

Definición:

SUNAT (2019) refiere que

Es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio. La tasa es del 18%, se aplica el 16% al IGV y un 2% al Impuesto de Promoción Municipal, entre los cuales se encuentran el impuesto indirecto, instantáneo y proporcional.

Importancia:

- Generación de ingresos fiscales: El IGV contribuye de manera significativa a la recaudación de ingresos del Estado, los cuales son fundamentales para financiar los gastos públicos, como educación, salud, infraestructura y seguridad.
- Equidad y progresividad: Al ser un impuesto indirecto, el IGV se distribuye de acuerdo con el consumo de bienes y servicios, lo que lo hace más equitativo al gravar a quienes más consumen. Además, al tener diferentes tasas y exoneraciones, se puede aplicar de manera progresiva para proteger a los sectores más vulnerables.
- Control de la inflación: El IGV actúa como un mecanismo de control inflacionario al desincentivar el consumo excesivo y regular la demanda de bienes y servicios.
- Promoción de la formalización: Al gravar las transacciones comerciales, el IGV fomenta la formalización de la economía al incentivar a las empresas a operar legalmente y emitir comprobantes de pago.

Características:

- El Impuesto General a las Ventas (IGV) presenta diversas características que lo distinguen como un impuesto fundamental en el sistema tributario de muchos países. Algunas de las características más destacadas del IGV son las siguientes:
- Impuesto indirecto: El IGV es un impuesto indirecto que se aplica al consumo de bienes y servicios en cada etapa de la cadena de producción y comercialización. Los consumidores finales son quienes finalmente asumen la carga impositiva.
- Generalizado: El IGV se aplica de manera generalizada a la mayoría de las transacciones de bienes y servicios, abarcando una amplia gama de sectores económicos y actividades comerciales.
- Tasa diferenciada: El IGV puede tener tasas diferenciadas según el tipo de bien o servicio gravado. Por ejemplo, algunos bienes pueden estar exentos del impuesto

o sujetos a una tasa reducida, mientras que otros pueden estar gravados con la tasa estándar.

- **Recaudación en cada etapa:** Una característica clave del IGV es que se recauda en cada etapa de la cadena de producción y distribución, lo que permite gravar el valor agregado en cada proceso y evitar la doble imposición.
- **Contribución a los ingresos fiscales:** El IGV es una importante fuente de ingresos fiscales para el Estado, contribuyendo significativamente a la recaudación total y financiando los gastos públicos en áreas como educación, salud, infraestructura y seguridad.
- **Equidad y progresividad:** Aunque es un impuesto regresivo en su naturaleza, el IGV puede aplicarse de manera progresiva mediante la exoneración de ciertos bienes básicos y la aplicación de tasas diferenciadas para proteger a los sectores más vulnerables.

2.2.2.1 Dimensiones del impuesto general a las ventas

D1: Impuesto indirecto

Chang (2012) refiere que “Grava los costos en la prestación de un servicio. En algunas ocasiones, es trasladable al consumidor final, por lo que es en este último sobre quien recae el impuesto”.

D2: Impuesto instantáneo

“Es instantáneo por que surge cuando ocurre el hecho generador del impuesto”. (Simón, 2012, p.185).

D3: Impuesto proporcional

“El impuesto tiene una influencia directa con la base gravable, por lo que a mayor base mayor va a ser el impuesto a pagar, puesto que la tarifa no varía” (Chang, 2012).

2.3 Marco conceptual (de las variables y dimensiones)

Comprobantes de pago

Vienen a ser aquel documento sustentado por la venta de bienes y servicios.

Factura electrónica

Es un comprobante de pago emitido por el vendedor o prestador de servicios en las operaciones de venta de bienes y prestación de servicios.

Boleta de venta electrónica

Es un comprobante de pago que se emite a consumidores finales, y que se emite tanto para dar cuenta ante el fisco de las diversas actividades comerciales como para que sirva de comprobante ante un eventual reclamo.

Nota de crédito electrónica

Documento legal que acredita anulaciones, descuentos, devoluciones, bonificaciones y disminuciones.

Impuesto general a las ventas

Es una deducción que admite la SUNAT sobre el tributo que gravó las adquisiciones de insumos, bienes de capital.

Impuesto indirecto

Grava el consumo y los costos en los que ha de incurrir en el proceso productivo de un bien o en la prestación de un servicio.

Impuesto instantáneo

Se refiere a la aplicación y pago del impuesto en el momento exacto en que se realiza la transacción de venta de un bien o servicio sujeto a este impuesto.

Impuesto proporcional

El impuesto se calcula de manera proporcional al valor de la operación sin considerar tramos o escalas impositivas variables.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

Existe relación directa entre los comprobantes de pagos electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

3.2 Hipótesis específico

1. Existe relación directa entre los comprobantes de pagos electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.
2. Existe relación directa entre los comprobantes de pagos electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.
3. Existe relación directa entre los comprobantes de pagos electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

3.3 Variables (definición conceptual y operacional)

3.3.2 Operacionalización de las variables de investigación

VARIABLES	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de medición
Variable 1: Comprobantes de pago electrónicos	SUNAT (2019) refiere que Un comprobante de pago es el documento mediante el cual se sustenta la venta de bienes o los servicios que se presta a un tercero. entre los cuales se encuentran las facturas electrónicas, las boletas de venta electrónicas, las notas de crédito electrónicas, etc	D1: Factura electrónica	Operaciones de venta de bienes	Ordinal
			Operaciones de prestación de servicios	
		D2: Boleta de venta electrónica	Comprobantes de pago a consumidores finales	
			Ante el fisco de diversas actividades comerciales	
			Comprobante ante un reclamo eventual	
		D3: Nota de crédito electrónica	Utilización para acreditar anulaciones	
			Utilización para acreditar descuentos	
			Utilización para acreditar devoluciones	

VARIABLES	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	Escala de medición
Variable 2: Impuesto general a las ventas	SUNAT (2019) menciona que “Es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio. La tasa es del 18%, se aplica el 16% al IGV y un 2% al Impuesto de Promoción Municipal, entre los cuales se encuentran el impuesto indirecto, instantáneo y proporcional”.	D1: Impuesto indirecto	Costos en la prestación de servicio	Ordinal
			Trasladable al consumidor final	
		D2: Impuesto instantáneo	Surgimiento del hecho generador	
			Surgimiento del impuesto	
		D3: Impuesto proporcional	Porcentaje de la base gravable	
			Impuesto a pagar	
			Tarifas del impuesto general	

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de investigación

4.1.1 Método general

El método general de la investigación fue científico:

“Es el camino que seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas que nos permiten alcanzar un resultado o un objetivo. En otras palabras, es el camino para llegar a un a fin o una meta” (Sánchez & Reyes, 2009, p. 23).

Esta afirmación indica que el método científico es utilizado debido a que permite obtener conocimientos confiables y precisos, lo que a su vez refuerza la validez de los resultados obtenidos y el conocimiento adquirido. En otras palabras, el método científico es una herramienta importante para obtener información precisa y confiable, lo que ayuda a mejorar nuestra comprensión del mundo y a tomar decisiones informadas basadas en evidencia.

4.1.2 Método específico

Se utilizó el método inductivo y deductivo:

“Para llegar a los resultados y proponer conclusiones y recomendaciones pertinentes”. Valderrama, (2017, p.62).

4.2 Tipo de investigación

El tipo fue aplicado:

Sánchez y Reyes (2009), refiere que

El cual se interesa por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella deriven. La investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir, y para

modificar, le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal. (p.37)

La investigación de tipo aplicada es importante porque tiene como objetivo principal la resolución de problemas prácticos y la generación de conocimientos que puedan ser aplicados directamente en la solución de situaciones reales.

4.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación fue correlacional tal como menciona:

Valderrama y Jaimes (2019) mencionan que “El nivel de investigación es correlacional porque este nivel de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grados de asociación que existe entre las variables de estudio” (p.251).

La importancia de la investigación de nivel correlacional radica en su capacidad para identificar relaciones y asociaciones entre variables, lo que permite comprender mejor la naturaleza de las interacciones entre diferentes factores.

4.4 Diseño de investigación

El diseño fue no experimental:

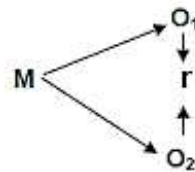
Hernández et al. (2010) podría definirse

Como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

“En la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos. De hecho, no hay condiciones o estímulos planeados que se administren a los participantes del estudio” (Lee & Kerlinger, 2002).

“ Consiste en recolectar información en dos o más muestras con el propósito de observar el comportamiento de una variable, tratando de controlar estadísticamente otras variables que se considera pueden afectar la variable estudiada” (Sánchez & Reyes, 2009b).

Esquema:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

4.5 Población y muestra

4.5.1 Población

Hernández, (2010) en su libro refiere que

Esta afirmación se refiere a la metodología de la investigación y establece la definición de tres conceptos clave: universo, población y muestra.

Implica la identificación del universo, la selección de una población específica dentro de ese universo y la elección de una muestra representativa de esa población para llevar a cabo la investigación. Este enfoque ayuda a garantizar que los resultados obtenidos sean precisos y aplicables al grupo más amplio del universo que se está estudiando.

La población es finita y se encontró conformada por 325 empresas que venden de locería y Cristalería (naturales y jurídicas) ubicados en la provincia de Huancayo, tal como se adjunta en el anexo 8.

4.5.2 Muestra

La muestra fue no probabilística, a criterio del investigador, por ello se encuentra conformada por 10 empresas (personas jurídicas) que venden de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, las cuales se encuentran registradas en SUNAT con referencia de (Activo y habido), y de las cuales los sujetos de muestra serán 30 trabajadores.

Tabla 1
Muestra

Empresas que venden locería y cristalería en la Provincia de Huancayo		
N°	Denominación	Trabajadores
01	REPRESENTACIONES RUANA E.I.R.L.	
02	MANFER TELEVISION SOC. COM. RESP. LTDA.	
03	NEGOCIACIONES MULTIPLES VEMO S.A.C.	
04	INVERSIONES COFIER 2012 S.A.C.	
05	D COCINA, BAR Y REPOSTERIA E.I.R.L.	1: Gerente
06	INVERSIONES Q&C STAR E.I.R.L.	1: Contador
07	ELECTRO OUTLET MERITHA E.I.R.L.	1: Cajero
08	IMPORTACIONES PINO E.I.R.L.	
09	NEGOCIACIONES RONDON E.I.R.L.	
10	IMPORTACIONES E INVERSIONES RO & MA E.I.R.L.	
Total, de 10 empresas (Persona jurídica) (30 trabajadores)		

Nota: Según SUNAT

CRITERIOS DE INCLUSION: Empresas SUNAT, (Personas jurídicas) que se encuentran activas y aquellos trabajadores que tiene conocimiento sobre la emisión de los comprobantes de pago y el IGV.

CRITERIOS DE EXCLUSION: Se encuentran las empresas (personas naturales) y también aquellas que no se encuentran activas y que son informales.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1 Técnicas de recolección de datos

Como técnica se utilizó la encuesta.

4.6.2 Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento se utilizó el cuestionario.

4.6.3. Validez y confiabilidad

4.6.3.1 Validez

Dentro de la investigación se considera la validez de pertenencia (Valderrama & Jaimes, 2019 p.270). La cual se muestra en el anexo 5.

4.6.3.2 Confiabilidad

(Valderrama & Jaimes, 2019) refieren que

Esta afirmación describe el proceso de aplicar la prueba de confiabilidad en una investigación. Según la explicación, se utiliza una prueba piloto para obtener resultados iniciales, los cuales son necesarios para llevar a cabo el análisis de confiabilidad. Se requiere un mínimo de 30 sujetos encuestados que tengan características similares a las de la muestra en estudio.

Para evaluar la confiabilidad, se utiliza el análisis estadístico conocido como Alfa de Cronbach. Esta técnica es apropiada cuando se utilizan escalas de medición ordinales, lo que implica que las respuestas de los participantes se clasifican en categorías o niveles. (p.265).

4.7 Técnica de procesamiento y análisis de datos.

Se utilizó la inferencial y la descriptiva.

4.8 Aspectos éticos de la investigación

La presente investigación se fundamentó en el cumplimiento del código de ética para la investigación científica, respaldado por varios reglamentos y principios legales, entre los cuales se encuentran el Reglamento de Ética, el Reglamento de Investigación y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de CCAACC - UPLA, así como la Constitución Política del Estado, la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Peruana Los Andes. Además, se hace referencia a los principios que rigen la actividad investigativa, las normas de comportamiento ético y la utilización obligatoria de estilos de redacción científica, como el estilo de la norma APA para Ciencias Sociales. Se destaca el compromiso de cumplir con las normas institucionales establecidas y se asume la responsabilidad ante la Universidad Peruana Los Andes y cualquier otra instancia que así lo requiera, garantizando la ausencia de plagio y falsificación en la investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

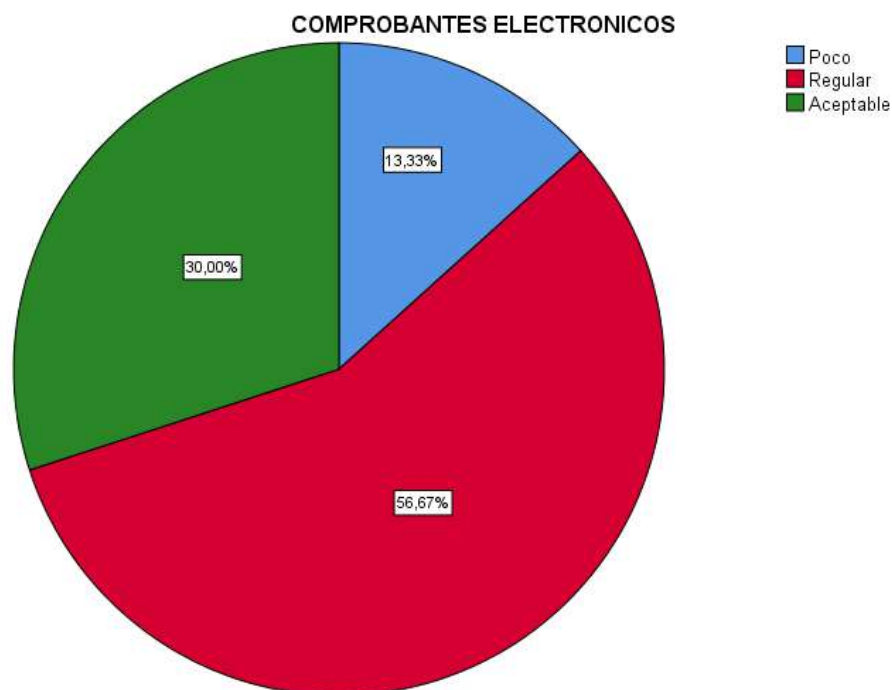
5.1.1 Análisis de resultados

Tabla 2
Variable comprobantes electrónicos

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Poco	4	13%
Regular	17	57%
Aceptable	9	30%
Total	30	100%

Nota: IBM25

Figura 3
Resultado de la variable



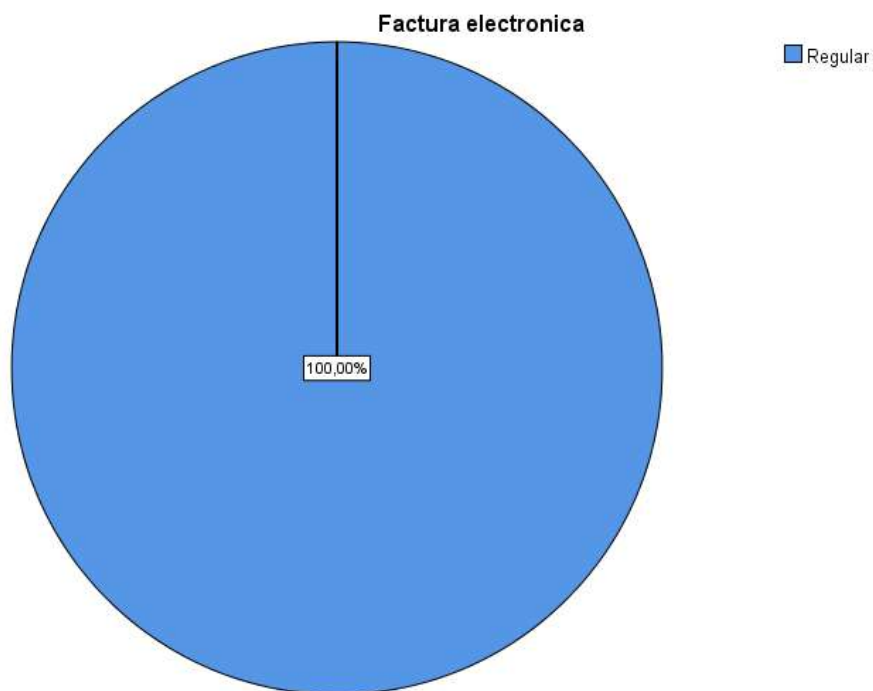
Interpretación: El análisis de la respuesta de las empresas encuestadas revela que el 13% mostró una baja consideración hacia la variable de comprobantes electrónicos, mientras que el 57% la calificó como regular y el 30% la consideró aceptable en el contexto de la investigación.

Tabla 3
Dimensión factura electrónica

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Regular	30	100%
Total	30	100%

Nota: SPSS 25

Figura 4
Resultado de dimensión



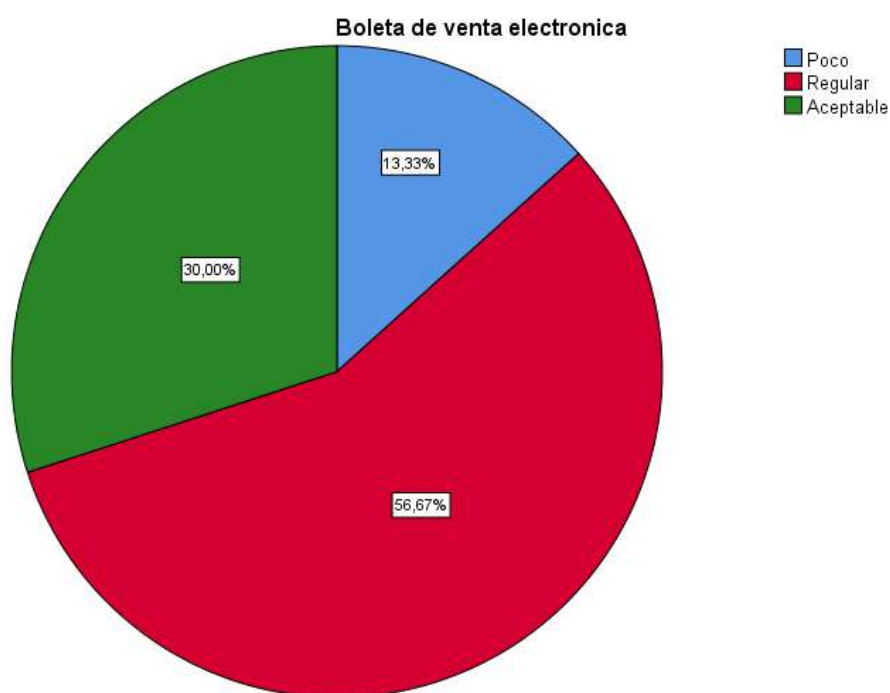
Interpretación: El análisis de las respuestas de las empresas encuestadas indica que el 100% de ellas calificaron la factura electrónica como regular, lo que sugiere que ninguna empresa la consideró ni muy buena ni muy mala, sino más bien promedio o intermedia en términos de evaluación.

Tabla 4
 Dimensión boleta de ventas electrónica

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Poco	4	13%
Regular	17	57%
Aceptable	9	30%
Total	30	100%

Nota: IBM25

Figura 5
 Resultado de la dimensión



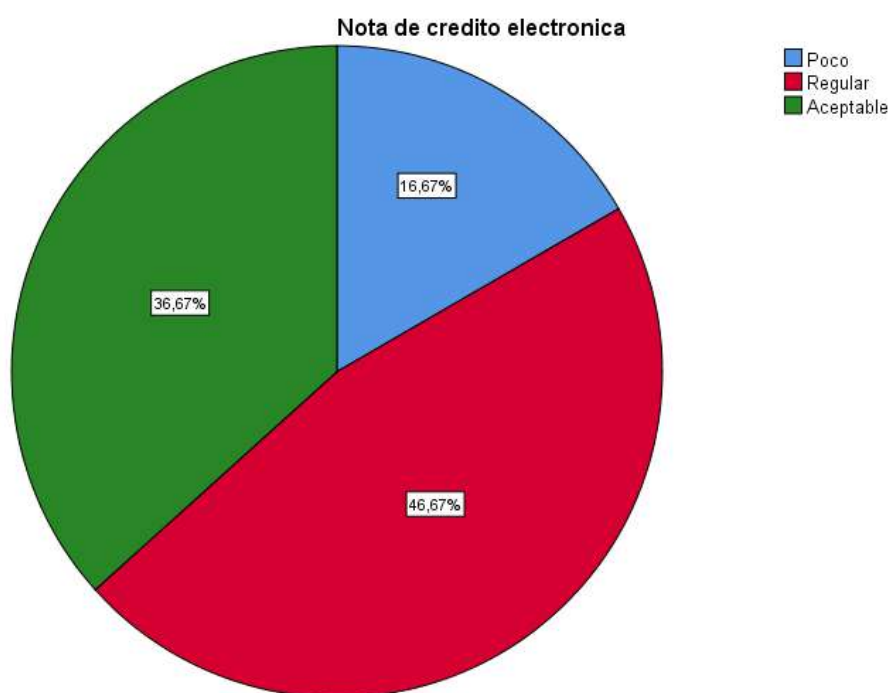
Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 13% de las empresas encuestadas tuvo una percepción negativa o insatisfactoria sobre la dimensión de boleta de ventas electrónicas, el 57% la calificó como regular y el 30% la consideró aceptable.

Tabla 5
Dimensión nota de crédito

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Poco	5	17%
Regular	14	47%
Aceptable	11	37%
Total	30	100%

Nota: SPSS25

Figura 6
Resultado de la dimensión



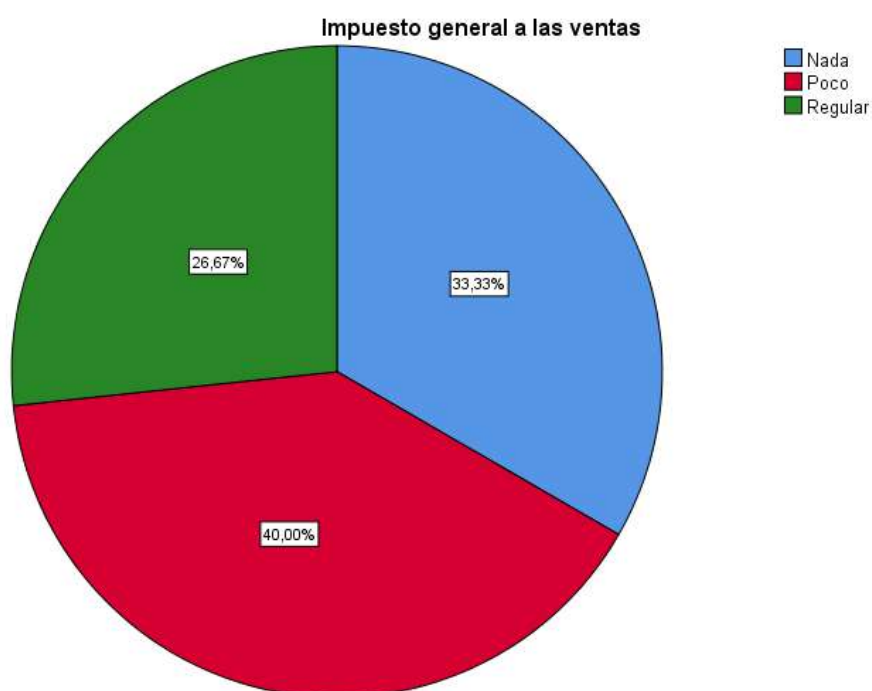
Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 17% de las empresas encuestadas tuvo una percepción negativa o insatisfactoria sobre la dimensión de nota de crédito, el 47% la calificó como regular y el 37% la consideró aceptable.

Tabla 6
Variable impuesto general a las ventas

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Nada	10	33%
Poco	12	40%
Regular	8	27%
Total	30	100%

Nota: IBM25

Figura 7
Resultado de la variable



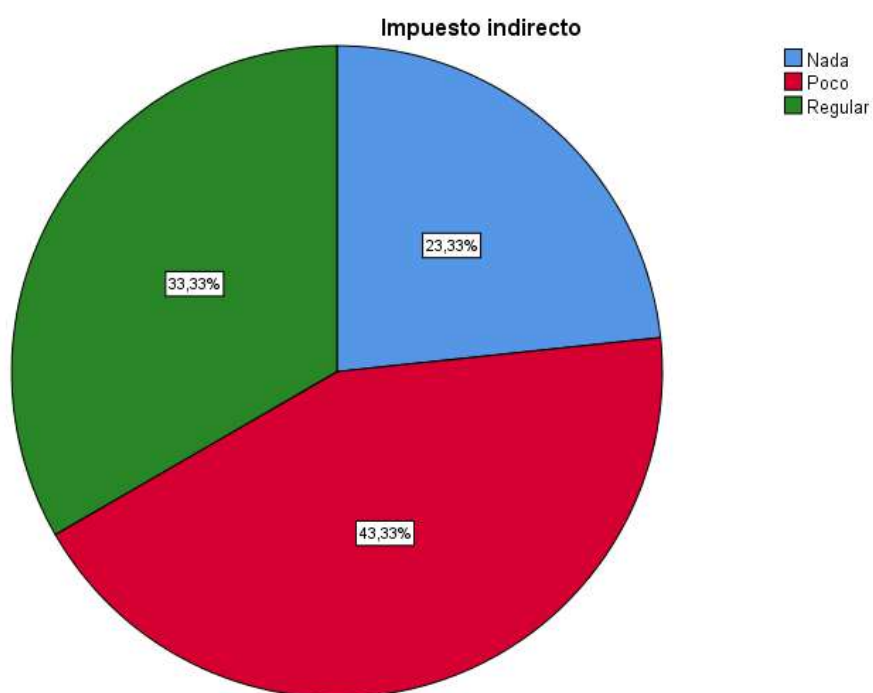
Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 33% de las empresas encuestadas tuvo una percepción negativa o insatisfactoria sobre la variable de impuesto general a las ventas, el 40% respondió de manera poco clara, y el 27% la calificó como regular.

Tabla 7
Dimensión impuesto indirecto

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Nada	7	23%
Poco	13	43%
Regular	10	33%
Total	30	100%

Nota: SPSS 25

Figura 8
Resultado de la dimensión



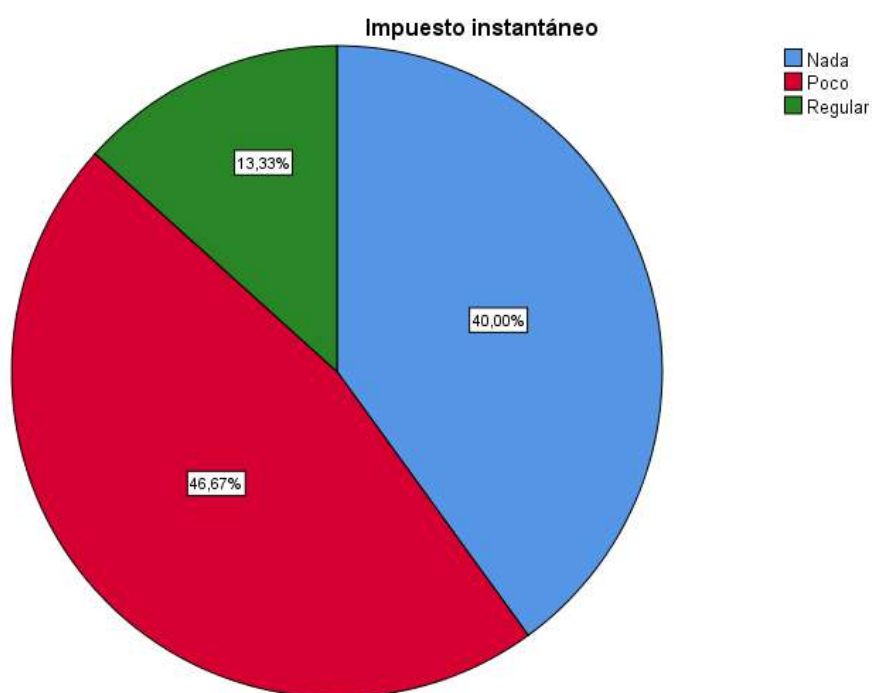
Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 23% de las empresas encuestadas no respondió nada sobre la dimensión de impuesto indirecto, el 43% respondió de manera poco clara, y el 33% la calificó como regular.

Tabla 8
Dimensión impuesto instantáneo

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Nada	12	40%
Poco	14	47%
Regular	4	13%
Total	30	100%

Nota: IBM 25

Figura 9
Resultado de la dimensión



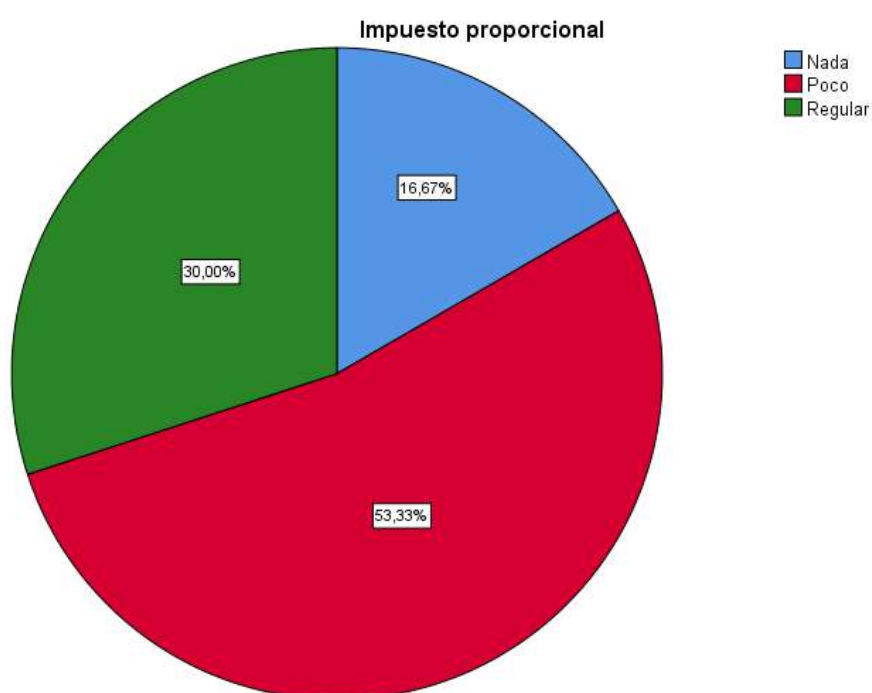
Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 40% de las empresas encuestadas no respondió nada sobre la dimensión de impuesto instantáneo, el 47% respondió de manera poco clara, y el 13% la calificó como regular.

Tabla 9
 Dimensión impuesto proporcional

Valido	Frecuencia	Porcentaje
Nada	5	17%
Poco	16	53%
Regular	9	30%
Total	30	100%

Nota: IBM 25

Figura 10
 Resultado de la dimensión



Interpretación: El análisis de las respuestas indica que el 17% de las empresas encuestadas no respondió nada sobre la dimensión de impuesto proporcional, el 53% respondió de manera poco clara, y el 30% la calificó como regular.

5.2 Contratación de hipótesis

5.2.1 Hipótesis general

1 Planteamiento de Hipótesis General:

H₀: No existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

H_g: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

2 Establecer el nivel de significancia: Nivel de significancia 5%

3 Seleccionar estadístico de prueba: Rho de Spearman

4 Valor de $p= 0,000$

Con una probabilidad de error menor que el 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que significa que existe una relación directa entre las variables presentadas. Además, se puede observar una relación positiva muy alta, respaldada por el estadístico rho de Spearman con un valor de $r=0,987$.

5 Toma de decisiones

A medida que aumenta la cantidad de comprobantes de pago electrónicos utilizados, mejora el cumplimiento del impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo. Es decir, existe una relación positiva entre el uso de comprobantes de pago electrónicos y el cumplimiento del impuesto general a las ventas en este tipo de empresas.

Tabla 10

Correlación (Comprobantes electrónicos y el Impuesto General a las Ventas)

Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	Sig.	N°
Comprobantes electrónicos	1,000	.	
Impuesto General a las Ventas	,987	,000	30

Nota: IBM 25

5.2.1 Hipótesis específica 1:

1 Planteamiento de Hipótesis General:

Ho: No existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021

HE1: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021

2 Establecer el nivel de significancia: Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 5\% = 0,05$

3 Seleccionar estadístico de prueba: Rho de Spearman

4 Valor de $p = 0,000$

Con una probabilidad de error menor que el 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que indica que existe una relación directa entre la variable y las dimensiones. Además, se puede observar una relación positiva muy alta, respaldada por el estadístico rho de Spearman con un valor de $r=0,950$.

5 Toma de decisiones

A medida que aumenta la cantidad de comprobantes de pago electrónicos utilizados, mejora el cumplimiento del impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo. Esto implica que existe una relación positiva entre el uso de comprobantes de pago electrónicos y el cumplimiento del impuesto indirecto en este tipo de empresas.

Tabla 11
Correlación (Comprobantes electrónicos e Impuesto Indirecto)

Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	Sig.	N°
Comprobantes electrónicos	1,000	.	
Impuesto Indirecto	,950	,000	30

Nota: Estadístico SPSS versión 25

5.2.2 Hipótesis específica 2:

1 Planteamiento de Hipótesis General:

Ho: No existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021

HE2: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

2 Establecer el nivel de significancia: Nivel significancia 0,05

3 Seleccionar estadístico de prueba: Rho de Spearman

4 Valor de $p= 0,000$

Con un valor de p menor que 0,05 (0,000), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que indica que existe una relación directa entre la variable y la dimensión. Además, se puede observar una relación positiva muy alta, respaldada por el estadístico rho de Spearman con un valor de $r=0,951$.

5 Toma de decisiones

A medida que aumenta el cumplimiento en la entrega de comprobantes de pago electrónicos, mejora la determinación del impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo. Esto implica que existe una relación positiva entre el cumplimiento en la entrega de comprobantes de pago electrónicos y la correcta determinación del impuesto instantáneo en este tipo de empresas.

Tabla 12

Correlación (Comprobantes electrónicos y el impuesto instantáneo)

Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	Sig.	N°
Comprobantes electrónicos	1,000	.	
Impuesto Instantáneo	,951	,000	30

Nota: SPSS versión 25

5.2.3 Hipótesis específica 3:

1 Planteamiento de Hipótesis General:

H₀: No existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

HE3: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021.

2 Establecer el nivel de significancia: Nivel de significancia 5%

3 Seleccionar estadístico de prueba: Rho de Spearman

4 Valor de $p= 0,000$

Con un valor de p menor que 0,05 (0,000), se concluye que existe una relación directa entre la variable y la dimensión. Además, se puede observar una relación positiva muy alta, respaldada por el estadístico rho de Spearman con un valor de $r=0,968$.

5 Toma de decisiones

A medida que aumenta el número de comprobantes de pago electrónicos utilizados, mejora la determinación del impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo. Esto implica que existe una relación positiva entre la cantidad de comprobantes de pago electrónicos y la correcta determinación del impuesto proporcional en este tipo de empresas.

Tabla 13
Correlación (Comprobantes electrónicos y el impuesto proporcional)

Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	Sig.	N°
Comprobantes electrónicos	1,000	.	
Impuesto Proporcional	,968	,000	30

Nota: IBM 25

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con la ayuda del estadístico SPSS versión 25, se pudo demostrar el análisis de resultados y la contrastación de la hipótesis las cuales detallamos a continuación:

El objetivo general de la investigación fue: Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Con una probabilidad de error de 0,000 menor que el 0,05, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Asimismo, se puede evidenciar una relación positiva muy alta corroborado con el estadístico rho de Spearman “r” = ,987. Los comprobantes de pago electrónicos mejoran la adecuada determinación el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Corroborado con, Jibaja y Valdiviezo (2019), asimismo concluye que la implementación de los sistemas de emisión electrónica en los comprobantes de pago, tienen un impacto positivo en las empresas, repercutiendo en el incremento de la productividad en las actividades de los contribuyentes, obteniendo un mayor dinamismo financiero y a su vez hacer uso de tecnología moderniza sus operaciones comerciales que conlleva a una interacción integrada entre proveedores y clientes, lo que se conoce como comercio electrónico.

El objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Asimismo, se puede evidenciar una relación positiva muy alta corroborado con el estadístico rho de Spearman “r” = ,950. Los comprobantes de pago electrónicos mejoran adecuada determinación del impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Verificado con, Chaves y Rojas (2019) La implementación de los comprobantes electrónicos y su influencia en los costos de las Micro y Pequeñas empresas

en el distrito Moyobamba 2019, asimismo concluye que a medida que los costos en las empresas se incrementen, los beneficios de la implementación de comprobantes electrónicos se ven reducidos.

El objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Con una probabilidad de error de 0,000 menor que el 0,05, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Asimismo, se puede evidenciar una relación positiva muy alta corroborado con el estadístico rho de Spearman " r " = ,951. Los comprobantes de pago electrónicos mejoran la adecuada determinación del impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Comprobado con, Mestanza y Sifuentes (2019) Emisión de comprobantes de pago y su incidencia en la rentabilidad del Consorcio Cerveceros Chávez S.A.C. La Libertad, 2018 – 2019, asimismo concluye que la emisión de comprobantes de pago electrónicos se relaciona de manera directa con la rentabilidad que genera la empresa, es decir que la emisión de comprobantes de pago facilita y mejora el rendimiento de las empresas, es por ello que esta investigación utiliza este antecedente como ejemplo de la importancia que tiene la emisión de comprobantes de pago, para el incremento de la rentabilidad dentro de las empresas.

El objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Con una probabilidad de error de 0,000 menor que el 0,05, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, es decir: Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Asimismo, se puede evidenciar una

relación positiva muy alta corroborado con el estadístico rho Spearman “r” =, 968. Los comprobantes de pago electrónicos mejoran la adecuada determinación del impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021. Es así que este resultado fue corroborado con la investigación de, Quispe (2017) Influencia de la aplicación del sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago por los contribuyentes del sector comercio de la ciudad de Juliaca, periodos 2014-2015, llegando a la conclusión que el sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago es un mecanismo de control que la administración tributaria ha introducido en nuestro país, con el fin de facilitar el cumplimiento relaciones tributarias porque no solo simplifica enormemente las obligaciones asociadas al uso de documentos tributarios para respaldar las transacciones comerciales de los agentes económicos y así incrementar la base tributaria, lo cual tiene mucha influencia con la recaudación tributaria, sino también, permitirá avanzar en los procesos de modernización a los contribuyentes del sector comercio, además el sistema permitirá a la administración tributaria mayor control de operaciones.

Es así que manifestamos que la mayoría de los antecedentes tienen relación a la nuestra por tratarse de nuestras variables de estudio y por la gran importancia que tienen la misma. Los comprobantes electrónicos y el (IGV) son de gran importancia en la entrega de productos o servicios en el Perú. Los comprobantes electrónicos son documentos que respaldan las operaciones comerciales, mientras que el IGV es un impuesto que se aplica al valor de las ventas y servicios. Es obligatorio emitir comprobantes electrónicos y pagar el IGV correspondiente para cumplir con las normas tributarias del país.

El tema de investigación beneficia a futuros investigadores al proporcionar una base sólida para comprender la relación entre el uso de comprobantes electrónicos y el cumplimiento tributario en un sector específico, ofreciendo perspectivas prácticas, metodologías aplicables y recomendaciones relevantes para mejorar la gestión tributaria en empresas similares, lo que

puede servir como guía valiosa para investigaciones futuras y prácticas empresariales en el ámbito tributario.

Finalmente consideramos que nuestra investigación servirá para futuras investigaciones puesto que dejaremos sentadas bases teóricas que les servirán de gran ayuda.

CONCLUSIONES

1. La alta correlación positiva ($r=0,987$) entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto general a las ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo 2021 indica que a medida que aumenta el uso de comprobantes electrónicos, también se incrementa el cumplimiento del impuesto.
2. La fuerte correlación positiva ($r=0,950$) entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo 2021 por lo que, el uso de comprobantes electrónicos está relacionado con el cumplimiento del impuesto indirecto.
3. La relación positiva significativa ($r=0,951$) entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo 2021 indica que el uso de comprobantes electrónicos coadyuva en la determinación del impuesto instantáneo.
4. La alta correlación positiva ($r=0,968$) entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo sugiere que el uso de comprobantes electrónicos está asociado con la determinación correcta del impuesto proporcional.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gerente general de las empresas de locería y cristalería implementar programas de capacitación para el uso adecuado de comprobantes de pago electrónicos entre el personal de las empresas de locería y cristalería en la provincia de Huancayo. Esto ayudará a garantizar un mayor cumplimiento del impuesto general a las ventas y a mejorar la gestión tributaria en general. se sugiere la publicidad de los resultados para que otras investigaciones tomen en cuenta la nuestra.
2. Es aconsejable al gerente general de las empresas de locería y cristalería establecer mecanismos de control y seguimiento para garantizar que los comprobantes de pago electrónicos se emitan de manera correcta y oportuna en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo. Esto contribuirá a fortalecer el cumplimiento del impuesto indirecto y a evitar posibles sanciones por incumplimiento.
3. Se recomienda al gerente general de las empresas de locería y cristalería actualizar los sistemas y procesos internos de las empresas de locería y cristalería en Huancayo para facilitar la emisión y registro adecuado de comprobantes de pago electrónicos. Esto permitirá una determinación más precisa del impuesto instantáneo y una gestión tributaria más eficiente.
4. Para mejorar la determinación del impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, se recomienda a la gerencia de las empresas de locería y cristalería implementar medidas que fomenten el uso sistemático y correcto de comprobantes de pago electrónicos. Además, se pueden realizar auditorías internas

periódicas para verificar la adecuada aplicación de estos documentos en el cálculo de impuestos.

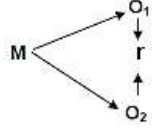
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS (APA)

- Bermúdez, C. L. (2018). *Facturación Electrónica: Una alternativa para el aumento del recaudo tributario*. Universidad del Rosario.
- Celedón, S. M. (2021). *EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN COLOMBIA A TRAVÉS DE SUS REFORMAS LEGISLATIVAS ENTRE 1990 Y 1998; ASPECTOS RELEVANTES Y MODIFICACIONES* [UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA].
<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/75b0723d-5985-4be1-9c93-81dba99ca00d/content>
- Chang, H. A. A. (2012). *El Impuesto general a las ventas (IGV) Concepto* [Derecho].
<https://es.slideshare.net/ALBERTOCHANG/el-igv>
- Chaves, O., Alex J., & Rojas, P., Erick J. (2019). *La implementación de los comprobantes electrónicos y su influencia en los costos de las Micro y Pequeñas empresas en el distrito Moyobamba 2019*. Universidad Cesar Vallejo.
- De Arcondo, F. S. (2020). *La facturación electrónica frente al recaudo tributario en Colombia* [Universidad de la Costa].
<https://repositorio.cuc.edu.co/flip/index.jsp?pdf=/bitstream/handle/11323/6417/LA%20FACTURACI%c3%93N%20ELECTR%c3%93NICA%20FRENTE%20AL%20RECAUDO%20TRIBUTARIO%20EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Felipe, B. A. (2018). *Implementación de facturación electrónica en Colombia* [Universidad Católica de Colombia].
<https://repository.ucatolica.edu.co/flip/?pdf=https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/10df0ded-0610-4c7d-bc88-9203b8f070da/content>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed). McGraw-Hill.

- Izarraga. (2019). *Negocios en marcha* (5ta ed.).
- Jibaja, R., Tanya B., & Valdiviezo, B., Cris Y. (2019). “*ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE EMISIÓN ELECTRÓNICA DE COMPROBANTES DE PAGO EN LAS EMPRESAS*”. Universidad Nacional de Piura.
- Lee, H. B., & Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: McGraw Hill.
- Mestanza, C. J., & Sifuentes, C. B. (2019). *Emisión de Comprobantes de Pago y su Incidencia en la Rentabilidad del Consorcio Cerveceros Chávez S.A.C., La Libertad, 2018 – 2019*. Universidad César Vallejo.
- Morantes, M. S., & Carvajal, E. M. (2018). *IMPLEMENTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA EN COLOMBIA A PARTIR DEL DECRETO 2242 DE 2015, EN LAS MIPYMES DEL BARRIO LA MERCED DE LA CIUDAD DE CÚCUTA*. Universidad Libre de Colombia.
- Pinedo, R. M. L. (2020). *El Impuesto General a las Ventas y su Incidencia en la Informalidad Comercial en un Centro comercial de Gamarra 2019* [UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS].
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/995/TESIS%20-%20PINEDO.pdf?sequence=1>
- Quispe. (2017). “*INFLUENCIA DE LA APLICACION DEL SISTEMA DE EMISION ELECTRONICA DE COMPROBANTES DE PAGO POR LOS CONTRIBUYENTES DEL SECTOR COMERCIO DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERIODOS 2014-2015.*” [Universidad Nacional del Altiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6716/Quispe_Ccuno_Amelia_Pilar.pdf?sequence=3&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia:

Problema General	Objetivo General:	Hipótesis General	Variables e Indicadores	Método
¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el Impuesto General a las Ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?	Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el Impuesto General a las Ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021	Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el Impuesto General de las Ventas en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021	Variable X: Comprobantes electrónicos Dimensiones: D1: Factura electrónica D2: Boleta de venta electrónica D3: Nota de crédito electrónica Variable Y: Impuesto general a las ventas Dimensiones: D1: Impuesto indirecto D2: Impuesto instantáneo D3: Impuesto proporcional	Enfoque: Cuantitativo. Método: Científico Tipo: Aplicado Nivel: Correlacional Diseño: No experimental Esquema  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación de la V.1. O₂ = Observación de la V.2. r = Correlación entre dichas variables.</p> Población: 325 Muestra: 10 Técnica: Encuesta Instrumento Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?	Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021	Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto indirecto en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021		
¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?	Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021	Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto instantáneo en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021		

¿Qué relación existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021?	Determinar la relación que existe entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021	Existe relación directa entre los comprobantes de pago electrónicos y el impuesto proporcional en las empresas de locería y cristalería de la provincia de Huancayo, 2021		
---	---	---	--	--

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
Variable 1: Comprobantes de pago electrónicos	(Comprobantes de pago, 2019) refiere que un comprobante de pago es el documento mediante el cual se sustenta la venta de bienes o los servicios que se presta a un tercero. Entre los cuales se encuentran las facturas electrónicas, las boletas de venta electrónicas, las notas de crédito electrónicas, etc.	Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 09 ítems para medir las siguientes dimensiones: factura electrónica, boleta de venta electrónica y nota de crédito electrónico.	D1: Factura electrónica	Operaciones de venta de bienes	Cuestionario	Ordinal
				Operaciones de prestación de servicios		
			D2: Boleta de venta electrónica.	Comprobantes de pago a consumidores finales		
				Ante el fisco de diversas actividades comerciales		
				Comprobante ante un reclamo eventual		
			D3: Nota de crédito electrónica	Utilización para acreditar anulaciones		
				Utilización para acreditar descuentos		
	Utilización para acreditar devoluciones					
			Es un comprobante de pago emitido por el vendedor o prestador de servicios en las operaciones de venta de bienes y prestación de servicios			
			Es un comprobante de pago que se emite a consumidores finales, y que se emite tanto para dar cuenta ante el fisco de las diversas actividades comerciales como para que sirva de comprobante ante un eventual reclamo.			
			Son documentos electrónicos emitidos desde los sistemas del contribuyente que se utilizarán para acreditar anulaciones, descuentos, bonificaciones, devoluciones y otros, relacionados con una factura o boleta de venta otorgada con anterioridad al mismo adquirente o usuario.			

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala de medición
Variable Y: Impuesto general a las ventas	(Comprobantes de pago, 2019) “Es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio. La tasa es del 18%, se aplica el 16% al IGV y un 2% al Impuesto de Promoción Municipal, entre los cuales se encuentran el impuesto indirecto, instantáneo y proporcional”.	Se elaboró un cuestionario de escalamiento tipo Likert con 09 ítems para medir las siguientes dimensiones: impuesto indirecto, impuesto instantáneo e impuesto proporcional.	D1: Impuesto indirecto Grava los costos en la prestación de un servicio. En algunas ocasiones, es trasladable al consumidor final, por lo que es en este último sobre quien recae el impuesto.	Costos en la prestación de servicio	Cuestionario	Ordinal
				Trasladable al consumidor final		
			D2: Impuesto instantáneo Es instantáneo por que surge cuando ocurre el hecho generador del impuesto.	Surgimiento del hecho generador		
				Surgimiento del impuesto		
			D3: Impuesto proporcional El impuesto tiene una influencia directa con la base gravable, por lo que a mayor base mayor va a ser el impuesto a pagar, puesto que la tarifa no varía.	Porcentaje de la base gravable		
				Impuesto a pagar		
				Tarifas del impuesto general		

Anexo 3: Matriz de Operacionalización del instrumento

Variables	Dimensiones	Indicadores	Nº	Preguntas	Escala Likert
Variable 1: Comprobantes electrónicos	D1: Factura electrónica	Operaciones de venta de bienes	01	¿Emiten ustedes comprobantes de pago a todos sus clientes?	1: Nada 2: Poco 3: Regular 4: Aceptable 5: Totalmente
		Operaciones de prestación de servicios	02	¿Emiten ustedes factura electrónica?	
			03	¿Registran ustedes de manera adecuada los comprobantes emitidos?	
	D2: Boleta de venta electrónica	Comprobantes de pago a consumidores finales	04	¿Emiten ustedes boleta de venta electrónica?	
		Ante el fisco de diversas actividades comerciales	05	¿Emiten boleta de venta a todos sus clientes a partir de los 5.00 soles de manera obligatoria?	
		Comprobante ante un reclamo eventual	06	¿Guardan los comprobantes emitidos para poder utilizarlos cuando se presente algún reclamo?	
	D3: Nota de crédito electrónica	Utilización para acreditar anulaciones	07	¿Registran adecuadamente las notas de crédito?	
		Utilización para acreditar descuentos	08	¿Emiten de manera constante las notas de crédito, para anular facturas?	
		Utilización para acreditar devoluciones	09	¿Realizan el descuento necesario al momento de emitir la nota de crédito?	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Nº	Preguntas	Escala Likert
Variable Y: Impuesto general a las ventas	D1: Impuesto indirecto	Costos en la prestación de servicio	01	¿Deducen ustedes de manera adecuada el impuesto general a las ventas?	1: Nada 2: Poco 3: Regular 4: Aceptable 5: Totalmente
			02	¿En la empresa donde usted labora, los clientes son conscientes del pago del impuesto general a las ventas?	
		Trasladable al consumidor final	03	¿Considera usted que el impuesto general a las ventas debe ser recaudados por la SUNAT?	
	D2: Impuesto instantáneo	Surgimiento del hecho generador	04	¿Se ha presentado inconvenientes con la SUNAT por el monto calculado del impuesto general a las ventas?	
			Surgimiento del impuesto	05	
		06		¿Se otorgan a todos sus clientes comprobantes de pago?	
	D3: Impuesto proporcional	Porcentaje de la base gravable	07	¿Considera usted que se le sería más factible emitir comprobantes de pago electrónico para tener mayor exactitud con el cálculo de sus impuestos?	
		Impuesto a pagar	08	¿Están ustedes conforme con el impuesto a pagar que tienen cada mes?	
		Tarifas del impuesto general	09	¿Están ustedes de acuerdo con la tarifa del impuesto general a las ventas que es de 18%?	

Anexo 4: El instrumento de investigación

Sírvase a responder las siguientes preguntas, ya que con su respuesta permite que nuestra investigación se lleve a cabo, de antemano gracias.

Nada	Poco	Regular	Aceptable	Totalmente
1	2	3	4	5

CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE COMPROBANTES ELECTRONICOS

N°	Preguntas	Totalmente	Aceptable	Regular	Poco	Nada
FACTURA ELECTRONICA						
01	¿Emiten ustedes comprobantes de pago a todos sus clientes?					
02	¿Emiten ustedes factura electrónica?					
03	¿Registran ustedes de manera adecuada los comprobantes emitidos?					
BOLETA DE VENTA ELECTRONICA						
04	¿Emiten ustedes boleta de venta electrónica?					
05	¿Emiten boleta de venta a todos sus clientes a partir de los 5.00 soles de manera obligatoria?					
06	¿Guardan los comprobantes emitidos para poder utilizarlos cuando se presente algún reclamo?					
NOTA DE CREDITO ELECTRONICA						
07	¿Registran adecuadamente las notas de crédito?					
08	¿Emiten de manera constante las notas de crédito, para anular facturas?					
09	¿Realizan el descuento necesario al momento de emitir la nota de crédito?					

CUESTIONARIO SOBRE LA VARIABLE IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

N°	Preguntas	Totalmente	Aceptable	Regular	Poco	Nada
IMPUESTO INDIRECTO						
01	¿Deducen ustedes de manera adecuada el impuesto general a las ventas?					
02	¿En la empresa donde usted labora, los clientes son conscientes del pago del impuesto general a las ventas?					
03	¿Considera usted que el impuesto general a las ventas debe ser recaudados por la SUNAT?					
IMPUESTO INSTANTANEO						
04	¿Se ha presentado inconvenientes con la SUNAT por el monto calculado del impuesto general a las ventas?					
05	¿Conocen ustedes los inconvenientes que presentarían al no emitir comprobantes de pago?					
06	¿Se han otorgado a todos sus clientes comprobantes de pago?					
IMPUESTO PROPORCIONAL						
07	¿Considera usted que se le sería más factible emitir comprobantes de pago electrónico para tener mayor exactitud con el cálculo de sus impuestos?					
08	¿Están ustedes conforme con el impuesto a pagar que tienen cada mes?					
09	¿Están ustedes de acuerdo con la tarifa del impuesto general a las ventas que es de 18%?					

Anexo 5: Validez y confiabilidad

Confiabilidad del cuestionario de la variable comprobantes electrónicos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,890	09

Nota: Elaboración según SPSS

Confiabilidad del cuestionario de la variable impuesto general a las ventas

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	09

Nota: Elaboración según SPSS

Validación de expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: COMPROBANTES ELECTRONICOS

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTURA ELECTRONICA								
01	¿Emiten ustedes comprobantes de pago a todos sus clientes?	X		X		X		
02	¿Emiten ustedes factura electrónica?	X		X		X		
03	¿Registran ustedes de manera adecuada los comprobantes emitidos?	X		X		X		
BOLETA DE VENTA ELECTRONICA								
04	¿Emiten ustedes boleta de venta electrónica?	X		X		X		
05	¿Emiten boleta de venta a todos sus clientes a partir de los 5?00 soles de manera obligatoria?	X		X		X		
06	¿Guardan los comprobantes emitidos para poder utilizarlos cuando se presente algún reclamo?	X		X		X		
NOTA DE CREDITO ELECTRONICA								
07	¿Registran adecuadamente las notas de crédito?	X		X		X		
08	¿Emiten de manera constante las notas de crédito, para anular facturas?		X	X		X		
09	¿Realizan el descuento necesario al momento de emitir la nota de crédito?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Castro Ortega Russ Fidel DNI 45265579

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 05 mayo del 2022

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
IMPUESTO INDIRECTO								
01	¿Deducen ustedes de manera adecuada el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
02	¿En la empresa donde usted labora, los clientes son conscientes del pago del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
03	¿Considera usted que el impuesto general a las ventas debe ser recaudados por la SUNAT?	X		X		X		
IMPUESTO INSTANTANEO								
04	¿Se ha presentado inconvenientes con la SUNAT por el monto calculado del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
05	¿Conocen ustedes los inconvenientes que presentarían al no emitir comprobantes de pago?	X		X		X		
06	¿Se otorgan a todos sus clientes comprobantes de pago?	X		X		X		
IMPUESTO PROPORCIONAL								
07	¿Considera usted que se le sería más factible emitir comprobantes de pago electrónico para tener mayor exactitud con el cálculo de sus impuestos?	X		X		X		
08	¿Están ustedes conforme con el impuesto a pagar que tienen cada mes?		X	X		X		
09	¿Están ustedes de acuerdo con la tarifa del impuesto general a las ventas que es de 18%?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Castro Ortega Russ Fidel

DNI 45265579

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 05 mayo del 2022

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: COMPROBANTES ELECTRONICOS

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTURA ELECTRONICA								
01	¿Emiten ustedes comprobantes de pago a todos sus clientes?	X		X		X		
02	¿Emiten ustedes factura electrónica?	X		X		X		
03	¿Registran ustedes de manera adecuada los comprobantes emitidos?	X		X		X		
BOLETA DE VENTA ELECTRONICA								
04	¿Emiten ustedes boleta de venta electrónica?	X		X		X		
05	¿Emiten boleta de venta a todos sus clientes a partir de los 5000 soles de manera obligatoria?	X		X		X		
06	¿Guardan los comprobantes emitidos para poder utilizarlos cuando se presente algún reclamo?	X		X		X		
NOTA DE CREDITO ELECTRONICA								
07	¿Registran adecuadamente las notas de crédito?	X		X		X		
08	¿Emiten de manera constante las notas de crédito, para anular facturas?		X	X		X		
09	¿Realizan el descuento necesario al momento de emitir la nota de crédito?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Cabezas Limaco Gladys Elba

DNI 19928586

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 06 mayo del 2022



 Mg. CPC/Gladys Elba
 Cabezas Limaco
 MAT. 419

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Nº	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
IMPUESTO INDIRECTO								
01	¿Deducen ustedes de manera adecuada el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
02	¿En la empresa donde usted labora, los clientes son conscientes del pago del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
03	¿Considera usted que el impuesto general a las ventas debe ser recaudados por la SUNAT?	X		X		X		
IMPUESTO INSTANTANEO								
04	¿Se ha presentado inconvenientes con la SUNAT por el monto calculado del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
05	¿Conocen ustedes los inconvenientes que presentarían al no emitir comprobantes de pago?	X		X		X		
06	¿Se otorgan a todos sus clientes comprobantes de pago?	X		X		X		
IMPUESTO PROPORCIONAL								
07	¿Considera usted que se le sería más factible emitir comprobantes de pago electrónico para tener mayor exactitud con el cálculo de sus impuestos?	X		X		X		
08	¿Están ustedes conforme con el impuesto a pagar que tienen cada mes?		X	X		X		
09	¿Están ustedes de acuerdo con la tarifa del impuesto general a las ventas que es de 18%?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Cabezas Limaco Gladys Elba

DNI 19928586

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 06 mayo del 2022


 Mg. CPC Gladys Elba
 Cabezas Limaco
 MAT. 419

Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: COMPROBANTES ELECTRONICOS

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTURA ELECTRONICA								
01	¿Emiten ustedes comprobantes de pago a todos sus clientes?	X		X		X		
02	¿Emiten ustedes factura electrónica?	X		X		X		
03	¿Registran ustedes de manera adecuada los comprobantes emitidos?	X		X		X		
BOLETA DE VENTA ELECTRONICA								
04	¿Emiten ustedes boleta de venta electrónica?	X		X		X		
05	¿Emiten boleta de venta a todos sus clientes a partir de los 5000 soles de manera obligatoria?	X		X		X		
06	¿Guardan los comprobantes emitidos para poder utilizarlos cuando se presente algún reclamo?	X		X		X		
NOTA DE CREDITO ELECTRONICA								
07	¿Registran adecuadamente las notas de crédito?	X		X		X		
08	¿Emiten de manera constante las notas de crédito, para anular facturas?		X	X		X		
09	¿Realizan el descuento necesario al momento de emitir la nota de crédito?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Fernández Jaime Rafael

DNI 19943875

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 07 mayo del 2022



Firma del experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

N°	Dimensiones/Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
IMPUESTO INDIRECTO								
01	¿Deducen ustedes de manera adecuada el impuesto general a las ventas?	X		X		X		
02	¿En la empresa donde usted labora, los clientes son conscientes del pago del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
03	¿Considera usted que el impuesto general a las ventas debe ser recaudados por la SUNAT?	X		X		X		
IMPUESTO INSTANTANEO								
04	¿Se ha presentado inconvenientes con la SUNAT por el monto calculado del impuesto general a las ventas?	X		X		X		
05	¿Conocen ustedes los inconvenientes que presentarían al no emitir comprobantes de pago?	X		X		X		
06	¿Se otorgan a todos sus clientes comprobantes de pago?	X		X		X		
IMPUESTO PROPORCIONAL								
07	¿Considera usted que se le sería más factible emitir comprobantes de pago electrónico para tener mayor exactitud con el cálculo de sus impuestos?	X		X		X		
08	¿Están ustedes conforme con el impuesto a pagar que tienen cada mes?		X	X		X		
09	¿Están ustedes de acuerdo con la tarifa del impuesto general a las ventas que es de 18%?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opción de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del Juez Validador

Fernández Jaime Rafael

DNI. 19943875

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico

² **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende sin dificultad en enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Huancayo 07 mayo del 2022


Dr. Jaime J. Fernández
 EXP. N° 00-1198-CC/13
 AUDITOR INDEPENDIENTE
 REGISTRO N° 1300001

Firma del experto

Anexo 6: Datos recogidos de las encuestas

Muestra	COMPROBANTES ELECTRONICOS									Total Suma
	D1: Factura electronica			D2: Boleta de venta electronica			D3: Nota de credito electronica			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	2	3	3	2	3	2	3	3	1	22
2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	22
3	2	3	3	2	3	2	3	3	1	22
4	2	3	3	2	3	2	3	3	1	22
5	2	3	3	2	3	3	3	3	1	23
6	2	3	3	2	3	3	3	3	2	24
7	2	3	3	2	3	3	3	3	2	24
8	2	3	3	2	3	3	3	3	2	24
9	2	3	3	2	3	3	3	3	2	24
10	2	3	3	3	4	3	3	3	2	26
11	3	3	4	3	4	3	3	3	2	28
12	3	3	4	3	4	3	3	3	2	28
13	3	3	4	3	4	3	3	3	2	28
14	3	3	4	3	4	3	4	3	2	29
15	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
16	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
17	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
18	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
19	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
20	3	3	4	3	4	3	4	4	3	31
21	3	3	4	3	4	3	4	4	3	31
22	3	3	4	3	4	4	4	4	3	32
23	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
24	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
25	3	3	4	3	4	4	5	4	4	34
26	3	3	4	3	4	4	5	4	4	34
27	3	3	4	3	4	4	5	4	4	34
28	3	3	4	3	4	4	5	4	4	34
29	3	3	4	3	5	4	5	4	4	35
30	3	3	4	3	5	4	5	4	4	35

Muestra	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS									SUMA Total
	D1: Impuesto Indirecto			D2: Impuesto instantaneo			D3: Impuesto proporcional			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	11
2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	11
3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	11
4	1	1	2	1	1	1	2	1	1	11
5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	11
6	1	1	2	1	1	1	2	1	2	12
7	1	1	2	1	1	1	2	1	2	12
8	1	2	2	1	1	1	2	1	2	13
9	1	2	2	1	1	1	2	1	2	13
10	1	2	2	1	1	1	2	1	2	13
11	1	2	2	1	1	1	3	1	2	14
12	1	2	2	1	2	1	3	1	2	15
13	1	2	2	1	2	2	3	1	2	16
14	1	2	2	1	2	2	3	1	2	16
15	1	2	2	1	2	2	3	1	2	16
16	1	2	2	1	2	2	3	1	2	16
17	1	2	3	1	2	2	3	1	2	17
18	1	2	3	1	2	2	3	1	2	17
19	1	2	3	1	2	2	3	1	2	17
20	2	2	3	1	2	2	3	1	2	18
21	2	3	3	1	2	2	3	2	2	20
22	2	3	3	1	2	2	3	2	3	21
23	2	3	3	1	3	3	3	2	3	23
24	2	3	3	1	3	3	3	2	3	23
25	2	3	3	1	3	3	3	2	3	23
26	2	3	3	1	3	3	3	2	3	23
27	2	3	3	2	3	3	3	2	3	24
28	2	3	3	2	3	3	3	2	3	24
29	2	3	3	2	3	3	3	2	3	24
30	2	3	3	2	3	3	3	2	3	24

Anexo 7: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Pucallpa 16-05-2022

Representaciones "RUANA" E.I.R.L.
Dra. Ana María Barrios Lume

SOLICITO: Autorización de Aplicación
de instrumento de recolección de datos en
la empresa REPRESENTACIONES
RUANA E.I.R.L.

Señora: BARRIOS LUME ANA MARIA

TITULAR GERENTE DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES RUANA
E.I.R.L.

Presente. -

Yo, LIZ ALINA SEDANO QUICHCA, identificada con DNI, 46926564,
asimismo, BEATRIZ SEDANO QUICHCA, identificada con DNI, 46167686, de la carrera
profesional de Contabilidad y Finanzas.

Que, al estar en la etapa de desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado
"COMPROBANTES ELECTRÓNICOS E IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS
EN LAS EMPRESAS DE LOCERÍA Y CRISTALERÍA, PROVINCIA DE
HUANCAYO 2021", para obtener el TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO, solicito a usted se sirva autorizar a la suscrita para poder aplicar el instrumento
de investigación que sea necesario para la obtención de información y procedimiento de datos
para la realización del trabajo de investigación, el cual se realizara de manera anónima al
personal que conforma su empresa.

Por lo expuesto.

Solicito dar una carta de respuesta con autorización para concluir la investigación de mi tesis.

Huancayo, 14 de abril del 2022.



Bach. Sedano Quichca, Liz Alina

DNI. 46926564



Bach. Sedano Quichca, Beatriz

DNI. 46167686

CONSENTIMIENTO INFORMADO



LOCERÍA Y CRISTALERÍA

RONDON

 Av. Ferrocarril N° 1187 Hya. Hya.

Recibido

SOLICITO: Autorización de Aplicación
 de instrumento de recolección de datos en
 la empresa **NEGOCIACIONES RONDÓN**
E.I.R.L.

Señor: VILCAÑAUPA RAYMUNDO WALTER

TITULAR GERENTE

Presente. -

Yo, **LIZ ALINA SEDANO QUICHCA**, identificada con **DNI, 46926564**, asimismo, **BEATRIZ SEDANO QUICHCA**, identificada con **DNI, 46167686**, de la carrera profesional de Contabilidad y Finanzas.

Que, al estar en la etapa de desarrollo de mi proyecto de investigación, titulado **“COMPROBANTES ELECTRÓNICOS E IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN LAS EMPRESAS DE LOCERÍA Y CRISTALERÍA, PROVINCIA DE HUANCAYO 2021”**, para obtener el **TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**, solicito a usted se sirva autorizar a la suscrita para poder aplicar el instrumento de investigación que sea necesario para la obtención de información y procedimiento de datos para la realización del trabajo de investigación, el cual se realizara de manera anónima al personal que conforma su empresa.

Por lo expuesto.

Solicito dar una carta de respuesta con autorización para concluir la investigación de mi tesis.

Huancayo, 14 de abril del 2022.



Bach. Sedano Quichca, Liz Alina

DNI. 46926564



Bach. Sedano Quichca, Beatriz

DNI. 46167686

Anexo 8: Fotos

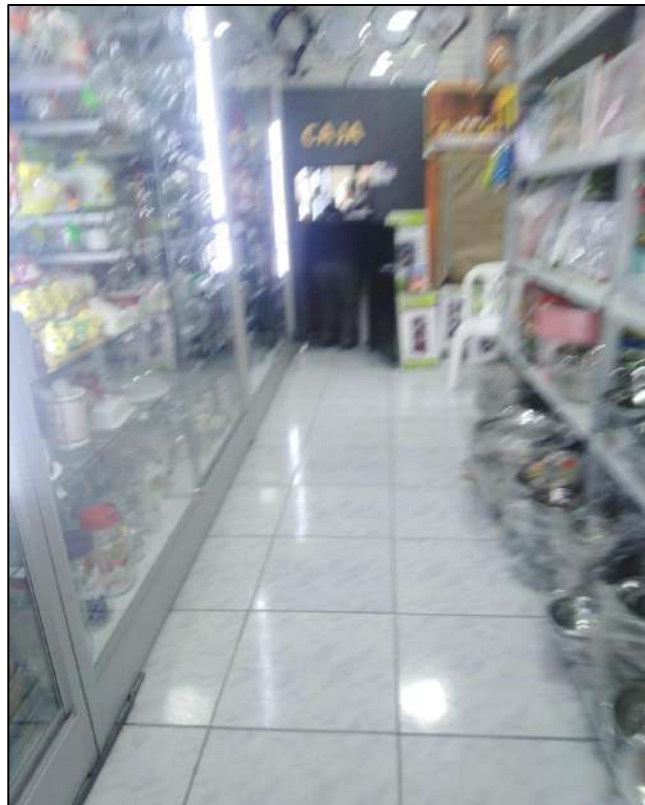
ENCUESTA A LA EMPRESA REPRESENTACIONES RUANA E.I.R.L.





ENCUESTA A LA EMPRESA NEGOCIACIONES RONDÓN E.I.R.L.





Anexo 9: Constancia de registro de las empresas según la SUNAT**Solicitud de Acceso a la Información Pública (Formulario 5030)****Constancia de Registro**

La solicitud ha sido registrada en SUNAT con número de Orden 88031760 con fecha 27/06/2022 por el solicitante identificado con DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD/LE número 48167686 a nombre de SEDANO QUICHCA BEATRIZ.

Descripción de la Solicitud:

SOLICITO EL PADRÓN DE CONTRIBUYENTES ACTIVOS Y HABIDOS DEL RUBRO LOCERIA Y CRISTALERIA (VENTA DE PLATOS, TAZAS, CUCHARAS, OLLAS ETC.) RUC ANTIGUOS Y NUEVOS QUE EXISTAN A LA FECHA CON ESE RUBRO ACTUALIZADO AL ESTE AÑO 2022. DE TODA LA PROVINCIA DE HUANCAYO.

Funcionario responsable de entregar la información : CHOQUEHUANCA VILCA LORENA URSULA

Forma de entrega de la información : CORREO ELECTRÓNICO

Consulte su solicitud ingresando a la ruta : <https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-italencionf5030/consulta/consulta>

13/7/22, 15:14

Correo: BEATRIZ SEDANO - Outlook

Atención de la Solicitud de Datos Número 88031760

CSC Huancayo <cschuancayo@sunat.gob.pe>

Jue 7/07/2022 17:03

Para: beatriz_sedano12@hotmail.com <beatriz_sedano12@hotmail.com>

1 archivos adjuntos (321 KB)

Data Solicitud 88031760.pdf

Señora (ita):

BEATRIZ SEDANO QUICHCA

DNI N.º 46167686

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en atención a la solicitud F5030-88031760, mediante el cual requiere al amparo de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, se le proporcione el padrón de contribuyentes inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) activos y habidos, dedicados a la actividad económica correspondiente al CIIU 4759 y cuyo domicilio fiscal se encuentre ubicado en la provincia de Huancayo a la fecha.

Al respecto, el artículo 10º de la Ley N.º 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, establece que las entidades de la Administración Pública tienen la obligación de proveer la información requerida si se refiere a la contenida en documentos escritos, fotografías, grabaciones, soporte magnético o digital, o en cualquier otro formato, siempre que haya sido creada u obtenida por ella o que se encuentre en su posesión o bajo su control.

En ese sentido, atendiendo a que la información solicitada no se encuentra dentro de los alcances de la reserva tributaria normada en el artículo 85º del Texto Único Ordenado del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo N.º 133-2013-EF y normas modificatorias, como tampoco dentro de los supuestos de reserva a que se refiere la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales⁽¹⁾, adjunto al presente en un total de diez (10) folios la relación de las personas naturales y personas jurídicas inscritas en el Registro Único de Contribuyentes al 06 de julio de 2022, dedicadas a la actividad económica correspondiente a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme 4759 (Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, equipo de iluminación y otros enseres domésticos en comercios especializados) que tienen el estado de "activo", la condición de "habido" y cuyo domicilio fiscal se encuentra ubicado en la provincia de Huancayo.

Por otro lado, informarle que usted puede acceder a la información relativa al Registro Único de Contribuyentes a través de la dirección en internet www.sunat.gob.pe

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Lorena Ursula Choquehuanca Vilca
División de Servicios al Contribuyente – IR Junín
Calle Real N.º 333 - Huancayo
Tlf. 064-481210 anexo 48040
www.sunat.gob.pe



1 SUNAT 2 @SUNAToficial 3 SUNAT 4 SUNAT

De: BEATRIZ SEDANO <beatriz_sedano12@hotmail.com>

Enviado el: jueves, 30 de junio de 2022 08:46

Para: CSC Huancayo <cschuancayo@sunat.gob.pe>

Asunto: RE: Pedido de Aclaración de la Solicitud de Datos Número 88031760

⚠ ¡Precaución: Correo externo! ⚠ Si usted sospecha de la procedencia y/o contenido de este correo: - No haga click en ningún vínculo. - No abra ni descargue ningún archivo adjunto

<https://outlook.live.com/mail/0/inbox/id/AQMkADAwATZ2ZmYAZC1NMDk3LW15O0QMDACLTAwCgBGAAD4TUjNCbU1EWZmN380RwAcA%2...> 1/3

1

RELACION DE PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DE LA PROVINCIA DE HUANCAYO ACTIVOS Y HABIDOS, DEDICADAS A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA CIUJ 4759 - RUC, APELLIDOS Y NOMBRES / DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL, ESTADO, CONDICIÓN, UBIGEO Y DOMICILIO FISCAL.

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
1	10024145471	GUTIERREZ MAMANI VIDAL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
2	10040034752	OSCANOA YURIVILCA NORMA FLORINDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
3	10040246377	SALVADOR SALDIVAR MARIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
4	10040448396	VALERIO JAVIER JAIME EDWAR	ACTIVO	HABIDO	120101	-
5	10096809871	HUAMAN TIVCO VIRGINIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
6	10098275261	ROJAS LLACUA ANGEL RICHARD	ACTIVO	HABIDO	120101	-
7	10105791009	DIONICIO CHIRINOS CESAR EDUARDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
8	10180695724	AYME DALAGUA JUAN CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
9	10198068988	SANTA MARIA VDA DE RIVAS EDYS NILDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
10	10198131275	SINCHE MUÑOZ JULIO ANGEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
11	10198167440	YAURI SOLANO ELISEO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
12	10198237944	SULLA VILCARANO HERMINIO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
13	10198241810	COTERA RODRIGUEZ BERTHA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
14	10198306521	SANTA MARIA PEREZ ANGEL FERNANDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
15	10198357206	MACHACUAY CAMAVILCA SIXTA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
16	10198366850	ORTIZ RIVAS HILDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
17	10198372868	PARIONA HUAMANI MOISES	ACTIVO	HABIDO	120101	-
18	10198557795	FERNANDEZ SING TATIANA MARIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
19	10198683383	SALVADOR MIGUEL BREITNER GIENNI	ACTIVO	HABIDO	120101	-
20	10198813732	VEGA OCHOA JUAN LUIS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
21	10198833377	ALEGRE SALCEDO RUBEN ALEJANDRO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
22	10198864841	AZABAMBA PEREZ NIÑO JESUS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
23	10198907303	MANRIQUE RAMIREZ JOSUE HUBERT	ACTIVO	HABIDO	120101	-
24	10199427712	VALENCIA PUENTE JAVIER ROLANDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
25	10199630852	CAPCHA CUEVA MARTHA BRIGIDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
26	10199636001	GALINDO RODRIGUEZ PEDRO ROLANDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
27	10199875120	DIEGO IGNACIO FELICIANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
28	10200014681	HUAMAN COTERA EUFEMIA MARIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
29	10200069264	BAQUERIZO CASAS OLINDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
30	10200214621	MARTINEZ AMAYA ENOC	ACTIVO	HABIDO	120101	-
31	10200266507	VILCAÑUPA RAYMUNDO WALTER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
32	10200328057	RAMOS NINAMANGO VICTOR ERNESTO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
33	10200348031	RIVERA DE LA CRUZ ELVIRA DORA	ACTIVO	HABIDO	120101	-



2

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
34	10200369179	ONATES MORI DOELITH JUBDEY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
35	10200438146	VEGA OCHOA MARISOL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
36	10200450804	QUISPE ROJAS ALBINO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
37	10200468312	FLORES SANABRIA EDITH ANGELIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
38	10200508861	FERNANDEZ CERRON JUAN CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
39	10200524883	LEON MARCELO MARIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
40	10200533581	LOLOLLA JAYO JAVIER JAIME	ACTIVO	HABIDO	120101	-
41	10200561720	TITTO LOPEZ ANGELA MARGARITA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
42	10200678571	OLIVAR PADILLA WALTER HUGO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
43	10200694011	QUISPE VILA CHRISTIAN RAUL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
44	10200766763	HUAMANÍ OTAÑE JESUS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
45	10200877816	ANCCASI ARANA ESTHER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
46	10201051245	CUCHULA GASPARIANA ISABEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
47	10201077783	SOLANO HUAROC LUCILA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
48	10201171127	MEDINA SAMANIEGO ROBERTO CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
49	10201234731	GRANADOS MORALES CARMEN EDITH	ACTIVO	HABIDO	120101	-
50	10204011058	ALMONACID HUIZA PEDRO MAURICIO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
51	10204081994	SALARZA TORRES CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
52	10207280912	LAUREANO VALENZUELA EDGAR VILMER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
53	10211349811	ROSALES PERALTA ESPERANZA JUSTA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
54	10212871716	LOPEZ LOPEZ MIRIAM ROCIO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
55	10225156391	ROJAS EUSEBIO JUAN CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
56	10232704735	HUAMAN ROJAS CARLOTA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
57	10236774096	ALMONACID LEON ALEJANDRO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
58	10237124214	MEZA SORIA FELIX	ACTIVO	HABIDO	120101	-
59	10254582935	QUISPE ARCOS REBECA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
60	10282879030	QUISPE CARDENAS MERY LUZ	ACTIVO	HABIDO	120101	-
61	10400538137	FERNANDEZ SING NADIA CELESTE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
62	10404588155	CARRION SOTO GRABIEL EDWIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
63	10405431012	COTRINA GOICOCHIEA HELBERT HOMERO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
64	10406326859	MELLENDEZ CASTRO INES DEL PILAR	ACTIVO	HABIDO	120101	-
65	10409054868	FERNANDEZ PARRAGA ELY LUZ	ACTIVO	HABIDO	120101	-
66	10409483084	QUISPE TORRES ESTHER RENEE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
67	10409801825	RAMOS VELIZ JANET MAXIMILIANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
68	10410064435	ONOFRE TOSCANO SEBASTIAN	ACTIVO	HABIDO	120101	-



3

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
69	10410351558	YAJURI ORTIZ JHONY ELISEO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
70	10410373047	MEDRANO IBARRA HILDA JUANITA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
71	10411289384	MENDOZA SALAZAR LUIS JAIME	ACTIVO	HABIDO	120101	-
72	10411978843	SANCHEZ PAYAHO ALEJANDRINA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
73	10412728535	VILLEGAS RAMOS SANTA BEATRIZ	ACTIVO	HABIDO	120101	-
74	10413747215	CHAVEZ NIETO DE TAPE MELVA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
75	10414857669	GAVE VALENZUELA JAQUELINE LILIANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
76	10415355659	RIVAS SANTA MARIA CHRISTIAN MARTIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
77	10417766206	AMES GAMARRA LUCY JESUS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
78	10421922263	YAJURI ORTIZ JAIME RICHARD	ACTIVO	HABIDO	120101	-
79	10422802776	HUARCAYA ROJAS LILIANA GRACIELA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
80	10423611087	FAUSTINO HUERTA MELCHOR SANTOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
81	10424068581	HILARIO RAMON ELIZABETH MARIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
82	10424139268	PUENTE DIAZ ELIZABETH TEREZA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
83	10424368020	MERCADO CASTRO JUAN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
84	10424578032	ROJAS EUSEBIO JENNY JESSICA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
85	10425590354	CERAS ROJAS RICHARD	ACTIVO	HABIDO	120101	-
86	10426036431	SOLANO HUAROCC ELIAS WILDER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
87	10427856751	PEREZ ESCOBAR CARLOS ROBERTO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
88	10428660426	VASQUEZ GUERE YUANELLA YULY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
89	10431042563	PARIONA VALERO ANDERSON	ACTIVO	HABIDO	120101	-
90	10431126783	ISLA LAZO CAROLINA SILAS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
91	10432369116	ARTEAGA PANLLO LUIS MIGUEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
92	10433360801	RIOS BUENIA JUAN ABELARDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
93	10435325365	ROJAS ALMONACID ALAN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
94	10436157351	ROJAS CALIAS SUSANA HILDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
95	10436493903	ARANA CORTEZ ABEL CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
96	10436587975	HILARIO DIAZ MARLENY HERLINDA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
97	10441046681	CAMAC CARNICA OSWALDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
98	10441962253	FERNANDEZ GALVEZ LUIS ALBERTO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
99	10442253922	PEÑALOZA RAMOS SHIRLEY MARGOT	ACTIVO	HABIDO	120101	-
100	10444250335	ARTICA SANCHEZ CINTYA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
101	10445456671	PARIONA LUIS GUSTAVO DANILO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
102	10445742509	ROBLADILLO HIDALGO WILFREDO NOE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
103	10448170476	VENTURA MONAGO MAVELIN ELCANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-



4

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
104	10448823089	PICHIULI FLORES CINTIA MARLEU	ACTIVO	HABIDO	120101	-
105	10448923199	RAVICHAGUA SOTELO ALAIN MELVIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
106	10452844953	LOZANO RODRIGUEZ CARLOS MIGUEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
107	10458623676	HUARO C ASTO JOSEPH ALDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
108	10457395685	APARCO NOA ROBER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
109	10458409752	HULLCA TORRES JESUS DAVID	ACTIVO	HABIDO	120101	-
110	10459283221	MARCELO CABALLERO LUIS ENRIQUE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
111	10459586151	MARQUEZ LANDEO GIOVANA ELOA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
112	10459781345	ARZAPALO HUAYNATES KATERYN DEL PILAR	ACTIVO	HABIDO	120101	-
113	10462009254	CASTILLO MARTEL SAMUEL JAVIER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
114	10463451058	RUIZ APUMAITA MARTIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
115	10463519370	CHILENO HUAMAN PATRICIA ALEJANDRA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
116	10463929152	RAMOS RUIA ALEJANDRO VICTOR	ACTIVO	HABIDO	120101	-
117	10465154956	CAMPOS GONZALEZ JUAN GABRIEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
118	10465370853	ATAUCUSI MAYOR JACKELINE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
119	10466223307	MELCHOR ARTEAGA JEANETH	ACTIVO	HABIDO	120101	-
120	10466847955	MEZA CHOQUE ANGIE MILAGROS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
121	10469123494	ERLINO ADRIANO LIZ CINTIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
122	10470436790	JULCAPARI QUIISPE KELLY MASSIEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
123	10470555080	RICRA YACHACHIN GODER OLICIS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
124	10473414533	BEJAR FERNANDEZ PAOLA SHERLY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
125	10474497998	PEREZ RAFAEL MERLY PATRICIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
126	10474738715	ESPINOZA LOZANO STEPHANI ZEIDY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
127	10476278671	SULLCA HUANASCA MIRIAM YANET	ACTIVO	HABIDO	120101	-
128	10476741748	GABRIEL LICARES YAQUERLIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
129	10478516895	TAYPE HUANCA JUANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
130	10478546438	LAURA ORDOÑEZ JEISON JHONATAN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
131	10480785171	MEDINA SALVATIERRA FIORELA MARICRUZ	ACTIVO	HABIDO	120101	-
132	10481916653	LICAS JAYO OSCAR	ACTIVO	HABIDO	120101	-
133	10481948199	VILA ADRIANO SHEYLA KATERYN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
134	10482713454	CHOQUE HUINCHO JULIAN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
135	10482784199	FLORES ANOCASH LIDIA ELIZABETH	ACTIVO	HABIDO	120101	-
136	10600039691	QUINTE DIEGO GABY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
137	10703059185	SALAZAR VERGARA VALERIA ESTEFANIA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
138	10703463253	ALFARO ALANYA ANGELA BETZABE	ACTIVO	HABIDO	120101	-



5

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
139	10710403347	FLORES VILLEGAS JAMES MARVIN	ACTIVO	HABIDO	120101	-
140	10715601171	GARAGATTI CUEVAS DAVID MARLON	ACTIVO	HABIDO	120101	-
141	10717133736	SEDANO SIERRA MARTHA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
142	10720322027	OSORIO MACHUCA SHIRLEY NICOLE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
143	10722310212	LIMA CUCHULA SECIO VACELIS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
144	10722646857	ACERO DIAZ JORGE ARTURO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
145	10724971003	PORRAS BALVIN ALVARO MANUEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
146	10729487606	VALENCIA FERNANDEZ DANNY GIANPAUL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
147	10730504701	CAMPOS RAMOS LUIS JESUS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
148	10732575648	INGHA BECERRA DANNA IVONNE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
149	10733832555	ANTEZANA GARZON MELIZA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
150	10737924179	MARTINEZ MACHA OLIVER	ACTIVO	HABIDO	120101	-
151	10739901052	MUCHA ARCE JHORDAN RAUL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
152	10741751289	MELGAR CUEVAS NIKOL MODESTA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
153	10742008270	VALDERRAMA CABALLERO CINDY OLENKA ARIANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
154	10755663706	BENDEZU VICENTE MAYUMI DAYANA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
155	10764272078	ESPINOZA CENTENO JESUS ENRIQUE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
156	10765317431	HILARIO RAMON JUAN LUIS	ACTIVO	HABIDO	120101	-
157	10766190508	QUISPE SEDANO LUIS MIGUEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
158	10766626403	ASTORAYME TUERO JUDITH BRIGITE	ACTIVO	HABIDO	120101	-
159	10769874483	SEGUIL ORDOÑEZ ROOSVEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
160	10770272012	VALERO AVILA EDSON JENRY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
161	10772140861	MARIN MALLQUI YESICA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
162	10773769406	HUAMANI HUARCAYA YEFERSON	ACTIVO	HABIDO	120101	-
163	10774864020	DIAZ CCOPE TEODORA LAURA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
164	10777040761	HUAYCUCH VALENZUELA YURI PAOLA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
165	10778021370	SOLANO SOTO FRANKLEIN MICHAEL	ACTIVO	HABIDO	120101	-
166	10800085018	SURICHAQUI TORRES JOEL ALFREDO	ACTIVO	HABIDO	120101	-
167	10800524569	CONDOR FLORES FORTUNATA ANGELICA	ACTIVO	HABIDO	120101	-
168	10802603121	SANTANA LEYVA RUTH MERY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
169	10806605976	CHAVEZ CORILLOCLA JHONY FREDY	ACTIVO	HABIDO	120101	-
170	20120550056	REPRESENTACIONES GENERALES HUANCAYO SCRL	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ANCASH 681
171	20140220231	MANFER TELEVISION SOC. COM. RESP. LTDA.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. GUIDO 401
172	20485966570	MUEBLES OSCANDA EIRL	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA 967
173	20486721325	MOBLIMARK EIRL	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA 640



6

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
174	20486934311	REAL ARTEFACTOS S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	- PROLG. ICA 158
175	20541380915	REPRESENTACIONES RUANA E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	AV. FERROCARRIL 1128
176	20541518291	NEGOCIACIONES FLORES & RONDON S.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. PIURA ANTIGUA 272- HUANCAYO CERCADO
177	20568278257	NEGOCIACIONES MULTIPLES VEMO S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	PJE. HUANCAYO 125A - URB. CERCADO
178	20568382448	INVERSIONES & SERVICIOS PSINGENIEROS E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. LORETO 682- HUANCAYO CERCADO
179	20568411219	INVERSIONES COFIER 2012 S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. HUANUCO 371 - SEC. HUANCAYO SECTOR 15
180	20568504225	SERVICIOS GENERALES SOTDUR S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. LORETO 937- HUANCAYO CERCADO
181	20568662814	SAN LUIS MUEBLES PARA EL HOGAR S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA 963- HUANCAYO CERCADO
182	20600302842	SEINCE M & L S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA NUEVA 1885 - C.P. CAJAS CHICO
183	20600922115	D'COCCINA, BAR Y REPOSTERIA E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	CALLE REAL 1050 A-03-
184	20600971086	INVERSIONES Q & C STAR E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. ICA 164
185	20601080878	ELECTRO OUTLET MERITHA E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. ICA 164
186	20601735807	IMPORTACIONES PINO E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	PJE. PRIALE 144
187	20601830273	NEXUS TRADING CONSULTING EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. CHACABUJO 153
188	20603113526	DISTRIBUCIONES E INVERSIONES MILYN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. HUANUCO 263
189	20603347014	WIÑASPA GLOBAL SAC	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. JUPITER 185 - URB. LOS EUCLIPTOS
190	20603406720	VEÑE GOURMET PERU S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	AV. GIRALDEZ 782- HUANCAYO CERCADO
191	20603482531	ILUMINACIONES HOBAB SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ILUMINACIONES HOBAB S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. PACHITEA 181 - SEC. HUANCAYO
192	20604635072	SERVICIOS MULTIPLES E INVERSIONES REYMAR SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. HUANUCO 207
193	20607382299	NEGOCIACIONES MINERAS SERMIN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ATAHUALPA 438
194	20607861545	NEGOCIACIONES RONDON EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	PROL. ICA 554 - GRUPOGRUPO PROLONGACION ICA
195	20608423797	CORPORACION VNC E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA 813- HUANCAYO CERCADO
196	20608523261	IMPORTACIONES HAYEN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. LORETO 853- HUANCAYO CERCADO
197	20608653786	PRADOS'S HOME STYLE SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. ICA 934
198	20608708864	PAIGOD A & R S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120101	AV. CORONEL SANTMAÑEZ 999 A-
199	20609084597	CONSORCIO REDCREA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	120101	JR. GUIDO 509 B-
200	10198706031	ACUÑA GIRON JUAN JAVIER	ACTIVO	HABIDO	120107	-
201	10198864353	QUISPE VILLALVA LUCIA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
202	10198879334	TORRES ESTRADA ALBERTO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
203	10200458643	FLORES FERNANDEZ GUSTAVO NIEL	ACTIVO	HABIDO	120107	-
204	10200594521	YARANGA HINQUOSA JAIME FREDY	ACTIVO	HABIDO	120107	-
205	10201061291	PAITAN HUAMANI DOLLE	ACTIVO	HABIDO	120107	-
206	10201227262	YARANGA HINQUOSA ANGEL ELADIO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
207	10209951334	TORRES PONCE BERTHA FRANCISCA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
208	10400966678	TACUNAN OJEDA MILY CHARO	ACTIVO	HABIDO	120107	-



7

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
209	10407558087	SABRIEL MONTAÑEZ ESEQUIEL FERNANDO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
210	10414744015	HUAMAN ALONZO OBED JUAN	ACTIVO	HABIDO	120107	-
211	10429520462	BARRERA RISCO NESTOR LUIS AMADOR	ACTIVO	HABIDO	120107	-
212	10436084086	MEDINA MERCADO JANET DIANA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
213	10447268600	CABRERA COMUN EDMUNDO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
214	10452320083	GUTIERREZ HUAMAN NILDA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
215	10457753654	ZACARIAS AYALA MARCOS	ACTIVO	HABIDO	120107	-
216	10459842433	SUAREZ CAMPOS CRYZ ANTONIO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
217	10464460701	TORRES VILLA FIORELLA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
218	10466081154	ANDRES ARENAS BENITO FERNANDO	ACTIVO	HABIDO	120107	-
219	10466247435	MENDOZA CHAMORRO MIGUEL ROYSER	ACTIVO	HABIDO	120107	-
220	10470953310	JORGE HUAROC JULI BLINER	ACTIVO	HABIDO	120107	-
221	10474421169	SONZALES FERNANDEZ ROXANA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
222	10476709381	PEÑA CCONOVILCA RODI JOEL	ACTIVO	HABIDO	120107	-
223	10476741080	BAZO LAZO OSCAR ESTEBAN	ACTIVO	HABIDO	120107	-
224	10478250628	MENDOZA CURASMA JOSE LUIS	ACTIVO	HABIDO	120107	-
225	10478363538	FERNANDEZ QUINTE EDISON	ACTIVO	HABIDO	120107	-
226	10482091836	JULIAN QUISPE JENRY	ACTIVO	HABIDO	120107	-
227	10487937849	FLORES DE LA CRUZ HUGO JAIME	ACTIVO	HABIDO	120107	-
228	10606706851	INGA BALDEON DAYANA ROSA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
229	10703699362	QUISPE ANQUIPA DANTE YOMAR	ACTIVO	HABIDO	120107	-
230	10721110414	PICH0 HUAYRA KETTY MILENKA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
231	10749886931	SOLANO HUISA JEAN CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120107	-
232	10751538141	BASTIDAS TORRES KIENER SACHS	ACTIVO	HABIDO	120107	-
233	10767528448	MATOS OSEDA LETICIA NAISHA	ACTIVO	HABIDO	120107	-
234	10770354418	BARBA ALEJANDRO JHORDY EDER	ACTIVO	HABIDO	120107	-
235	10773824792	PALACIOS AGUILAR SHEYLA JUDITH	ACTIVO	HABIDO	120107	-
236	20486923203	SOLUCIONES INTEGRALES SRL	ACTIVO	HABIDO	120107	JR. MARISCAL CACERES 160
237	20568700326	GRUPO EMPRESARIAL CREDI SOLUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	120107	AV. 9 DE DICIEMBRE 869- CHILCA CERCADO
238	20600883519	GROUP SERVICIOS INTEGRALES COH E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120107	P.U.E. AURORA 177
239	20604599742	J & Y CORPORACION INDUSTRIAL E.I.R.L. - J & Y C E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120107	JR. TORRE TAGLE 680
240	20605547061	FRIETO&YAURI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120107	JR. ANCASH 212
241	20606974320	IMPORTACIONES E INVERSIONES RO & MA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120107	JR. LA FLORIDA 1449- CHILCA CERCADO
242	20609285461	GRUPO JIA PERU S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120107	JR. TUPAC AMARU 1492
243	10040179271	SANTIAGO PASCUAL YEDA LUZ	ACTIVO	HABIDO	120114	-



8

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
244	10040780837	BERROSPI RIVAS DE REZA MARITZA ERICA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
245	10198901593	SANCHEZ ROMANI ALEJANDRO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
246	10199211540	VILCAMECHE LLACTAHUAMAN INÉS BERNARDA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
247	10199263493	BALBIN GAMARRA DE ORTIZ MARTHA CRISTINA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
248	10199326142	ORELLANA DE PARRAGA GLORIA HAYDEE	ACTIVO	HABIDO	120114	-
249	10200079049	SAMANIEGO VALVERDE ROMAN FABRICIO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
250	10200121061	PUCUHUAYLA MEJIA ROLANDO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
251	10200331236	PINO ARRIARAN KATIA MERCEDES	ACTIVO	HABIDO	120114	-
252	10200492086	ARROYO RAVICHAGUA EVA RUTH	ACTIVO	HABIDO	120114	-
253	10200539198	MENDEZ SULLCA EDWIN	ACTIVO	HABIDO	120114	-
254	10200940348	MUCHA RAFAEL ELIA BELISA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
255	10201044672	TORRES GUTIERREZ JENNY	ACTIVO	HABIDO	120114	-
256	10201191187	ORE CHAVEZ BETZABETH ILIANA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
257	10206506674	GUZMAN DE NAKASONE IRMA CARMEN	ACTIVO	HABIDO	120114	-
258	10282163522	VERGARA RIVERA EDDY ARMANTINA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
259	10406383836	COTARATE AZABAMBA LUZ MIRIAM	ACTIVO	HABIDO	120114	-
260	10411670541	ALVAREZ MAYTA FRANK DUANY	ACTIVO	HABIDO	120114	-
261	10420347541	QUISPE ALFARO GERALDINE ANGELA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
262	10422992419	CAIRAMPOMA AMARO FREDDY PERCY	ACTIVO	HABIDO	120114	-
263	10424872526	AVILA HINOSTROZA GINA SOLEDAD	ACTIVO	HABIDO	120114	-
264	10425144681	ROJAS CRUZ CARLA CECILIA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
265	10426459855	CASTILLO GODIÑO GARY GLENN	ACTIVO	HABIDO	120114	-
266	10427979330	CARHUAMACA MILLAN EDGAR CAMILO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
267	10430003157	YUPANQUI CHUQUILLANQUI HENRY WILLIAMS	ACTIVO	HABIDO	120114	-
268	10433722278	PALOMINO VILA REYNA BETTY	ACTIVO	HABIDO	120114	-
269	10439232582	BAUTISTA JURADO NATALY ROCIO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
270	10441412326	ROMERO PARICHA DIOMEDES MELECIO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
271	10446362483	SANTOS BALTAZAR VILMA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
272	10449245712	MERCADO GALARZA ROCIO DEL PILAR	ACTIVO	HABIDO	120114	-
273	10449317446	CHUQUIYAUARI CARHUANCHO LEVI	ACTIVO	HABIDO	120114	-
274	10452253254	MARIN VIVAS YOVANA VANESA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
275	10453581123	ALVAREZ MUCHA HIVETH MIRIAM	ACTIVO	HABIDO	120114	-
276	10460260537	TARAZONA GALJUF SHERLY LUZMILA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
277	10462850005	JANAMPA CALDERON MARIA ESTEFANI	ACTIVO	HABIDO	120114	-
278	10463264134	TORRES ALMGA FILISTEL YONATAN	ACTIVO	HABIDO	120114	-



9

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
279	10464768871	RAMOS VILCA FILBER JOSE	ACTIVO	HABIDO	120114	-
280	10466531916	VARGAS MACHUCA TAMBRACC LIZ CAROL	ACTIVO	HABIDO	120114	-
281	10469109521	EYZAGURRE JANCAHAGUA MARIA ANNET	ACTIVO	HABIDO	120114	-
282	10478043790	CAPCHA CAPCHA ANYELA INGRID	ACTIVO	HABIDO	120114	-
283	10480164291	REYES FERNANDEZ DEWIT CARLOS	ACTIVO	HABIDO	120114	-
284	10489595919	JIMENEZ VILLALVA JORGE JOSUE	ACTIVO	HABIDO	120114	-
285	10710800061	CHAVEZ SOBREVILLA WENDY BEATRIZ	ACTIVO	HABIDO	120114	-
286	10710951566	QUISPE RAMOS MAYRA LUZ	ACTIVO	HABIDO	120114	-
287	10714650276	CARRASCO GAMARRA HIMMLER YANER	ACTIVO	HABIDO	120114	-
288	10718785010	BRAÑES DIAZ SUSAN IVONNE	ACTIVO	HABIDO	120114	-
289	10721809108	LOPEZ ROJAS JOSE AUGUSTO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
290	10725356914	PUIÑEZ VALLEJO INTI LEONARDO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
291	10726791029	ROMERO BUENDIA TATIANA DANIELA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
292	10729469837	MARTEL BERRIOS JESUS ANDRES	ACTIVO	HABIDO	120114	-
293	10731902742	GUERRERO VILCAPOMA DAYANNA CECILIA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
294	10735103755	MAMANI OSCANOA KEILA SHIMARA RAQUEL PATRICIA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
295	10752406184	PEREZ HUAYLINS ALEXANDRA LUCIA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
296	10752654684	GUTARRA ROSALES YOSEPH	ACTIVO	HABIDO	120114	-
297	10753804027	SOSA LOPEZ VLADIMIR VITALIO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
298	10755193998	ORTIZ ARENAS CECILIA	ACTIVO	HABIDO	120114	-
299	10769870398	VENEGAS ICHPAS JOSEPH BENJAMIN	ACTIVO	HABIDO	120114	-
300	10776797435	TAIPE HUAMAN JHON FRANCO	ACTIVO	HABIDO	120114	-
301	20600176201	SERJADE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SERJADE S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120114	PJE. MARISCAL ANDRES A. CACERE 173
302	20600679246	SOLUCIONES J.O INVERSIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - EN LIQUIDACIÓN	ACTIVO	HABIDO	120114	JR. NEMESIO RAEZ 946
303	20601385377	COORPORACIÓN VENTANA HACIA EL FUTURO E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	120114	AV. INDEPENDENCIA 554 PISO-
304	20602632572	ALEM COMPANY PERU S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120114	PJE. 8 DE OCTUBRE -
305	20604591750	SERVICIOS MULTIPLES L & O SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - SERVICIOS MULTIPLES L & O S.A.C	ACTIVO	HABIDO	120114	JR. LOS CONQUISTADORES 1295
306	20605575162	MAQ COMPANY PERU S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	120114	PJE. 8 DE OCTUBRE -
307	20606117281	ATLAS GROUP EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120114	AV. 13 DE NOVIEMBRE 842- CERCADO DE EL TAMBO
308	20606216450	SANTANA CONSULTORES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120114	JR. MACCHUPICCHU SN - SEC. TAMBO
309	20608842617	ORGANIZACION PARA EL DESARROLLO WELT MANN GRUPP EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	120114	JR. UCAYALI 154 - A.H. LA VICTORIA
310	10418465609	GOMEZ CORASMA EDWIN	ACTIVO	HABIDO	120119	-
311	10431006052	ORELLANA DE LA CRUZ LILIANA	ACTIVO	HABIDO	120119	-
312	10454949248	JULIAN PALOMINO CRISTHIAN	ACTIVO	HABIDO	120119	-
313	10475343188	NAVARRO MENDIZABAL MARI CARMEN	ACTIVO	HABIDO	120121	-



10

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	UBIGEO	DOMICILIO FISCAL
314	10748371074	MORAN CASTILLO JUDITH ESTEFANI	ACTIVO	HABIDO	120125	-
315	10764378381	JURADO FERNANDEZ JIHAN PIER	ACTIVO	HABIDO	120125	-
316	10772626236	PEREZ PERALES EMELY ARACELY	ACTIVO	HABIDO	120125	-
317	10200387169	VELASQUEZ CANO ISIDORO IRON	ACTIVO	HABIDO	120129	-
318	10485330939	CASTELLARES CAJAHUANCA GILMER NEWS	ACTIVO	HABIDO	120129	-
319	10200496808	QUISPE PEREZ PEPE LUIS	ACTIVO	HABIDO	120130	-
320	10424099321	MENDOZA MONAGO MICHAEL EDER	ACTIVO	HABIDO	120130	-
321	10475541524	FLORES BUJANCO LUIS MIGUEL	ACTIVO	HABIDO	120130	-
322	10414227673	LEON RAMIREZ WILFREDO	ACTIVO	HABIDO	120132	-
323	10739957163	HUAMAN TENORIO ABEL FRANCO	ACTIVO	HABIDO	120133	-
324	20606797703	INVERSIONES PUKA RUMI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	120133	PJE. LOS INCAS 0
325	10760866996	ORDÓÑEZ CAMPOS OSCAR EMERSON	ACTIVO	HABIDO	120134	-

