

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



TESIS

OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y
EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES
DE MERCADEO HUANCAYO - 2018

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autores : Bach. Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula
Bach. Digna Marcañaupa Cuchula

Asesor : Dr. Armando Juan Aauto Avila

**Línea de Investigación
Institucional** : Ciencias Empresariales y Gestión de Los Recursos

Fecha de Inicio y culminación: 19.06.2019 - 18.06.2020

Huancayo - Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

**“OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN
DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO
HUANCAYO - 2018”**

PRESENTADO POR:

Bach. Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula

Bach. Digna Marcañaupa Cuchula

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS:

PRIMER : _____
MIEMBRO

SEGUNDO : _____
MIEMBRO

TERCER : _____
MIEMBRO

Huancayo, ... de octubre del 2023

ASESOR:

DR. ARMANDO JUAN ADAUTO AVILA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por darnos la existencia, a nuestros padres por su esfuerzo y apoyo incondicional en todo para culminar con una de nuestras metas en la vida.

Celsa y Digna

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Peruana Los Andes por habernos cobijado en sus aulas, a nuestros docentes por sus sabias enseñanzas y por guiarnos para ser profesionales competentes, en especial a nuestro asesor Dr. Armando Juan Aduato Avila por su paciencia en guiarnos a lo largo del proceso de esta investigación, conjuntamente con el Dr. Luis Florencio Mucha Hospinal como apoyo en la parte Estadística.

Celsa y Digna

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N ° 0146 - FCAC -2023

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

OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO - 2018

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : BACH. MARCAÑAUPA CUCHULA CELSA VILMA
BACH. MARCAÑAUPA CUCHULA DIGNA

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : CONTABILIDAD Y FINANZAS

Asesor(a) : DR. ADAUTO AVILA ARMANDO JUAN

Fue analizado con fecha 24/11/2023; con 198 págs.; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de 25 %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención de Plagio Versión 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, 24 Noviembre de 2023.



MTRA. LIZET DORIELA MANTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Contenido

	Pág.
HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS	i
ASESOR:	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
Contenido	v
Contenido de tablas	x
Contenido de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Términos clave utilizados en la investigación	xiv
Introducción	xv

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	17
1.2. Delimitación del Problema.....	19
1.2.1. Delimitación Espacial.....	19
1.2.2. Delimitación Temporal.....	19
1.2.3. Delimitación Conceptual o temática.....	19
1.3. Formulación del Problema	20
1.3.1. Problema General	20
1.3.2. Problemas Específicos	20
1.4. Justificación.....	20

1.4.1. Social	20
1.4.2. Teórica	21
1.4.3. Metodológica	21
1.5. Objetivos	21
1.5.1. Objetivo General.....	21
1.5.2. Objetivos Específicos	21
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO.....	23
2.1. Antecedentes	23
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	23
2.1.2. Antecedentes Internacionales	34
2.2. Bases Teóricas o Científicas.....	44
2.2.1. Comprobante de Pagos Electrónicos	44
2.2.2. Facturas Electrónicas	45
2.2.3. Boletas de Venta Electrónicas	48
2.2.4. Evasión Tributaria	48
2.2.5. Impuesto General a las Ventas	50
2.2.6 Carga Tributaria.....	52
2.2.6. Recaudación Tributaria.....	52
2.2.6. Redes de Mercadeo.....	53
2.2.7. OMNILIFE	55
2.2.8. DXN.....	70
2.3. Marco Conceptual	77

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS.....	80
3.1. Hipótesis General	80
3.2. Hipótesis Específicos	80
3.3. Variables (definiciones conceptuales y operacional)	80
3.3.2. Operacionalización de Variables	81

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA.....	84
4.1. Método de Investigación	84
4.2. Tipo de la Investigación	85
4.3. Nivel de Investigación.....	85
4.4. Diseño de la Investigación	85
4.5. Población y Muestra.....	86
4.5.1. Población	86
4.5.2. Muestra	91
4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	95
4.6.1. Técnicas de Recolección de Datos	95
4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos.....	96
4.6.3. Validez y Confiabilidad.....	96
Confiabilidad	97
4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	100
4.8. Aspectos Éticos de la Investigación	101

CAPÍTULO V

RESULTADOS.....	102
5.1. Descripción del Resultado.....	102
5.2 Contraste de Hipótesis.....	108
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADO	120
CONCLUSIONES	126
RECOMENDACIONES.....	128
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	129
ANEXOS	136
ANEXO 1 Matriz de Consistencia.....	137
ANEXO 2 Matriz de Operacionalización de Variables	139
ANEXO 3 Matriz de Operacionalización del Instrumento.....	142
ANEXO 4 El Instrumento de Investigación y Constancia de su Aplicación.....	145
ANEXO 5 Confiabilidad y Validez del Instrumento	148
ANEXO 6 La Data de Procesamiento de Datos	170
ANEXO 7 Consentimiento Informado	176
ANEXO 8 Catálogo de Precios de Omnilife y DXN.....	189
ANEXO 9 Fotos de la Aplicación del Instrumento	192

Contenido de tablas

Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables.....	81
Tabla 2: : Relación de empresarios de Omnilife y DXN.....	88
Tabla 3: Relación de la muestra.....	93
Tabla 4: Resultados porcentuales de la variable: Omisión de comprobantes de pago electrónico.	102
Tabla 5: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Facturas electrónicas.	104
Tabla 6: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Boletas de venta electrónica...	105
Tabla 7: Resultados porcentuales de la variable: Evasión del impuesto general a las ventas....	107

Contenido de figuras

Figura 1: Esquema de redes de mercadeo.	54
Figura 2: Niveles de las redes de mercadeo.	55
Figura 3: Categoría de plan de compensación de Omnilife.	58
Figura 4: Resultados porcentuales de la variable Omisión de comprobantes de pago electrónico.	103
Figura 5: Resultados porcentuales de la dimensión Omisión de Factura electrónica	104
Figura 6: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Boletas de venta electrónica.	106
Figura 7: Resultados porcentuales de la variable: Evasión del impuesto general a las ventas. ..	107

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo establecer la relación que existe entre Omisión de comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo el año 2018. Para el desarrollo de la presente investigación se ha empleado el método científico como método general, y como tipo el método aplicado; asimismo, el nivel correlacional, y el diseño descriptivo correlacional no experimental. Además, la muestra de este estudio comprende 86 empresarios de las redes de mercadeo de Omnilife y DXN del cercado de Huancayo, departamento de Junín, delimitándose temporalmente en el año 2018, para la recopilación de datos se hizo uso del cuestionario, elaborado para el desarrollo del trabajo de campo, para posteriormente realizar la medición e interpretar los resultados mediante tablas y figuras, dando como resultado la conclusión principal de la investigación que es lo siguiente: Existe una relación considerable entre los variables omisión de comprobantes de pago electrónicos y evasión del Impuesto General a las ventas, según el cálculo del coeficiente de correlación Tau b de Kendall es de 0,668, y la prueba de hipótesis donde se rechaza la hipótesis nula con la demostración de que $Z_{cal} > Z_{crítica}$ ($9,11 > 1,96$) lo que nos lleva a aceptar la hipótesis alterna.

Términos clave utilizados en la investigación: Omisión, Comprobantes de Pago Electrónicos, Evasión e Impuesto General a las Ventas.

Abstract

The objective of this investigation is to establish the relationship that exists between Omission of electronic payment receipts and the Evasion of the General Sales Tax in Marketing Networks in Huancayo in 2018. To develop this investigation, the method has been used scientific as a general method, and as a type the applied method; Likewise, the correlational level, and the non-experimental correlational descriptive design. In addition, the sample of this study includes 110 entrepreneurs from the Omnilife and DXN marketing networks of the Huancayo fence, department of Junín, temporarily delimited in the year 2018, for data collection the questionnaire was used, developed for the development of the field work, to later carry out the measurement and interpret the results through tables and figures, resulting in the main conclusion of the research which is the following: There is a considerable relationship between the variables omission of electronic payment receipts and tax evasion General to sales, according to the calculation of Kendall's Tau b correlation coefficient is 0.668, and the hypothesis test where the null hypothesis is rejected with the demonstration that $Z_{cal} > Z_{critic}$ ($9.11 > 1.96$) which leads us to accept the alternative hypothesis.

Key terms used in the investigation: Omission, Electronic Pay Vouchers, Evasion, and General Sales Tax.

Términos clave utilizados en la investigación

Referente a X = Omisión de comprobantes de pago electrónicos

- Omisión
- Comprobantes de pago electrónicos

Referente a Y = Evasión del Impuesto General a las Ventas

- Evasión
- Impuesto general a las ventas

Introducción

En los últimos años, se viene afrontando una lucha constante en cuanto a la evasión de impuestos por parte del estado, ya que este fenómeno tiene repercusiones en la estabilidad económica del país. Por eso, que surgen estrategias de control para poder disminuir la evasión tributaria como imponer la obligación de emitir comprobantes de pago electrónicos.

El presente trabajo de investigación titulado “Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018”, tiene como objetivo investigar la relación que existe entre la Omisión de comprobantes de pago y la Evasión del Impuesto General a las Ventas.

Actualmente existen diversos comprobantes de pago electrónicos que vienen utilizando la gran parte de las empresas, los más utilizados son las facturas electrónicas y boletas de venta electrónicas, a los cuales se tomó como fuente principal para la investigación. Además, estos documentos desempeñan un papel importante en el estudio de la problemática de esta investigación.

Se consideró cinco capítulos, los cuales se distribuyen de la manera siguiente:

Capítulo I, el Planteamiento del problema, que consta de la descripción de la realidad del problema, delimitación del problema, formulación del problema, Justificación y Objetivos de la investigación.

Capítulo II, el Marco teórico, que comprende antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas y el marco conceptual.

Capítulo III, la Hipótesis y Variables conforma la hipótesis general, así como también la hipótesis específica y las variables.

Capítulo IV, la Metodología, donde vemos la metodología, tipo, nivel y diseño de la investigación, además la población y muestra, técnica e instrumentos de recolección de datos, técnica de procesamiento y análisis de datos y por último aspectos éticos de la investigación.

Capítulo V, los Resultados, comprende la descripción del resultados y contraste de hipótesis.

Finalmente, presentamos el análisis y discusión de resultados, así como las conclusiones y las recomendaciones.

Bach. Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula

Bach. Digna Marcañaupa Cuchula

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

La disminución en la recaudación de impuestos tiene repercusiones en la sociedad en su conjunto. Según datos ofrecidos por la SUNAT en el 2018, la evasión del Impuesto General a las Ventas (IGV) a través de la omisión de ventas sobrepasa los S/ 1,100 millones al año, y se calcula que existe un déficit fiscal de más de S/ 23,000 millones anuales, atribuible a diversas formas de evasión (ANDINA, 2018).

Observando estos problemas a lo largo de los años, la SUNAT puso en marcha el sistema de emisión electrónica de comprobantes de pago como una parte de la solución al problema de la evasión tributaria, a partir del 2018 según el artículo 2° de la Resolución Superintendencia 155-2017 ya es obligatorio acogerse al sistema de emisión electrónica para las empresas en estudio.

El negocio multinivel es algo novedoso y prometedor para aquellos que desean generar ingresos trabajando de manera independiente y a tiempo parcial. Se asemeja a cualquier otra empresa en el mercado en términos de oportunidad de negocio, pero lo que lo distingue es su enfoque en la comercialización de productos o servicios a través de redes de mercadeo conformadas por individuos que actúan como distribuidores y promotores de los productos y/o servicios de la empresa. En este tipo de empresas, los propietarios y socios se diferencian de los individuos encargados de establecer la red de distribución, quienes portan la marca de los productos. Sus responsabilidades incluyen la venta de productos y la incorporación de nuevas personas a la red.

En los últimos años, el número de empresarios de redes de mercadeo va en aumento significativo. Como resultado, muchos nuevos contribuyentes que pertenecen en este tipo de negocio ahora son emisores electrónicos de manera obligatoria, mientras que otros eligen acogerse de manera voluntaria, a menudo siguiendo las recomendaciones de las empresas con las que colaboran. Esto se hace para simplificar el proceso de cobro de comisiones de manera eficiente. Como consecuencia, la mayoría de estos contribuyentes optan por emitir sus comprobantes de pago de manera electrónica, lo que también les permite ahorrar costos asociados a la impresión de comprobantes físicos.

Por lo tanto, sería de esperar que la evasión del Impuesto General a las Ventas (IGV) en el ámbito de los negocios de redes de mercadeo en Huancayo sea bastante baja, dado que la mayoría de ellos son emisores electrónicos de comprobantes de pago. Sin embargo, tras observar la situación en el ámbito laboral como asistentes contables, notamos que muchos de estos contribuyentes acumulan un saldo a favor y no cumplen con el pago del IGV. Esta situación parece deberse al hecho de que no giran comprobantes de pago electrónico por el total de sus ingresos, sino únicamente por las comisiones que reciben.

Por ello, el propósito de esta investigación es determinar la relación entre la falta de emitir Comprobantes de Pago Electrónico y la evasión del Impuesto General a las Ventas, Se busca comprobar si la obligación de emitir comprobantes de pago electrónico tiene un impacto en la disminución de la evasión del Impuesto General a las Ventas por parte de los empresarios de redes de mercadeo.

Se espera que las recomendaciones planteadas puedan contribuir en algo en la disminución de la evasión tributaria, un problema que aumenta significativamente año tras año.

1.2. Delimitación del Problema

1.2.1. Delimitación Espacial

Para efectuar el análisis de la investigación se ha tomado en cuenta como población a 110 empresarios que pertenecen a las redes de mercado Omnilife y DXN; quienes pertenecen al Cercado de Huancayo y Departamento de Junín.

1.2.2. Delimitación Temporal

La investigación se refiere a las actividades de las empresas pertenecientes a redes de mercadeo de Huancayo, que corresponde al año 2018.

1.2.3. Delimitación Conceptual o temática

Con el propósito de cumplir con el marco teórico como eje fundamental de la investigación y según el problema planteado, se ha delimitado los siguientes conceptos:

- Omisión de Comprobantes de pago electrónico: Es la acción de no emitir comprobante de pago electrónico conforme a las disposiciones legales vigentes, mediante el uso de Internet y otros medios electrónicos.
- Evasión del Impuesto General a las Ventas: Son acciones realizadas por los contribuyentes, para evitar el pago del Impuesto general a las ventas que está obligado a pagar los consumidores finales; lo cual es una infracción.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la Omisión de Comprobantes de pago Electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?

1.3.2. Problemas Específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la Omisión de Factura electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?
- b) ¿Qué relación existe entre la Omisión de Boleta de venta electrónica y Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

Una de las motivaciones clave detrás de esta investigación es descubrir por qué los empresarios de redes de mercadeo evitan pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV), a fin de que se tome esos resultados para la concientización de los mismos por parte de la SUNAT, y líderes de estas redes de mercadeo, de esta manera lograr que cumplan con sus obligaciones tributarios y contribuir al desarrollo del país.

1.4.2. Teórica

Esta investigación proporciona una comprensión más entre la falta de emitir Comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de mercadeo de Huancayo, Además, enriquece la investigación al explorar las variables y sus dimensiones, así como el impacto que esto tiene en los recursos fiscales del estado, los cuales son esenciales para llevar a cabo sus responsabilidades.

1.4.3. Metodológica

La investigación sobre la falta de emisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas, mediante el estudio del marco teórico contribuye a la determinación del instrumento que se aplica en redes de mercadeo de Huancayo, al comprobarse el grado de relación que existe entre ellos sirve de base para las investigaciones futuras relacionadas con este tema.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la Omisión de comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a) Establecer la relación que existe entre la Omisión Factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo – 2018

- b) Establecer la relación que existe entre la Omisión Boleta de venta electrónica y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Nacionales

En cuanto a los trabajos de investigación nacionales, citaremos algunos importantes relacionados con el tema:

Sanz (2019). En su investigación titulado *“Emisión de los Comprobantes de Pago y su Relación con la Evasión Tributaria en la Empresa Unipersonal Koki’s en el Distrito de Pichanaqui en el Año 2018”* para obtener el título de Contador Público, en la Universidad Autónoma del Perú de la Facultad de Ciencias de Gestión de la Escuela Profesional de Contabilidad, quien tiene las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Se comparó que hay una relación entre comprobantes de pago y la evasión tributaria de la empresa unipersonal Koki’s del distrito de Pichanaqui en el 2018. El indicador Chi-Cuadrado muestra una correlación de 1 (100%) con un nivel de significancia del 0.000, por lo que hay una alta correlación positiva. También se ha determinado que la empresa ha estado mejorando en los pagos mensuales, sin causar infracciones o mejor conocido como evasión tributaria.

Se dio a conocer que existe una relación entre los comprobantes de pago con la eliminación de un monto en la empresa unipersonal Koki’s, el indicador Chicuadrado muestra una correlación de 0.99 (99%) con un nivel de significancia del 0.001, por lo que hay una correlación positiva

muy fuerte debido al hecho de que la empresa en años anteriores no estaban muy capacitados sobre la presentación de las declaraciones a Sunat, no pagaron ningún impuesto, y un año más tarde empezaron a pagar, pero con datos erróneos, además de eso, las facturas y los boletas no se estaban emitiendo correctamente, lo que causó alguna eliminación de un monto por casualidad.

Se dijo que hay una relación entre los comprobantes de pago y las conductas violatorias tributarias o defraudación tributaria en la empresa unipersonal Koki's en el distrito de Pichanaqui. El indicador Chi-cuadrado muestra una correlación de 1 (100%) con un nivel de significancia del 0.000 por lo que existe una correlación positiva, esto se debe a que la empresa en últimos años ha estado mejorando de emitir los comprobantes de pago, de modo que de esta manera no haya conductas violatorias, es decir, conducta que pueda dañar a la misma entidad.

Se describió que hay una relación entre los comprobantes de pago con las disposiciones legales o las multas en la empresa unipersonal Koki's en el distrito de Pichanaqui. El indicador Chi-cuadrado muestra una correlación de 0.99 (99%) con un nivel de significancia del 0.001 por lo que hay una correlación positiva, ya que, si los comprobantes no se emiten, casualmente se puede causar infracciones tributarias y sanciones administrativas, y debido a esto se tendrá que pagar multas.

Se recomienda a la empresa unipersonal Koki's capacitación para los trabajadores, para que estén informados de cómo se emitirán los

comprobantes de pagos correctos y a su debido tiempo, por lo que también se recomienda verificar frecuentemente que los trabajadores estén laborando mensualmente.

La empresa debería tener un trabajador específico para el cumplimiento del rol de emisión de comprobantes de pago. Asimismo, se recomienda pegar afiches dentro de la empresa para que los colaboradores estén actualizados y cumplir las obligaciones tributarias en beneficio de la empresa, de esta manera, evitamos posibles sanciones a la entidad por evasión tributaria.

Para que tenga un pago puntual, según el cronograma de pagos de Sunat y el último dígito del RUC, se sugiere tener un cronograma o un contador externo, de esta manera, evitar posibles multas o infracciones que puedan poner en riesgo a la compañía. Asimismo, se declararían los impuestos a tiempo, es decir, dentro del plazo establecido, sin necesidad quizás de colocar el importe en cero y declarar para luego después volver a corregirlo.

En el presente trabajo de investigación, pone de manifiesto que la carencia de conocimiento y dirección adecuada puede inducir a los contribuyentes, de forma directa o indirecta, a llevar a cabo acciones que resultan en la evasión de impuestos. Asimismo, esta falta de conocimiento puede llevar a los contribuyentes a incurrir en multas que podrían prevenirse con una orientación adecuada, tanto en lo que respecta a la emisión de comprobantes de pago como a la presentación de declaraciones ante la SUNAT.

Arce & Huamán (2018), en su trabajo de investigación titulado “*Los Comprobantes de Pago y la Relación con la Evasión Tributaria en la Empresa de Transportes Pizana Express S.A.C., Año 2017*”, para optar el Título profesional de Contador Público, en la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto de la Facultad de Ciencias Económicas de la Escuela Profesional de Contabilidad, llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

Existe relación directa entre la entrega de comprobantes de pago y la evasión tributaria en la Empresa de Transportes Pizana Express SAC, año 2017, donde los factores para la Variable Entrega de Comprobantes de Pago son de 78.3% y la variable Evasión Tributaria es de 79.4%.

El nivel de cumplimiento de la entrega de comprobantes de pago en la Empresa de Transportes Pizana Express SAC, año 2017, es de 78.3% y en función a sus dimensiones como son la Tipología del Comprobante de Pago y el Monto del Comprobante de Pago es de 69.2% y 87.5% respectivamente.

El nivel de evasión tributaria en la Empresa de Transportes Pizana Express SAC, año 2017, es de 20.6%, donde el incumplimiento de los indicadores de la dimensión contable de la evasión tributaria es de 33.3% y de la dimensión tributaria de la evasión tributaria de 7.78%.

A los Directivos de la Empresa Pizana Express SAC para que implementen políticas empresariales de cumplimiento de las normas contables y tributarias, contribuyendo así al fortalecer la cultura tributaria del país,

cumpliendo su rol de responsabilidad social.

A la Administración Tributaria, para que desarrolle acciones de control y fiscalización de forma individualizada por sectores productivos, en especial en el rubro transportes, con la finalidad de afianzar la cultura tributaria entre las empresas y los usuarios de los servicios.

A los usuarios de los servicios de transporte, en aras de disminuir la evasión tributaria exijan el comprobante de pago por el servicio recibido, acción que debe realizarse sin excepción, el mismo que debe partir por una educación insertada en la currícula educativa del país en todos los niveles académicos.

Este estudio de investigación pone de manifiesto una relación directa entre la emisión de comprobantes de pago y la evasión tributaria. Una recomendación clave es instar a los usuarios, especialmente en el sector del transporte, a exigir el comprobante de pago como medida para reducir la evasión tributaria. Además, se sugiere que la educación tributaria se incorpore en el currículo educativo de todos los niveles académicos en el país. Esta medida podría tener un impacto significativo en la transformación de la cultura tributaria en nuestra nación a lo largo de las generaciones futuras.

Bustamante & Pacheco (2018), Desarrolló su tesis sobre: *“Incidencias: Ventajas y Desventajas de la Implementación del Sistema de Emisión Electrónica Frente al Sistema de Emisión Física en Principales Contribuyentes en la Ciudad de Arequipa 2018”*; para optar el título Profesional de Contador Público, por la Universidad Católica San Pablo, Facultad de Ciencias

Económico Empresariales y Humanas, Escuela Profesional de Contabilidad; quien adjunta las conclusiones siguientes:

En resultado de las encuestas y el análisis bibliográfico se ha concluido que el Sistema de Emisión Electrónica dio como resultados positivos ya que se encontró ventajas para el desarrollo de las actividades de los principales contribuyentes, generando un mayor dinamismo financiero, logrando aumentar la productividad, y hacer uso de la tecnología para modernizar sus operaciones.

Ademas de ello ayudará a los contribuyentes en la parte tributaria tendrán más control con respecto a sus documentos, lo que también les facilitará a presentar sus declaraciones juradas mensuales y anuales, disminuyendo las posibilidades de tener sanciones por incumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Las ventajas que tiene el Sistema de Emisión Electrónica es simplificar sus actividades operativas, la seguridad que brinda al usar el certificado digital, reducción de costos en papeles y entre otros, permite al contribuyente tener información actualizada al día para agilizar los trámites de sus declaraciones mensuales y anuales, reducción de uso de papel, tinta y entre otros.

En cuanto a las desventajas, los contribuyentes que usan CLAVE SOL dependerán de la disponibilidad de la plataforma de SUNAT lo cual en muchas ocasiones falla por el uso mismo de muchos contribuyentes.

Los contribuyentes que utilizan un sistema por tercero las desventajas son más variadas como es el caso de un virus a su sistema, genera gastos económicos en actualizaciones de software.

Para los que utilizan ambos sistemas deben contar con una persona que tenga pleno conocimiento en el manejo de facturación o caso contrario capacitar a más de una para no tener contratiempos posteriores. También el proceso de anulación de comprobantes, aparte que el contribuyente está brindando prácticamente toda su información a SUNAT y está la tiene en tiempo real, lo que implica facilitar información financiera que debería ser más reservada.

En la parte económica y financiera se confirmó que se vieron afectados los contribuyentes que tuvieron la necesidad de implementar un sistema de terceros por el tipo de actividad económica, obligándolos a consignar un presupuesto para la adquisición de un sistema de tercero que esta alrededor de la mayoría entre S/.3001 a S/.6000, además de capacitar o contratar un personal exclusivo para la emisión de la Factura de Electrónica. En este caso para los usuarios CLAVE SOL no generó este tipo de costos debido a que el aplicativo que ofrece SUNAT es gratuito.

Concluimos que el sistema de implementación del Sistema de Emisión Electrónica ofrece más ventajas que desventajas a los principales contribuyentes, ya que optimiza operaciones logísticas, financieras y tributarias.

Este estudio de investigación nos presenta tanto los aspectos positivos como negativos relacionados con la emisión de comprobantes de pago electrónicos. En las ventajas, se destaca el mayor control que ofrece a los contribuyentes sobre sus ingresos, así como la reducción de costos, entre otros beneficios. Por otro lado, se señala como desventaja la necesidad de contar con una persona que posea el conocimiento necesario para gestionar este proceso.

Meléndez (2017). Desarrolla su tesis sobre: *“La Facturación Electrónica y su Incidencia en la Reducción de la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Empresas Comerciales de Lima – Metropolitana – Año 2016”*; para optar el Título Profesional de Contadora Pública, por la Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económico y Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas; quien adjunta las conclusiones siguientes:

La factura electrónica, gracias al avance de la tecnología, en el Perú y en otros países ya es una realidad, lo que trae una serie de beneficios para las empresas tal como el ahorro por el concepto de impresión, una mayor seguridad en la custodia de los documentos, reducción de la probabilidad de falsificación y duplicación, facilidad de los procesos de auditoría, rápida ubicación de la información, eliminación de espacios para el almacenamiento de documentos, competitividad, y entrega de documentos a los clientes de forma más eficiente. La Facturación Electrónica no sólo es beneficiosa para las empresas que la incorporan, su adopción tiene efectos positivos sobre otros factores importantes de la economía, como

los bancos y las instituciones financieras que tienen la oportunidad de ofrecer nuevos servicios a sus clientes, tales como el Factoring electrónico. Con la facturación electrónica, será posible detectar si algunos contribuyentes compran en nombre de la empresa objetos o suministros que son para uso personal, con el fin de reducir el pago del impuesto general a la venta y la renta de tercera categoría, que está prohibido por la Administración Tributaria.

Se ha demostrado que reduce la evasión del impuesto, ya que con la facturación electrónica se tendrá un mejor control de todas las operaciones comerciales que realizan las empresas, el cual incrementa la transparencia, refuerza el gobierno corporativo, y generalmente, mejora la economía del país.

La evasión de impuestos demuestra el grado de informalidad que existe en la economía del país, es la causa de promover la competencia desleal entre la gente y las empresas formales, la evasión de impuestos afecta el crecimiento económico al no proveer al Estado el financiamiento necesaria y sostenible para los bienes y servicios públicos.

La evasión de impuestos no solo se debe a factores como el grado de complejidad del sistema tributario, debido a sus múltiples tasas impositivas y la diversidad de normas legales, sino que también influye en factores internos como la actitud, la ética y la moral, la voluntad torcida de los contribuyentes de incumplir con sus obligaciones tributarias y

especialmente la falta de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva.

Una forma de evadir impuestos también es ocultar bienes y/o ingresos para pagar menos impuestos al Estado.

Otra de las causas de las evasiones del impuesto es la mala percepción de los contribuyentes de que el Estado despilfarra y es corrupto haciendo mal uso del dinero de los tributos, disminuyendo los recursos para cubrir los derechos sociales y el desarrollo de los pueblos marginados.

De acuerdo con la investigación realizada la factura electrónica influye de manera positiva a la disminución de la evasión del Impuesto General a las Ventas, de manera que es mucho más confiable para una auditoría o una revisión por parte de la SUNAT, además, reduce la posibilidad de pérdida de documentos, compra de gastos personales, entre otras prácticas que evitan el pago del Impuesto General a las Ventas. Además de estos beneficios, la factura electrónica también facilita a los contribuyentes el control de sus ingresos y conlleva a una disminución en la necesidad de imprimir documentos, entre otras ventajas.

Pomalaza & Barrera (2017). Desarrollaron su investigación sobre: *“La Emisión de los Comprobantes de Pago Electrónicos y su Incidencia en la Evasión Tributaria en la Provincia de Huancayo”*; para optar el Título Profesional de Contador Público, por la Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Contabilidad, quienes adjunta las conclusiones siguientes:

A partir de los datos obtenidos en el trabajo, podemos establecer que los contribuyentes ven en la emisión física de comprobantes de pago un medio para evadir impuestos, porque, al contar con altos impuestos para pagar, muchos contribuyentes consiguen de alguna manera obtienen las famosas “facturas de favor”, que no son otras que las que se emiten por operaciones no reales, y que se dan en cualquier periodo.

La emisión de comprobantes de pago electrónicos tiene incidencia directa en la evasión tributaria que realizan los contribuyentes en la Provincia de Huancayo, tal como queda demostrado con los resultados presentados, en la que se refleja que entre los contribuyentes que están totalmente de acuerdo y de acuerdo con lo mencionado líneas arriba son de 63,04% (Tabla4) y de 79.95% (Tabla 14).

Se ha establecido que la emisión de facturas electrónicas tiene incidencia directa en la evasión que realizada por los contribuyentes tanto por lo que respecta al IGV con un 80.43% (Tabla5) entre los contribuyentes que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, como al Impuesto a la Renta, siendo esto reflejado en los resultados presentados a través de un 73.91% (Tabla6) de los contribuyentes emisores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la relación.

A través del análisis de los resultados hemos podido demostrar que la emisión de recibos por honorarios electrónicos presenta una incidencia de forma directa en la evasión tributaria del impuesto a la renta que realizan los contribuyentes en la Provincia de Huancayo, como queda reflejado en

un 78.88% (Tabla 15) de contribuyentes emisores de este comprobante que refiere estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con la mencionada relación.

El análisis de datos nos permite tener conocimiento de que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT viene estableciendo medidas que pueda ayudar a reducir la evasión tributaria, apoyándose en la tecnología de la información y el almacenamiento de datos a nivel macro para tener un control adecuado y una recopilación de información más rápido de los contribuyentes.

Según el trabajo de investigación, los contribuyentes ven en los comprobantes de pago físicos una oportunidad de evadir impuestos, ya que con frecuencia las facturas físicas muchas veces son emitidas por operaciones no reales y por diferentes periodos. En este contexto la emisión de comprobantes pago de forma electrónica puede contribuir a contrarrestar este tipo de evasión, ayudando a la SUNAT a obtener datos a tiempo real sobre los ingresos y gastos de los contribuyentes y poder facilitar su análisis y seguimiento.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Romero Freire (2018). Presenta el trabajo de investigación titulada *“Facturación Electrónica: Una Herramienta de Control del Siglo XXI Ante la Evasión Tributaria en Ecuador”* para optar el título de Ingeniera en Gestión Empresarial Mención Finanzas y Auditoría, en la Universidad Tecnológica

Empresarial de Guayaquil; indicando las siguientes conclusiones y recomendaciones:

El Servicio de Rentas Internas, está trabajando gradualmente en mejoras que faciliten el cumplimiento de las obligaciones que tienen por objeto consolidar el sistema para que sea justo y equitativo, la incorporación de herramientas tecnológicas y promulgación de leyes e incentivos con beneficios tributarios para los contribuyentes. Uno de los resultados más palpables es el beneficio para el medio ambiente al reducir las emisiones de consumo de papel, lo que ayuda al cuidado del medio ambiente y la tala indiscriminada, teniendo en cuenta el ahorro en gastos de impresión de blogs de los diferentes formatos de comprobantes físicos. En cuanto al tema tributario, contribuye a reducir las brechas de evasión fiscal y simplifica las transacciones además de que brinda fiabilidad y legalidad en la generación y emisión de comprobantes.

Este sistema de Facturación Electrónica es nuevo en Ecuador y sin duda es considerado uno de los métodos más innovadores que ha tenido el país en materia tributaria y tecnológica. Se prevé que a lo largo del tiempo se desarrollen e integren nuevas herramientas para que los procesos sean aún más sencillos y efectivos.

Las mejoras en los índices de cumplimiento tributario son evidentes, pero se puede decir que esta herramienta no garantiza la efectividad ni la solución a la evasión de impuestos, pero ha fortalecido el control en las

transacciones realizadas por los contribuyentes electrónicamente, y por lo tanto para que haya mayor efectividad es necesario trabajar conjuntamente entre la Administración Tributaria y los contribuyentes, por esta razón el SRI ha llevado a cabo capacitaciones para que los sujetos pasivos y la comunidad en general sepan sobre esta herramienta innovadora, sus ventajas, requerimientos y procedimiento para adherirse gradualmente al sistema de manera voluntaria.

No puede olvidarse que además de los controles que realice la Administración Tributaria para intentar de reducir los niveles de evasión, es necesario que los contribuyentes y la comunidad en general sean conscientes de este problema, porque la falta de cultura tributaria y el egoísmo personal son problemas sociales que conducen al comportamiento fraudulento.

Es necesario que el Servicio de Rentas internas considere la estrategia aplicada en Portugal, que consiste en un sistema de denuncia, en el que el consumidor que no ha recibido su comprobante electrónico, dentro de las 24 horas máximas establecidas, para cualquier operación realizada, puede solicitar una recompensa a cambio, mientras que la entidad que no cumpla con su obligación tributaria será sancionada según lo dispuesto por la Ley vigente.

Integrar de forma progresiva y exhaustiva haciendo énfasis en el cumplimiento del cronograma de obligatorio para los distintos tipos de contribuyentes para cubrir un mayor control de las operaciones.

Buscar la eliminación de la facturación tradicional, llevando a cabo programas de financiamiento para que las pequeñas y medianas empresas puedan adquirir equipos de cómputo o su propio sistema integrado para evitar colapsos en la plataforma del SRI, animando a los contribuyentes a conocer la tecnología y sus beneficios. O a su vez fomentar el uso de herramientas gratuitas haciendo públicos sus beneficios, alcance y facilidades de uso.

Incrementar los programas de capacitación que promueven el cumplimiento tributario ciudadano para que puedan aprender más sobre los beneficios de la facturación electrónica en los ingresos del Estado, que sirven para la realización de obras sociales que benefician a todos. Se debe impartir educación tributaria desde la escolaridad y se debe exigir a las entidades tanto del sector público como privado, capacitación semestral mínima para el personal que participa en el manejo de este sistema.

Este estudio de investigación nos demuestra que la emisión de comprobantes de pago electrónicos tiene diversos beneficios, como la disminución de uso de papel, lo que contribuye a la preservación del medio ambiente, así como reducir la evasión tributaria. No obstante, también se nos dice que la falta de cultura tributaria y el egoísmo individual son problemas

sociales que dan como resultado el comportamiento fraudulento de los contribuyentes. Por este motivo, recomiendan la necesidad de realizar capacitaciones que alienten el cumplimiento de los impuestos.

Villamizar Aza (2016). Presenta su tesis titulada “*Factura Electrónica, Medida para Contrarrestar la Evasión de Impuestos en México*” para obtener el título de Contador, en la Universidad Cooperativa de Colombia, de la Facultad de Contaduría Pública, llegando a las siguientes conclusiones:

La facturación electrónica es una herramienta tecnológica que dará muchas posibilidades al Servicio de Administración Tributaria para mejorar sus procesos de control del cumplimiento tributario a fin de prevenir la evasión fiscal, ya que conocerá directamente y en tiempo real a los contribuyentes que están emitiendo facturas, cuál es el importe total de sus ventas, etc. (Hernández Sampieri, 1999), lo que le permitirá tener más información para verificar el cumplimiento de las obligaciones impositivas por parte del contribuyente.

Los beneficios derivados de la implementación de la factura electrónica, tienen resultados inmediatos en distintas áreas: ecológicamente, mediante la reducción del consumo de papel, contribuye al cese de la tala indiscriminada, que favorece al medio ambiente; económicamente, reduciendo los costos administrativos resultantes del ahorro en los gastos de envío y los insumos; políticamente, alentando la economía y optimizando los mecanismos de control para evitar la evasión de

impuestos; en lo social y culturalmente, en la medida en que facilita el intercambio de bienes y servicios entre áreas distantes del planeta, colaborando en la integración y el crecimiento de diversas culturas, en cuanto a la seguridad informática, los mecanismos necesarios para estandarizar estos documentos electrónicos, fomentar la búsqueda de soluciones que eliminen los riesgos que acechan a toda la información que circula en internet.

Con la adopción de la facturación electrónica en Colombia, las empresas enfrentan el desafío de adaptar sus sistemas de información para cumplir con los plazos legales exigidos por la Dirección de Impuestos y Aduanas (DIAN). Para la mayoría de ellas, esto representa otra oportunidad de revisar y simplificar sus procesos operativos y administrativos, al tiempo que ganan mayor control interno y agilidad en sus negocios y reducen riesgos fiscales y operativos e igualmente una serie de ventajas ya que disminuye la evasión fiscal y la corrupción; aumenta la transparencia, se fortalece el gobierno corporativo, y en general mejora la economía.

La investigación de Villamizar Aza (2016), se hace hincapié nuevamente en los beneficios que aporta la emisión electrónica de comprobantes de pago, destacando sus ventajas para el medio ambiente, la sociedad, la economía, la política y otros aspectos. También se destaca que esta práctica simplifica de manera significativa tanto los procedimientos operativos como los administrativos en la Dirección de Impuestos y Aduanas, lo que a su vez contribuye a la reducción de los riesgos fiscales y operativos.

De los ángeles & Contreras (2016). Presentan su trabajo de investigación *“Estimación del Impacto de la Aplicación de Facturación Electrónica en la Brecha de Veracidad de los Contribuyentes Especiales de la Ciudad de Guayaquil Durante el Periodo Fiscal 2014”*, para optar el título de Magíster en Administración Tributaria, en el Instituto de Altos Estudios Nacionales Universidad de Postgrado del Estado; indicando las siguientes conclusiones y recomendaciones:

La implementación de facturación electrónica en el sistema tributario provocó una mejor recaudación de impuestos, ya que disminuye la evasión a través de la disminución de la brecha de veracidad, el contribuyente está más obligados a declarar los valores reales en supropio formulario. La veracidad de la declaración de impuestos es más efectiva.

Los sectores económicos que implementaron facturación electrónica se identificaron como empresas que proveen bienes y otras que proveen servicios, siendo el más grande el sector del de la venta de bienes con un 62% del total de la muestra. Adicionalmente, los sectores mayoritariamente implementaron el nuevo sistema son el sector del comercio, seguido del sector de la agricultura y luego los sectores de telecomunicaciones y de construcción. Lo cual indica que los principales sectores que mueven la economía ecuatoriana implementaron el nuevo sistema, con esto se logrará un mayor control en las empresas con alta transaccionalidad y relevancia tributaria.

Según el tamaño de las empresas, no se evidenció problemas en la implementación de las empresas grandes y mediana, ya que son las que más adoptaron facturación electrónica con casi el 95% de ellas lo cual indica que el cambio de sistema no ha tenido inconvenientes en el proceso de adaptación, esto se debe a las nuevas tecnologías.

La presión fiscal se incrementó del año 2013 al año 2014, aunque no fue un incremento significativo, el comportamiento de los datos muestra una leve tendencia a incrementar el valor del pago de impuesto de acuerdo al nivel de ingresos, gracias a la facturación electrónica. Por lo que es recomendable continuar con el proceso de implementación a más grupos de contribuyentes, ya que el éxito obtenido con los contribuyentes especiales podría replicarse en otros sectores, aunque para demostrar aquello se deberá realizar el respectivo estudio pues las variables que afectan a la implementación podrían comportarse de manera diferente.

En cuanto a los sectores económicos que implementaron el nuevo sistema de facturaciones se recomienda fortalecer estos sectores con las actualizaciones adecuadas al sistema y con constante capacitación para que el sistema funcione acorde a lo que indica la normativa.

Adicionalmente, poner más atención a las grandes empresas y a la forma en que están llevando el sistema ya que el nivel de aportación tributaria es relevante por ser el mayor número de contribuyentes especiales y por tener una alta transaccionalidad.

Como se evidencia, la emisión electrónica de comprobantes de pago desempeña un papel crucial en la lucha contra la evasión tributaria y en la mejora del control de la recaudación. Además, se señala que la implementación de comprobantes electrónicos ha tenido un ligero impacto positivo en el aumento de los ingresos fiscales.

De igual manera, Benavides (2018). En su tesis sobre *“Análisis de la Facturación Electrónica como un Mecanismo de Prevención del Fraude Fiscal Internacional”* para optar el grado de Magister en Planificación Tributaria y Fiscalidad Internacional, por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, Área de Derecho, adjunta las siguientes conclusiones:

La evasión, elusión y el fraude fiscal es un grave perjuicio para las arcas públicas debido a la reducción o falta de recaudación que causan en los estados, contra las cuales se han establecido diversas normas y controles a través del Gobierno y sus administraciones tributarias con el fin de promover una cultura tributaria de la población, y también se ha llevado a cabo mediante el aumento de las sanciones y el endurecimiento de las penas para aquellos realicen infracciones a la ley tributaria como mecanismo limitante para estas prácticas.

La globalización ha ayudado a las personas naturales y jurídicas a encontrar, de manera ligera, jurisdicciones que les permitan evadir impuestos o transferir beneficios a regímenes de menor imposición con fin de suprimir la carga fiscal de su país, además de otras prácticas utilizado

de manera inadecuada los Convenios Internacionales para evitar la doble imposición internacional y las transacciones con partes relacionadas.

Las actividades económicas encubiertas e informales también reducen la capacidad de recaudación de los Estados y para su reducción se han puesto en marcha acciones de inclusión a la formalidad y uno de los principales efectos de la facturación electrónica es mostrar ante la administración indicios de movimientos ocultos a través de la información recopilada en sus bases de datos a través de comprobantes emitidos por los contribuyentes formales.

Las reformas tributarias establecidas en el Ecuador en la última década han inducido un aumento en la recaudación del estado, por medio del aumento de impuestos, bienes de consumo gravados, régimen impositivo simplificado, mayor regulación en el régimen de precios de transferencia, exclusión de exoneraciones para transacciones con paraísos fiscales, incremento de tarifas, límites en deducibilidad de gastos intragrupo, entre otros, obteniendo un consecuencia positiva en los ingresos tributarios, es por eso, que los impuestos directo e indirectos desde el año 2006 hasta el 2016 aumentó, de esta manera aportado al presupuesto general del Estado y demostrando una técnica y eficiente administración tributaria.

A través de la implementación de la facturación electrónica se pretende recopilar suficiente información para que las Administraciones tributarias conozcan los ingresos, gastos y posibles rentas obtenidas por los contribuyentes, favoreciendo aún más los cruces de información

necesarios para los controles, sanciones y orientar dirigir las determinaciones con mayor precisión.

La facturación electrónica veraz y transparente que los contribuyentes son considerados que la administración mantiene en sus bases de datos la información que corrobore la correcta determinación, la declaración y el pago de los impuestos, llevándolos cada vez más a la formalidad y al cumplimiento de sus obligaciones.

El estudio de investigación nos informa que la emisión de comprobantes electrónicos contribuye a la reducción de la evasión y elusión fiscal. Como medida de solución, se sugiere promover una cultura tributaria, así como aumentar las multas y las penalizaciones con el fin de incentivar a los contribuyentes a llevar a cabo sus operaciones de manera precisa y proporcionar información confiable al fisco en este país.

2.2. Bases Teóricas o Científicas

2.2.1. Comprobante de Pagos Electrónicos

De acuerdo a SUNAT (2018). “Un Comprobante de Pago Electrónico se refiere a cualquier documento regulado por la SUNAT que certifica la entrega de bienes, el uso de bienes o la prestación de servicios. Para su generación, se utiliza una herramienta informática autorizada por la SUNAT.”

implementación de estos comprobantes electrónicos conlleva varios beneficios, como la reducción del consumo de papel y tinta, el cuidado del medio ambiente, garantías de seguridad y validez legal del comprobante, disponibilidad de manera

inmediata, incorporación con otras aplicaciones y la posibilidad de obtener información sin atrasos, lo que resulta esencial para la SUNAT en el proceso de verificación de datos.

2.2.2. Facturas Electrónicas

Según la Resolución de Superintendencia 188-2010/SUNAT “El documento de pago conocido como factura, como se menciona en las normativas sobre comprobantes de pago, que es emitido en formato digital a través del Sistema y que contiene el mecanismo de seguridad, Su regulación se basa en lo establecido en esta resolución”

SUNAT (2018) La Factura Electrónica es un tipo de comprobante que se realiza la emisión mediante el sistema de emisión electrónica desarrollado desde los sistemas del contribuyente.

Tenemos como Características:

Se realiza la emisión del comprobante mediante el sistema obtenido por el contribuyente, por lo que no es necesario ingresar a la página de la SUNAT, así como también es un documento electrónico que tiene efectos tributarios como el tipo de comprobante de pago factura que sustenta costo, gasto, crédito fiscal para efectos tributarios, la serie esta de forma alfanumérica por 4 dígitos iniciando con la letra F, y la numeración es de manera correlativa, comienza en 1 y es independiente a la numeración de la factura física, se emite a favor del adquiriente que cuente con RUC, a menos que de las facturas electrónicas sean emitidas a personas no domiciliados por las operaciones de exportación, y se puede usar para sustentar el traslado de bienes.

La autenticidad y legalidad de los documentos electrónicos en este caso facturas emitidas desde los sistemas del contribuyente se puede consultar también mediante el portal web de la SUNAT.

La factura electrónica SEE SOL puede ser utilizada por los emisores electrónicos que están en el Régimen General, Régimen Mype Tributario y Régimen Especial de Renta.

Para generar una factura electrónica a través de SUNAT, es necesario acceder al PORTAL SOL de SUNAT y seguir seis sencillos pasos. Los requisitos para emitir una factura mediante este procedimiento son idénticos a los establecidos para un sistema externo, como se detalló previamente.

Pasos:

1. Entrar al PORTAL SOL

Acceder al sitio web <https://e-menu.sunat.gob.pe/cl-ti-itmenu/MenuInternet.htm/> e introducir los datos requeridos, incluyendo el número de RUC, nombre de usuario y contraseña de la cuenta.

2. Entrar a la opción de emitir factura.

Una vez dentro del portal, seleccionar la opción "Emitir factura" que se encuentra en el menú lateral izquierdo. Para llegar a esta opción, primero elegir "Empresas" y luego hacer clic en "Comprobantes de pago". Dentro de esta sección, seleccionar la opción "SEE-SOL" y buscar "Emitir Factura" en la lista.

3. Ingresar los datos del receptor del comprobante

Ingresar la información del receptor de la factura electrónica y elegir las opciones necesarias para configurar el comprobante. Completar el campo de RUC del receptor y proceder al siguiente paso.

4. Adicionar el detalle de venta

Para hacerlo, seleccionar la opción "Adicionar" que se encuentra en la parte derecha de la pantalla, debajo de la sección de fechas. Se abrirá una ventana para ingresar la información del bien o servicio. Indicar si se trata de un bien o un servicio, especificar la cantidad y la unidad de medida. Aunque el código es opcional, se requiere una descripción breve. El precio unitario no debe incluir el Impuesto General a las Ventas (IGV). Finalizar este paso haciendo clic en "Aceptar".

5. Agrega observaciones

Para ello, seleccionar "Continuar" y tendrá la opción de escribir observaciones adicionales. Este paso es opcional, por lo que, si no tienes observaciones, simplemente continúa.

6. Finalizar venta

Antes de emitir la factura, asegurarse de revisar todos los detalles para evitar cualquier error. Luego, simplemente hacer clic en "Emitir". Aparecerá un aviso de confirmación que preguntará si estás seguro de emitir la factura electrónica. Confirmar haciendo clic en "Ok" y listo. Ahora se puede descargar, imprimir o enviar la factura electrónica al correo electrónico del cliente.

2.2.3. Boletas de Venta Electrónicas

Las boletas de venta electrónica según SUNAT (2018) es un "comprobante de pago denominado Boleta de Venta emitido a través del sistema de emisión electrónica desarrollado desde los sistemas del contribuyente, se pueden emitir también las Notas de Débito y Crédito vinculadas a la Boleta Electrónica desde el Contribuyente”.

Las características son: La emisión de boletas de venta electrónica se elabora desde el sistema del contribuyente por ello ya no se requiere ingresar a la página web de la SUNAT, así mismo la impresión de este documento electrónico tiene todas las incidencias tributarias al igual que el comprobante de pago boleta de venta, e igual que el documento físico no deja ejercer derecho a crédito fiscal tampoco deja sustentar costo o gasto para efectos tributarios además de ello no se puede utilizar para sustentar el traslado de bienes, la serie del comprobante es de cuatro dígitos iniciando con la letra B y la numeración es de manera correlativa, empieza del uno y es independiente a la numeración de la boleta de venta física, y la autenticidad de los documentos electrónicos emitidos desde los sistemas del contribuyente se puede consultar en las opciones con CLAVE SOL del portal web de la SUNAT.

2.2.4. Evasión Tributaria

La evasión tributaria según diversos autores es:

Se define como la práctica ilegal mediante la cual los contribuyentes reducen la cantidad de impuestos que deberían haber pagado si hubieran

cumplido correctamente con sus obligaciones fiscales. Esta reducción puede ser total o parcial en cuanto al monto evadido. La evasión tributaria se considera una acción ilegal, ya que es la violación tanto del texto como del espíritu de la legislación tributaria vigente. En consecuencia, quienes evaden impuestos enfrentan consecuencias legales, dado que están transgrediendo las normas tributarias en vigor. Para lograr este objetivo, los contribuyentes recurren a declaraciones falsas o a la omisión de información relevante relacionada con la base imponible y la cantidad de impuestos que deben abonar a la autoridad fiscal. Aquellos contribuyentes que son descubiertos evadiendo impuestos se exponen a penalizaciones legales. Por ende, la evasión puede acarrear un costo significativo para los evasores cuando se les detecta por medio de los procedimientos de control fiscal aplicados por la autoridad tributaria (Yáñez, 2016).

La evasión implica maniobras utilizadas por los contribuyentes para eludir el pago de impuestos, infringiendo así la ley. Esta práctica es claramente ilegal y se distingue de la elusión de impuestos, que involucra comportamientos por parte de los contribuyentes que buscan evitar el pago de los impuestos mediante estrategias legales permitidas por ley o aprovechándose de vacíos legales, por lo que no es técnicamente ilegal (Rentería, 2016).

La evasión tributaria ocurre cuando un individuo incumple la ley al dejar de pagar total o parcialmente un impuesto que le corresponde. Este

incumplimiento afecta negativamente las finanzas públicas y otorga al contribuyente beneficios indebidos. Entre las causas de la evasión se incluyen tasas impositivas elevadas, falta de liquidez en las empresas, la resistencia al pago de impuestos y la desconfianza en las autoridades responsables de su administración (Ávila, 2018)

Según Collosa (2019) “algunas de las causas de la evasión tributaria son la presión tributaria, falta de simplicidad y precisión de la legislación tributaria y regímenes promocionales”

2.2.5. Impuesto General a las Ventas

Según el Decreto Legislativo N° 821 Ley General del impuesto general a las Venta es “un impuesto indirecto que se paga por las ventas o servicios que se realiza en el país. Además, este impuesto se encarga de gravar las importaciones, la prestación de servicios prestados, en el país”. SUNAT (2018), “El Impuesto General a las Ventas (IGV) grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está destinado para el usuario o consumidor final, donde se encuentra en el precio de compra de los productos que adquieren estos”.

SUNAT (2018) La tasa constituye de la siguiente manera: el 16% en las operaciones gravadas con el IGV a esta tasa se añade la tasa del 2% que es el Impuesto de Promoción Municipal, de tal modo a cada operación gravada se le designa un total de 18% que constituye la siguiente formula IGV + IPM. (SUNAT 2018)

Características:

No es acumulativo, porque grava únicamente el valor agregado de cada etapa en el ciclo económico, deduciendo el impuesto que gravó las fases anteriores.

Está constituido según el método de base financiera del impuesto contra el impuesto que es débito contra crédito, es decir el valor añadido se fija deduciendo del impuesto que se aplica al valor de las ventas, con el impuesto que gravó las adquisiciones que se refieren al giro del negocio de una empresa. (SUNAT, s.f.)

Las transacciones sujetas al Impuesto General a las Ventas (IGV) incluyen la venta de bienes muebles en el país, la prestación o utilización de servicios en el país, los contratos de construcción, la primera venta de bienes raíces por los constructores y la importación de bienes. La base legal se halla en el Artículo 1 del Texto Único Ordenado (T.U.O.) de la Ley del IGV, aprobado por Decreto Supremo numero 055-99-EF, y el Artículo 2 del Reglamento de la Ley del IGV, Decreto Supremo numero 029-94-EF. Así mismo, se establece una tasa para el IGV en el Artículo 17 del T.U.O. de la Ley del IGV, aprobado por Decreto Supremo numero 055-99-EF, al igual que una tasa para el Impuesto de Promoción Municipal (IPM) que se encuentra en el Artículo 76 del Decreto Legislativo número 776".

2.2.6 Carga Tributaria

Según Raigoza (2017). “La carga tributaria se define como la relación entre los impuestos pagados por un contribuyente y sus ingresos netos totales.”

Asimismo, EL COMERCIO (2011). Define como “El cálculo que vincula los impuestos abonados con el valor agregado generado anualmente en el país.”

Consideramos que es conveniente conocer sobre la carga fiscal sinónimo de la carga tributaria del cual nos dice:

La carga tributaria de una persona hace referencia al impuesto pagado por el contribuyente. De tal manera, podemos hablar de la carga tributaria de una persona que está sujeta al pago del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, así como la carga tributaria de una empresa.

Una carga fiscal elevada contribuye a incrementar los ingresos públicos y, por consiguiente, el gasto público, pero puede llegar a dejar de alentar la creación de empresas privadas (WOLTERS, 2009).

2.2.6. Recaudación Tributaria

Al ver sobre la recaudación tributaria podemos observar lo siguiente:

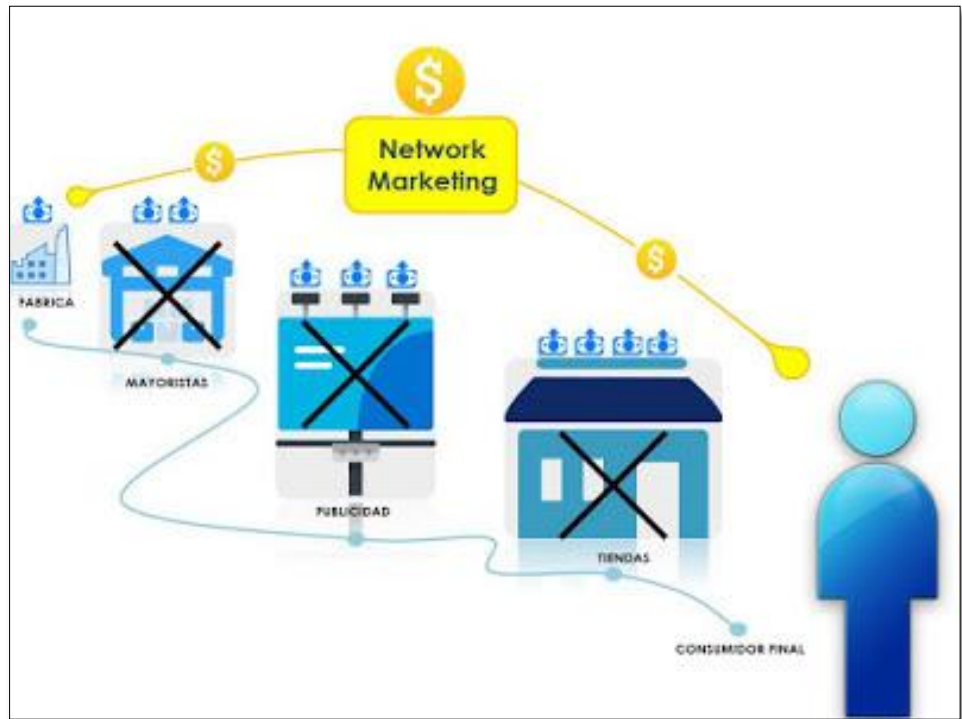
La recaudación tributaria se refiere a la porción de los ingresos del sector público que las distintas administraciones públicas obtienen mediante la imposición de los impuestos, los cuales son fijados unilateralmente por el Estado bajo el poder fiscal otorgado por el sistema legal. En la actualidad, este tipo de recursos representa la fuente más significativa

para la obtención de fondos por parte de las entidades públicas y se convierte en una fuente predecible y común para la financiación del gasto público. Las leyes presupuestarias indican una estimación de la recaudación tributaria, que dependerá en última instancia de las condiciones económicas en las que se lleven a cabo el ejercicio fiscal (Rodríguez, 2016).

2.2.6. Redes de Mercadeo

La red de mercadeo, también conocida como marketing multinivel o mercadeo en red, es un sistema de venta donde las empresas ofrecen sus productos directamente al consumidor, evitando la inclusión de intermediarios que, en un modelo de distribución convencional, aumentan el costo del producto sin proporcionar ningún valor adicional. En las redes de mercadeo, se eliminan los intermediarios como mayoristas, minoristas, distribuidores, comercio y servicios de postventa, lo que permite distribuir el ahorro de estos gastos obligatorios en un sistema tradicional entre sus miembros. (UP! ESENCIA PERU, 2018)

Figura 1: Esquema de redes de mercadeo.

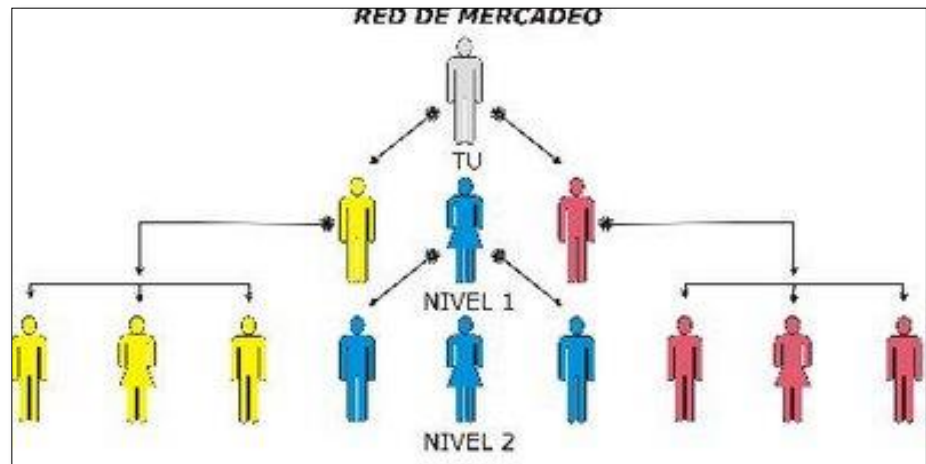


Fuente: venezueladolarizada.blogspot.com

Niveles de las redes de mercadeo:

Los niveles están compuestos primero por una persona quien recomendó a tres personas y cada uno de estos recomendaron a otras tres de esta manera se va formando una pirámide o red de contactos donde se genera ingresos por cada persona incluida en esta pirámide para la cabeza o el primer contacto, va bajando por niveles hasta llegar al últimos donde buscan más personas para recomendar y estos generen ingresos por ellos.

Figura 2: Niveles de las redes de mercadeo.



Fuente: <http://the-network-marketing.blogspot.com>

En estos últimos tiempos aumentan más empresas de redes de mercado en el Perú así mismo en Huancayo, como son: Teoma, Avon, Herbalife, Omnilefe y DXN.

Para fines de este trabajo de investigación se toma solo las empresas Omnilife y DXN, por accesibilidad de contactos a empresarios quienes pertenecen a estas redes de mercadeo.

2.2.7. OMNILIFE

Historia:

Fue fundada por Jorge Vergara en México en el año 1991. Vergara era uno de los distribuidores más exitosos de Herbalife, pero luego de algunas diferencias con Mark Hughes que era dueño de Herbalife, decidió fundar Omnitrition junto a otros 2 distribuidores americanos,

posteriormente se llamó Omnilife. Donde se produce y distribuye productos nutricionales, de belleza y multivitamínicos, y cuenta con más de 3,500 empleados y con 5.5 millones de distribuidores en 19 países de América y Europa. (Quilcate, 2015).

En Perú:

El Grupo Omnilife, presente en el mercado peruano a través de sus marcas Omnilife y Angelíssima, reconoce que aún puede expandirse en Perú. Con el propósito de continuar con su expansión en el país, se encuentra preparando la introducción de nuevas líneas de productos naturales en su catálogo de maquillaje y cuidado de la piel.

Angela Fuentes, la presidenta del Grupo Omnilife, expresó: "Con Angelíssima estamos experimentando un crecimiento anual del 7% en Perú, lo que nos brinda la oportunidad de desarrollar nuevas líneas. Estamos investigando qué productos son más populares entre el público para ofrecer una línea cosmética basada en productos naturales." (GESTIÓN, 2014)

Forma de Trabajo

Esta empresa cuenta con numerosos testimonios de personas que han experimentado mejoras en su bienestar física, económica y mental. Participar en este negocio implica no

tener un jefe, no rendir cuentas a nadie y no requerir una gran inversión inicial. En cambio, se necesita tener el deseo de crecimiento, la determinación de cambiar la vida y alcanzar metas personales.

Al construir una red de colaboradores que puede incluir amigos, familiares, compañeros de trabajo, e incluso personas de la comunidad, quienes comparten el deseo de mejorar su salud y situación económica, se pueden generar ingresos diarios y crear un flujo de ingresos constante y en constante crecimiento. Además, es posible tener distribuidores en su área local y en todo el mundo.

También se ofrece la oportunidad de minorista, al inscribirse y acceder automáticamente a un 20% de descuento, lo que significa que, al recomendar y distribuir el producto a amigos, familiares o vecinos, usted gana ese margen de descuento. Para aquellos que solo desean consumir el producto, esta opción resulta más económica. Además, existe la posibilidad de acumular puntos en una escala del 1 al 4000, y estos puntos son acumulativos de manera indefinida. (NEGOCIOS RENTABLES, s.f.)

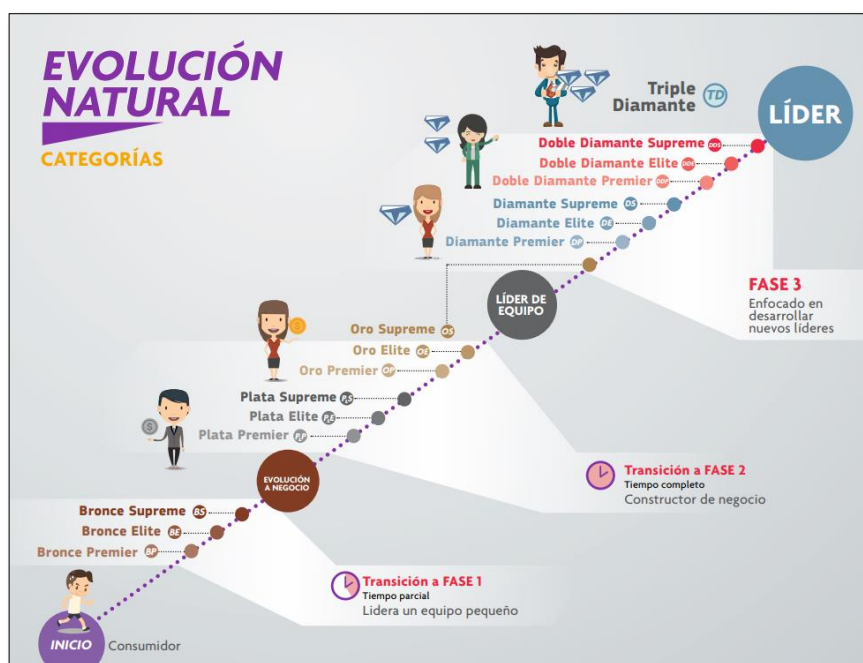
Plan de compensación:

Omnilife utiliza un plan de compensación multinivel, estas según las categorías en que se encuentran tales como veremos en lo siguiente:

Categorías:

según Omnilife de México S.A. (2016), las categorías que existen en OMNILIFE son: Bronce, Plata, Oro, Diamante, Doble diamante y Triple diamanta, cada una sub categorizados como Premier, Elite y Supreme, en lo siguiente podemos ver los requisitos y beneficios de cada categoría.

Figura 3: Categoría de plan de compensación de Omnilife.



<https://estaticos.qdq.com/swdata/files/823/823832075/plan-de-compensacion-Omnilife.pdf>

Bronce

- **Bronce Activo:** Los requisitos son tener un contrato firmado y 300 puntos personales (PP) por mes.
- **Bronce Premier:** Se requiere 300 PP al mes, tener con una línea activa con un Bronce activo o un nivel de pago más alto,

y las ganancias están para el primer nivel 5% más 10% por Reembolso de Inicio y Rápido (RIR) igual a 15% en el cual recibirás durante noventa días.

- **Bronce Elite:** Los requisitos son por mes 500 PP, puntos grupales por mes 1,500 y una línea activa con un Bronce Activo o nivel de pago superior y las ganancias son para el primer nivel 7% más 10% por RIR sería igual a 17% que recibirás durante noventa días.
- **Bronce Supreme:** Se quiere 800 PP por cada mes, 2,000 PG por mes y líneas activas cada una con un Bronce Activo, las ganancias son para el primer nivel 9% más 10% por RIR sería igual a 19% que recibirás durante noventa días y segundo nivel 5%.

Plata

- **Plata Premier:** Los requisitos son, mensualmente realizar 1,200 PP y 4,000 PG, además de cuatro líneas activas, dos líneas con un Bronce Activo o nivel de pago superior cada una y dos con un empresario nivel de pago Bronce Premier o superior cada una. Los beneficios son: primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido en total por defecto es 20% que recibirá durante noventa días y en el segundo nivel 6%.
- **Plata Elite:** Los requisitos son, tener 1,500 PP y 7,000 PG por

mes, además cuatro líneas activas: dos con Nivel de Pago Bronce Premier o superior cada una y dos con un empresario Nivel de Pago Bronce Premier o superior cada una. Las ganancias son: primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) en total un 20% que recibirá durante noventa días, segundo nivel 7% y tercer nivel 2%.

- **Plata Supreme:** Los requisitos son 2,400 PP por mes y 10,000 PG por mes, además de cuatro líneas activas, cada línea con un nivel de pago Bronce Elite o superior. Los beneficios en el primer nivel 10% más 10% por RIR que suma un total 20% que recibirás durante noventa días más quinientos dólares por Bono de Avance, segundo nivel 8%, tercer nivel 4% y 2% por Reembolso Constructor de Equipos RCE.

Oro

- **Oro Premier:** Los requisitos son alcanzar 2,400 puntos personales por cada mes, 10,000 puntos grupales por mes, puntos de línea descendente (PLD) por mes 12,000, cuatro líneas activas dos con Bronce Supreme o Nivel de Pago superior cada una y dos con un empresario Nivel de Pago. Las ganancias son para el primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) que suma un total 20% que recibirá por noventa días más quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel 8%, tercer nivel, 4%, RCE 2%

y la primera generación: 3%.

- **Oro Elite:** Las condiciones son 2,400 PP por mes, 10,000 PG por mes, 34,000 PLD al mes y cuatro líneas activas: dos con un Nivel de Pago Plata Elite o superior cada uno de ellos y dos con un Nivel de Pago Plata Supreme o superior cada una, y las ganancias son para primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) con un total de 20% que recibirás durante noventa días adicionalmente quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel 8%, tercer nivel 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE 2%, la primera generación 3% y la segunda generación: 3%.
- **Oro Supreme:** Es necesario los 2,400 PP por mes, 10,000 PG por mes, 80,000 PLD cada mes, y cuatro líneas activas: dos con un Nivel de Pago Plata supreme o superior cada una y dos con un Nivel de Pago Oro Premier o superior cada una. Las ganancias son primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) en total un 20% que recibirás durante noventa días también quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel 8%, tercer nivel 4%, 2% Reembolso Constructor de Equipos RCE, primera generación 3%, segunda generación 4%, y 3% tercera generación.

Diamante

- **Diamante Premier:** Los requisitos son hacer por mes 2,400

puntos personales, 10,000 puntos grupales al mes, 200,000 puntos de línea descendente (PLD) por mes, cinco líneas activas, tres con un empresario Plata Supreme o Nivel de Pago superior cada una y dos con un empresario Nivel de Pago Oro Elite o superior cada una. Las ganancias son para el primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) que suma un 20% que recibirás durante noventa días, así quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel 8%, tercer nivel 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE 2%, la primera generación 3%, la segunda generación 5%, tercera generación 4%, y la cuarta generación con un 2%.

- **Diamante Elite:** Los requisitos son obtener 2,400 puntos personales al mes, 10,000 puntos grupales al mes 500,000 puntos de línea descendente (PLD) por cada mes y seis líneas activas, cuatro líneas con un Nivel de Pago Plata Supreme o superior cada una y dos líneas con un Nivel de Pago Oro Supreme o superior cada una. Las ganancias son en el primer nivel: 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) sería igual a 20% que recibirás durante noventa días también quinientos dólares por Bono de Avance Superior, el segundo nivel 8%, el tercer nivel 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE 2%, la primera generación 3%, la segunda generación 5%, la tercera generación 5%, la cuarta generación

3%, y por último la quinta generación 2%.

- **Diamante Supreme:** Los requisitos que se necesitan es tener 2,400 puntos personales al mes, 10,000 puntos grupales por cada mes, 1'200,000 puntos de línea descendente (PLD) por mes y seis líneas activas, cuatro líneas con un Nivel de Pago Plata Supreme o superior cada una y dos líneas con un empresario Nivel de Pago Diamante Premier o superior cada una. Las ganancias son en el primer nivel: 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) en total un 20% que recibirás por noventa días adicionalmente quinientos dólares por Bono de Avance Superior, el segundo nivel 8%, el tercer nivel 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE un 2%, la primera generación un 3%, segunda generación un 5%, tercera generación, 5%, cuarta generación un 4%, quinta generación un 3%, y la sexta generación un 2%.

Doble Diamante

- **Doble Diamante Premier:** Los requisitos son hacer 2,400 puntos personales por cada mes, 10,000 puntos grupales al mes, 3'000,000 puntos de línea descendente (PLD), y siete líneas activas, cuatro líneas con un empresario Plata Supreme o Nivel de Pago superior cada una, una línea con un empresario Nivel de Pago Oro Elite o superior cada una y dos líneas con un empresario Nivel de Pago Diamante Elite o superior cada una.

Las ganancias son para el primer nivel 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) con un total de 20% que recibirás por noventa días también quinientos dólares por Bono de Avance Superior, en el segundo nivel un 8%, tercer nivel un 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE un 2%, primera generación un 3%, segunda generación un 5%, tercera generación un 5%, cuarta generación un 5%, quinta generación un 4%, y la sexta generación un 3%.

- **Doble Diamante Elite:** Los requisitos son, tener 2,400 puntos personales por mes, 10,000 puntos grupales por mes, 8'000,000 puntos de línea descendente (PLD) por mes y adicional ocho líneas activas, cuatro líneas con un Plata Supreme o Nivel de Pago superior cada una, dos líneas con un Nivel de Pago Oro Supreme o superior cada una y dos con un empresario nivel de pago Diamante Supreme o superior cada una. Las ganancias son, el primer nivel: 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) en total es un 20% que recibirás durante noventa días también quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel un 8%, tercer nivel un 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE un 2%, primera generación un 3%, segunda generación un 5%, tercera generación un 5%, cuarta generación un 5%, quinta generación 5%, sexta generación 4%, la primera generación de Diamantes Premier

un 0.5%.

- **Doble Diamante Supreme:** Los requisitos son los siguientes hacer 2,400 puntos personales por mes, 10,000 puntos grupales por mes, 20'000,000 puntos de línea descendente (PLD) por mes, y nueve líneas activas, cuatro con un empresario Plata Supreme o Nivel de Pago superior cada una, tres con un empresario Nivel de Pago Oro Supreme o superior cada una y dos con un empresario Nivel de Pago Doble Diamante Premier o superior cada una. Las ganancias son para el primer nivel: 10% mas 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) un total de 20% que recibirás durante noventa días más quinientos dólares por Bono de Avance Superior, el segundo nivel un 8%, tercer nivel: 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE 2%, la primera generación 3%, segunda generación 5%, tercera generación 5%, cuarta generación 5%, quinta generación 5%, sexta generación 5%, primera generación de Diamantes Premier 1% y la segunda generación de Diamantes Premier un 0.5%.

Triple Diamante

Los requisitos son deben tener 2,400 puntos personales (PP) por cada mes, 10,000 puntos grupales por cada mes, 50'000,000 puntos de línea descendente (PLD) por cada mes, y diez líneas activas de los cuales cuatro con un empresario Plata Supreme o Nivel de Pago

superior cada una, cuatro con un empresario Nivel de Pago Diamante Premier o superior cada una y dos con un empresario Nivel de Pago Doble Diamante Elite o superior cada una. Las ganancias son para el primer nivel: 10% más 10% por Reembolso de Inicio Rápido (RIR) un total de 20% que recibirás durante noventa días más quinientos dólares por Bono de Avance Superior, segundo nivel 8%, tercer nivel 4%, Reembolso Constructor de Equipos RCE 2%, primera generación 3%, segunda generación 5%, tercera generación 5%, cuarta generación 5%, quinta generación 5%, sexta generación 5%, primera generación de Diamantes Premier 1%, segunda generación de Diamantes Premier: 1%, y tercera generación de Diamantes Premier 1%.

Además de este esquema de compensación mencionado, es posible generar ingresos a través del proceso conocido como "menudeo", que implica la venta de los productos de Omnilife a precios de catálogo con descuentos proporcionados por la empresa en función de los puntos que se acumulan. En este contexto:

Se Considera como la obtención de “beneficios económicos”, esto permite a los distribuidores independiente no exclusivos comprar los productos directamente a OMNILIFE con descuentos correspondientes y luego revenderlos al consumidor final, precio de venta al público sin descuentos; de esta manera,

obtiene un beneficio económico de manera inmediata. (CREO Omnilife, 2019)

Los descuentos que se ofrecen a los afiliados de Omnilife de acuerdo a los puntos personales acumulados mensualmente, y se detalla en el siguiente cuadro proporcionada por (Omnilife de México S.A., 2017) los cuales determinan el porcentaje de descuento aplicado.

La escala fija de descuento es de la siguiente manera:

- 1er descuento 20% si obtienes 0 a 499 Puntos personales (PP).
- 2do descuento 25 % si obtienes 500 a 999 (PP).
- 3er descuento 30% si obtienes 1000 a 1999 (PP).
- 4to descuento, 35 % si obtienes 2000 a en adelante PP.

Los descuentos del 25% al 35% se otorgan a medida que se completan los puntos personales requeridos en la escala fija de descuentos, a excepción de 40% para los que el descuento será otorgado en el siguiente pedido inmediato después de haber cumplido con la puntuación de 4,000. Completar 4,000 Puntos Personales en periodo que no exceda de 2 periodos mensuales consecutivos. En cada periodo mensual sólo se tomarán en consideración múltiplos de mil.

Productos:

Según Omniproductos (2018), “La Compañía es líder en su rama desarrolla, produce y distribuye suplementos alimenticios y productos

de línea de belleza. Aquí algunas recomendaciones nutricionales, tips, con Información nutricional y beneficios para una alimentación saludable.”

Lista de algunos productos OMNILIFE:

- **Magnus Omnilife:** Es un suplemento alimenticio bajo en calorías que contiene vitaminas del complejo B, cafeína, glicina y taurina, los cuales favorecen la producción de energía. Se trata de un excelente energizante que incrementa el rendimiento corporal durante la actividad diaria.
- **Omnipus Omnilife:** Este producto se considera el líder en salud y es un concentrado delicioso elaborado a base de frutas y hierbas, rico en vitaminas y minerales que fortalecen las defensas del cuerpo. Omnipus de Omnilife ha sido fabricado con tecnología avanzada por científicos.
- **Power Maker Omnilife:** Es un complemento alimenticio en polvo que está listo para ser preparado. Se recomienda su consumo a personas que deseen aumentar la cantidad de proteína en su dieta y fortalecer sus músculos.
- **Optimus Omnilife:** Este complemento alimenticio está diseñado específicamente para nutrir el cerebro y

apoyar el aprendizaje y el sistema nervioso en general.

El nuevo Optimus Supreme mantiene las mismas propiedades y beneficios, pero con un sabor a lima-limón. Contiene colina, glicina, vitaminas del complejo B y taurina, lo que favorece la concentración.

- **Dolce Vita Omnilife:** También conocido como Sweet Success en otros países, Dolce Vita Supreme es un suplemento alimenticio con sabor a toronja que proporciona ingredientes naturales y una alta cantidad de fibra dietética. Esto contribuye a la pérdida de peso y ayuda a regular y controlar el metabolismo del azúcar en la sangre, promoviendo una dieta equilibrada que favorece la reducción de peso.
- **Fibern plus Omnilife:** Este suplemento con sabor a melocotón contiene cantidades significativas de fibra, minerales y vitaminas. Ayuda en la limpieza y protección del sistema digestivo. Fibern Plus Supreme, junto con Aloe Beta Supreme, aporta importantes beneficios para el tránsito intestinal, combatiendo el estreñimiento y la colitis.

Estos son algunos de los productos que Omnilife ofrece en su catálogo completo, que se puede consultar en el Anexo N° 8 de este trabajo de investigación.

2.2.8. DXN

Historia:

DXN tuvo su origen en 1993 en STAR KEDAH, un Estado Norte de MALAYSIA País de Malaysia, siendo fundada bajo el liderazgo de CEO. Dato' Dr. Lim Siow Jin. Con el concepto "DE UN DRAGON".

En la actualidad, se encuentra establecida en más de 180 países: abarcando diversas regiones, como Asia, América (incluyendo EE. UU., Canadá, entre otros), y Sudamérica (como Perú, Colombia, Chile, Brasil, Argentina, Bolivia, Ecuador, Paraguay, y más), Empezó como cultivador especializado del Hongo Ganoderma Lucidum, Incursionando en la investigación científica de la especie realizó una serie de estudios científicos sobre el Ganoderma por más de 10 años Dato' Dr. Lim Siow Jin.

Desde una edad temprana, demostró un fuerte interés por los hongos y su influencia en la salud, después de su Graduación del Mundialmente conocido Instituto de Tecnología de la India. El empezó sus estudios en Asia y el extranjero sobre Lingzhi y su relación con el cuerpo humano.

En el año 1997 Dato' Dr. Lim fue concedido Doctor de Medicinas Holísticas por el Concejo de las Medicinas Alternativas de India. (Villegas E., 2014)

Según DXN2ULATAM (s.f.), “inició operaciones en el Perú, oficialmente, el 18 de enero del 2010 como DXN International Perú S.A.C.”

El plan de compensación de DXN

- **Ganancia al Menudeo (15% - 25%):** La venta de productos al Público es considerada como ganancia directa, es la diferencia entre el precio del distribuidor y el precio al por menor es la ganancia minorista, como se puede observar en el Anexo N° 8.
- **Bono Grupal (6% - 21%):** Para obtener este bono grupal, es necesario mantener 30 PV por mes.
- **Bono de Estrella Grupal (25% - 37%):** Para obtener este bono estrella grupal, es necesario un total de 100 PGPV (30 PV Personal y 70 PV Grupal)
- **Bono de Desarrollo (15%):** Para obtener el Bono de Desarrollo usted debe ser Agente Estrella (SA) y mantener 100 PPV (QSA).
- **Ganancia Compartida Internacional (2%):** Para tener derecho a esta Ganancia Compartida Internacional (IPS) usted deberá ser Estrella Diamante Calificada (QSD).
- **Bono de Dirigentes (15%):** Para tener derecho a este bono de Dirigentes, usted deberá ser Estrella Diamante Calificado (QSD).
- **Incentivo de Viaje de Formación (2%):** El Incentivo de Viaje de Formación (TSI) deberá ser usado por calificado para viajar a los

seminarios organizados por la Compañía únicamente. No es intercambiable por efectivo y tampoco será transferible. Un calificado podrá reclamar hasta un máximo de (2) participaciones en caso de calificar por 2 personas si estuviera casado.

- **Incentivo de Teléfono Celular (Una Sola Vez):** Cuando usted tiene 3 líneas inmediatas que hayan alcanzado el rango de SA y acumulen 2,400 GPV, usted tendrá derecho a recibir este Incentivo de Teléfono Celular en Efectivo. Aplica únicamente para líneas directas patrocinadas personalmente.
- **Incentivo de Viaje Al Extranjero (Una Sola Vez):** Cuando usted tiene 3 líneas inmediatas que hayan alcanzado el rango de SA y acumulen 2,400 GPV, usted tendrá derecho a recibir este Incentivo de Teléfono Celular en Efectivo. Aplica únicamente para líneas directas patrocinadas personalmente.
- **Plan IOC:** Es el plan más agresivo en esta industria, que te permite ganar dinero invirtiendo una sola vez para toda la vida.

Rangos:

1. **Distribuidor:** Costo de Membresía, ser mayor de edad y tener un patrocinador.
2. **Agente Estrella (SA):** La condición es Tener acumulado un total de 1800 PV.
3. **Estrella Rubí (SR):** La condición es patrocinar 3 agentes estrellas (SA) de 1er nivel.

- 4. Estrella Diamante (SD):** Patrocinar 6 agentes estrellas (SA) de primer nivel y calificar al 37%.
- 5. Estrella Diamante ejecutivo (ESD):** Estrella Diamante que Patrocina 1 Estrella Diamante.
- 6. Estrella Diamante Superior Ejecutivo (ESSD):** Estrella Diamante que Patrocina 3 Estrella Diamante.
- 7. Doble Diamante (DD):** Estrella Diamante que Patrocina 4 Estrella Diamante.
- 8. Doble Diamante Ejecutivo (EDD):** Estrella Diamante que Patrocina 5 Estrella Diamante.
- 9. Triple Diamante (TD):** Estrella Diamante que Patrocina 6 Estrella Diamante.
- 10. Triple Diamante Ejecutivo (ETD):** Estrella Diamante que Patrocina 7 Estrella Diamante.
- 11. Diamante Oro (GD):** Estrella Diamante que Patrocina 8 Estrella Diamante.
- 12. Diamante Oro Ejecutivo (EGD):** Estrella Diamante que Patrocina 9 Estrella Diamante.
- 13. Diamante Corona (CD):** Estrella Diamante que Patrocina 10 Estrella Diamante.

- 14. Diamante Corona Ejecutivo (ECD):** Estrella Diamante que Patrocina 11 Estrella Diamante.
- 15. Diamante Corona Superior (SCD):** Estrella Diamante que Patrocina 12 Estrella Diamante.
- 16. Diamante CORONA Superior Ejecutivo (ESCD):** Estrella Diamante que Patrocina 13 Estrella Diamante.
- 17. Doble Diamante Corona (DCD):** Estrella Diamante que Patrocina 14 Estrella Diamante.
- 18. Doble Diamante Corona Ejecutivo (EDCD):** Estrella Diamante que Patrocina 15 Estrella Diamante.
- 19. Triple Diamante Corona (TCD):** Estrella Diamante que Patrocina 16 Estrella Diamante.
- 20. Triple Diamante Corona Ejecutivo (ETCD):** Estrella Diamante que Patrocina 17 Estrella Diamante.
- 21. Diamante Corona Oro (GCD):** Estrella Diamante que Patrocina 18 Estrella Diamante.
- 22. Diamante Corona Oro Ejecutivo (EGCD):** Estrella Diamante que Patrocina 19 Estrella Diamante.
- 23. Embajador Corona (CA):** Estrella Diamante que Patrocina 20 Estrella Diamante.

La línea de productos DXN

DXN se especializa principalmente en la venta de una gama de suplementos alimenticios que se fundamentan en gran medida en los principios y componentes de la medicina natural china, tal como se detalla en el informe de Villegas (2014):

- **Lingzhi Coffee 3 en 1:** Fortalecer las defensas del sistema inmunológico, promueve la oxigenación corporal y reduce la fatiga.
- **Lingzhi Black Coffee:** Ayuda a desintoxicar el organismo y a eliminar las toxinas, Promueve el buen funcionamiento del sistema cardiovascular.
- **Zhi Mocha:** Aumenta la inmunidad del organismo, regenera, equilibra y rejuvenece.
- **Cocozi:** Ayuda al desarrollo y crecimiento de los niños y a la oxigenación cerebral.
- **Vita Café:** Reduce la grasa corporal, Controla los síntomas de la menopausia y andropausia.
- **Spirulina:** Es bueno para la vista, son ricas en proteínas de gran calidad, en vitaminas B12 y disminuye la ansiedad.
- **Shampoo Ganozhi:** Reduce la caspa y grasa del cuero cabelludo, nutre y fortalece el cabello.

- **Pasta dental:** Remueve la placa bacteriana, evita el desgaste de los dientes y fortalece las encías.
- **Jabón Ganozhi:** Equilibra el PH, revitaliza la piel dejándola saludable y joven.
- **DXN Expreso Kettle:** Posee un proceso extracción rápido para extraer la esencia de varios ingredientes en solos 5 a 15 minutos, voltaje: 220 V – 240 V; 50 Hz / 60 Hz y con Capacidad de 400 ml.
- **DXN Energy Plus Water System:** Sistema de agua que emplea 6 cartuchos, para la eliminación de aguas indeseables, bacterias, Propiedades alcalinas y antioxidantes.

Lo mencionado anteriormente se refiere únicamente a los suplementos alimenticios que DNX vende. La empresa ofrece igualmente una diversa selección de artículos que incluyen alimentos y bebidas, productos para el hogar, artículos de cuidado personal y soluciones para el tratamiento del agua.

Requisitos para cobrar tu bono DXN:

1. Contar con un Registro Único de Contribuyentes (RUC) de empresa en activo y con situación habido.
2. Poseer una cuenta de ahorros en el Banco de Crédito.
3. Abrir una cuenta de detracciones en el Banco de la Nación.
4. Emitir tus facturas para DXN en las fechas designadas.

2.3. Marco Conceptual

- Impuesto General a las Ventas

La prestación de servicios y venta de bienes están gravados a este impuesto, este impuesto se paga mensualmente dependiendo de la diferencia entre ventas y compra en el mes, si la suma de la venta es mayor a la compra entonces; saldrá un impuesto a pagar, pero si la venta es menor que la compra la diferencia se denomina como crédito fiscal que es usado al siguiente mes como saldo a favor para el contribuyente.

- Evasión

Es la acción o acciones que tiene como objetivo no pagar o reducir el pago de impuestos al estado, estas acciones suelen ser ilegales.

- Tributos

Los tributos son el aporte obligatorio que los contribuyentes hacen al Estado para los gastos de públicos, construcciones de carreteras, colegios, hospitales, etc. Todo esto se desarrolla para el beneficio de toda la sociedad.

- Sistemas de Emisión de Comprobantes de Pago Electrónicos

Es el medio a través del cual se puede emitir comprobantes de pago electrónico, Podemos emitir los comprobantes de pagos electrónicos a través de los dos sistemas de emisión de comprobantes de pago electrónico existentes; el sistema de emisión de comprobantes de pago electrónicos a través del portal de la SUNAT que se usa de manera gratuita y el sistema desarrollado por los proveedores de sistemas de emisión de comprobantes electrónicos en comparación con el portal de la SUNAT tiene un costo por el uso del sistema.

- **Facturas Electrónicas SEE SOL**

Es uno de los tipos de comprobantes de pago electrónicos que se emiten a las personas naturales y/o jurídicas propietarias de un RUC, se emite desde la página web de SUNAT o en la aplicación SUNAT ingresando al SUNAT OPERACIONES EN LÍNEA – SOL, para llevar a cabo esta operación es necesario contar con el número de RUC, el código de usuario y la contraseña llamados como CLAVE SOL. Se describe como una factura del portal porque se emite desde el sitio SUNAT, que es gratuito.

- **SUNAT operaciones en línea**

Se puede encontrar en la página web de la SUNAT cada contribuyente puede ingresar con su RUC, Usuario y Clave para realizar operaciones según su necesidad, esta plataforma es de mucha utilidad para todos los contribuyentes, ya que se puede realizar operaciones importantes de manera segura, fácil e inmediata, operaciones tales como emisión de comprobantes de pago electrónicos, modificación de la ficha RUC, la presentación de declaraciones juradas y los pagos mensuales, asimismo es un medio donde la SUNAT nos hace llegar notificaciones, resoluciones, cartas y entre otros, aparte de ello se podemos realizar algunos trámites, y como estos mucho más; por ello es una medio de relación entre contribuyente y SUNAT.

- **Obligados a Emitir Comprobantes Electrónicos**

Los contribuyentes que tienen la obligación de emitir comprobantes de pago electrónicos ya sean personas naturales y/o jurídicas, son designados de acuerdo con la resolución de superintendencia emitida por la SUNAT.

- **Tipos de Comprobantes de Pagos Electrónicos**

En nuestro país los contribuyentes tienen la facultad de emitir distintos comprobantes de pago electrónicos, se limita según el régimen en el que se encuentran, los cuales tienen diferentes funciones; estos son algunos de los comprobantes comunes y los más utilizados son: Boleta de Venta Electrónica, Factura Electrónica, Guía de Remisión Electrónica, Comprobante de Retención Electrónico, Comprobante de Percepción Electrónico, Recibo Electrónico por Servicios Públicos, Nota de Débito Electrónica y Nota de Crédito Electrónica.

- **Adquiriente o Usuario Electrónico**

Es el cliente o consumidor a quien se le otorga un comprobante de pago electrónico por la compra de un bien o consumo de servicios.

- **Emisor Electrónico**

Es el contribuyente quien está obligado o por voluntad propia, emitir comprobantes de pago utilizando un sistema de emisión electrónica, ya sea a través del sistema de la SUNAT o de un sistema propio autorizado por SUNAT.

- **Redes de Mercadeo**

Las redes de mercadeo es la venta directa de la fábrica al consumidor final, sin intermediarios, esta estrategia deja mucho dinero libre, dinero que este tipo de fábricas utilizan para hacer mejores productos y el resto del dinero va a los clientes finales a través de un sistema llamado plan de compensación.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la omisión de Comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

3.2. Hipótesis Específicos

- a) Existe una relación significativa entre la omisión de Factura electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo – 2018
- b) Existe una relación significativa entre la omisión de Boleta de venta electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

3.3. Variables (definiciones conceptuales y operacional)

3.3.1. Variables

- a) Variable independiente:

Omisión de Comprobante de pagos electrónicos (X)

- b) Variable dependiente:

Evasión del Impuesto General a las Ventas (Y)

3.3.2. Operacionalización de Variables

Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables.

variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
V1 Omisión de Comprobantes de Pago Electrónico	Según el Diccionario de la lengua española (2016) la omisión es “infracción penal cometida por haber dejado voluntariamente de hacer algunacosa que la ley manda realizar.” Según la SUNAT (2018) el comprobante de pago electrónico “se refiere a cualquier documento regulado por la SUNAT que certifica la entrega de bienes, el uso de bienes o la prestación de servicios. Para su generación, se utiliza una herramienta informática autorizada por la SUNAT.”	En la actualidad la SUNAT opta por obligar a los contribuyentes a emitir comprobantes de pago electrónicos entre los más comunes tenemos: facturas electrónica y boletas de venta electrónica, es donde existe una forma de omisión con respecto la emisión de estas (SUNAT, 2018.).	D1.	Desconocimiento para emitir factura electrónica.	1,2,3	Ordinal
			Omisión de Factura electrónica	Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar factura electrónica al cliente o consumidor.	4	
				Deseo de generar mayores ingresos.	5,6	
				Falta de ética en el pago del impuesto.	7,8	
			D.2	Desconocimiento para emitir Boletas de venta electrónica.	9,10,11	
	Omisión de Boletas de venta electrónica	Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar Boletas de venta electrónica al cliente o consumidor.	12			

				Deseo de generar mayores ingresos.	13,14		
				Falta de ética en el pago del impuesto.	15,16		
V2	La evasión tributaria ocurre cuando un individuo incumple la ley, al deja de pagar total o parcialmente de un impuesto que le corresponde, este incumplimiento afecta negativamente las Finanzas Públicas y otorga al contribuyente beneficio indebidos. Entre las causas de la evasión se incluye, tasas impositivas elevadas, falta de liquidez en las empresas, la resistencia al pago de impuestos y la desconfianza en las autoridades responsables de su administración. (Ávila, 2018)	D1.	La evasión del impuesto general a las ventas es infringir la ley, al dejar de pagar el total o parcial del IGV, este incumplimiento afecta la a los recursos del país, algunas de las causas son la alta tasa impositiva, la presión tributaria, la falta de liquidez en la empresa, la falta de conocimiento de los beneficios tributarios, la resistencia al pago del impuesto y la desconfianza en las autoridades de su	Evasión del impuesto general a las ventas	Tasa del Impuesto general a las ventas	17	
					Presión tributaria	18	
					Liquidez	19,20	
					Beneficios tributarios	21,22	Ordinal
					Resistencia al pago del impuesto	23	
					Desconfianza en las autoridades de su administración	24, 25	
					Según Collosa (2019) “algunas de las causas de la evasión tributaria son, la presión tributaria, falta de simplicidad y precisión de la legislación tributaria y regímenes promocionales”		

EL Impuesto General a las Ventas (IGV) es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está destinado para el usuario o consumidor final, donde se encuentra en el precio de compra de los productos que adquieren estos (SUNAT 2018).

administración. (Ávila, 2018)

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Método de Investigación

Se considera en forma general el Método Científico, tomando lo que señala Raffino (2019). “El método científico es un proceso que tiene como objetivo el establecimiento de relaciones entre hechos, para enunciar leyes que fundamenten el funcionamiento del mundo.”

El método científico ayuda a probar una hipótesis para que sean verdades sin inclinación a nada, por ello esta investigación es una investigación científica que usó el método científico para afirmar o negar la hipótesis según el proceso.

En la parte específica se utiliza el método descriptivo sobre lo cual nos menciona:

El enfoque cuantitativo usa la recopilación de datos y el análisis de datos para responder preguntas de investigación y probar hipótesis previamente formuladas, del mismo modo confía en la medición de variables e instrumentos de investigación, utilizando estadísticas descriptivas e inferenciales, en el tratamiento estadístico y las pruebas de hipótesis; la formulación de hipótesis estadísticas, el diseño formalizado de los tipos de investigación; el muestro, etc. (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2018, p. 140)

4.2. Tipo de la Investigación

La presente investigación se trabajó con el tipo de investigación Aplicada, según Tam, Vera & Oliveros (2008), definen:

Tiene como objetivo crear nueva tecnología a partir de los conocimientos adquiridos a través de la investigación estratégica para determinar si éstos pueden ser útilmente aplicados con o sin mayor refinanciamiento para los propósitos definidos. La información obtenida a través de este tipo de investigación debería ser también aplicable en cualquier lugar y por lo tanto ofrece oportunidades significativas para su difusión (pag.147).

4.3. Nivel de Investigación

De acuerdo al planteamiento del problema, corresponde el nivel Correlacional.

El nivel de investigación Correlacional:

Tiene como objetivo establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracteriza porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación (Marroquín, 2012).

Por ello esta investigación es correlacional por que busca determinar la relación que existe entre la omisión de comprobantes de pago y la evasión del impuesto general a las ventas.

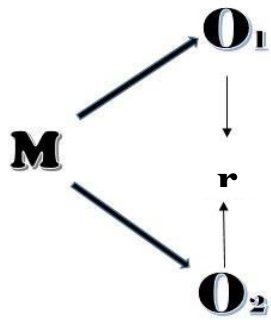
4.4. Diseño de la Investigación

Continúa señalando Marroquín (2012). “El diseño de una investigación es la estrategia o plan utilizado para responder el problema de investigación; asimismo se

le considera como la base del desarrollo y prueba de hipótesis de una investigación específica.”

Por lo tanto, el diseño que se utiliza es el Descriptivo-Correlacional, no probabilístico

ESQUEMA:



Dónde:

M= Muestra

O1= Omisión de Comprobante de Pago Electrónicos

O2= Evasión del Impuesto General a las Ventas

r= Relación de variables

4.5. Población y Muestra

4.5.1. Población

Según Zita (2018). “Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o estudios. Muestra es una parte o subconjunto

de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio.”

La población de este estudio estará conformada por 110 que forman parte de las redes de mercadeo de Omnilife y DXN en la ciudad de Huancayo.

Tabla 2: *Relación de empresarios de Omnilife y DXN.***RELACIÓN DE EMPRESARIOS DE REDES DE MERCADEO****OMNILIFE Y DXN**

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	RUC	EMPRESA
1	ADELA ADELIA HUAMAN QUINTANA	10199103569	OMNILIFE
2	ANGEL QUISPE JANANPA	10710296494	OMNILIFE
3	ARONE SANES PORFIRIO	10288517881	OMNILIFE
4	AUREA MONTERO CAUSILLAS	10236426551	OMNILIFE
5	CARMELA VELARDE DE MIRANDA	10200024180	OMNILIFE
6	CERAFINA MENDOZA QUISPE	10198569696	OMNILIFE
7	CIRILA MOSCOSO MUÑOZ DE QUISPE	10313524162	OMNILIFE
8	CIRO GAUDENCIO LOPEZ CARRIÓN	10198826192	OMNILIFE
9	DORIS MERCEDES VILLAR VILCA	10402460003	OMNILIFE
10	EDELVES SAYEL BASILIO CELIS	10404219176	OMNILIFE
11	EUTEMIA ARONE SANES	10288549988	OMNILIFE
12	EVELYN JANETH JULCA PASCUAL	10433421219	OMNILIFE
13	EVELYN YESICA BIANCHI PONCE	10403504675	OMNILIFE
14	EVER GILVONIO SOTO	10468439005	OMNILIFE
15	FILOMENA OLINDA POMA PÉREZ	10198872721	OMNILIFE
16	FORTUNATO QUISPE BUENDÍA	10712222935	OMNILIFE
17	HERMELINDA GARCÍA CONDOR	10425410372	OMNILIFE
18	JEAN PIERE FERNANDEZ VALDEZ	10773813227	OMNILIFE
19	JESSICA DEL PILAR CORREA ARENAS	10447512632	OMNILIFE
20	JESSICA MARIBEL CARHUAMACA LIMAYMANTA	10422377030	OMNILIFE
21	JIMENA VASQUEZ POMA	10700389222	OMNILIFE
22	JOSÍAS RAYMUNDO BALVÍN	10201210271	OMNILIFE
23	JUANA YAULILAHUA CHOCCE	10767902099	OMNILIFE
24	KELY YAQUELIN JOSEC HUANCA	10755619634	OMNILIFE
25	LEANDRO LUIS LARA LOPEZ	10206593429	OMNILIFE
26	LEONOR ZARABIA CONDORI	10198383860	OMNILIFE
27	LILI CANCHURICRA HUAMAN	10425107203	OMNILIFE
28	LUIS MARCELO VILLALOBOS DIAZ	10429636961	OMNILIFE
29	LUISA BALBÍN PEREZ	10205264006	OMNILIFE

30	LUZ MARINA CUCHULA LIMA	10422923204	OMNILIFE
31	MARCELINA PASCUAL REMIGIO	10212577516	OMNILIFE
32	MARÍA EUGENIA HARO SANCHEZ	10416842103	OMNILIFE
33	MARÍA FRANCISCA SIMON PAUCAR	10200875643	OMNILIFE
34	MARY CORTIJO ROJAS	10803501403	OMNILIFE
35	MÁXIMO CURI CONTRERAS	10440947901	OMNILIFE
36	MERCEDES CASTILLO MONTALVAN	10198912081	OMNILIFE
37	MERY LUZ CORDOVA ZUÑIGA	10402272797	OMNILIFE
38	MILAGROS INGA BONIFACIO	10452371681	OMNILIFE
39	MILAGROS POMA CUNYAS	10424055161	OMNILIFE
40	MIRIAM MABEL GRANDA ARIAS	10161348801	OMNILIFE
41	PALERMO RAYMUNDO HUARIPATA	10205266386	OMNILIFE
42	PEDRO ALFONSO CERRON BALBÍN	10405492674	OMNILIFE
43	RAQUEL ELIZABETH ROMANÍ CERRÓN	10450221096	OMNILIFE
44	ROCIA YAULILAHUA CHOCCE	10479197798	OMNILIFE
45	ROLINDA RAYMUNDO BALVÍN	10445878486	OMNILIFE
46	SADRA ANGULO CARHUAMACA	10471241917	OMNILIFE
47	SANTA ROSA AMANCAY SANTOS	10200994138	OMNILIFE
48	TIMOTEA CELENIA GASPAS ESCOBAR	10410000925	OMNILIFE
49	TIMOTEO CAPCHA ROJAS	10436315991	OMNILIFE
50	VILMA ADA UNTIVEROS OLIVERA	10198817703	OMNILIFE
51	WALTER YALLICO RAMOS	10452699562	OMNILIFE
52	YESSSENIA SANTIAGO MALLQUI Y	10736161589	OMNILIFE
53	ZENAIDA CERRÓN SALOME	10200376451	OMNILIFE
54	ADELA ESCOBAR MERINO	10200790923	DXN
55	ALICIA GARCÍA CONDOR	10405491171	DXN
56	ANGEL VALENTIN PERALTA CANALES	10420705285	DXN
57	BEATRIS CONDORI CCENTE	10199375852	DXN
58	BENEDICTA ATEQUIPA MEZA DE YARASCA	10198746571	DXN
59	CANDY LAVADO DIAZ	10461328739	DXN
60	CELIA ORE ATAUQUI	10100573798	DXN
61	CHABELA SANABRIA CABRERA	10200804746	DXN
62	CLAUDIA MELISSA TOMAS ROCA	10769595983	DXN

63	DEYLA CUBA ZAMUDIO DE MORALES	10200830399	DXN
64	ELIAS ROJAS YARANGA	10471610696	DXN
65	ERLINDA HUAYRA CHAVEZ	10406259477	DXN
66	ERNESTINA SINCHE VILLAVERDE	10800116339	DXN
67	FLOR DE MARÍA MORENO AYLLON	10441279324	DXN
68	FLOR YESICA MERGE SARMIENTO	10464801583	DXN
69	GENRRY LUIS PINTO VELASQUEZ	10416956010	DXN
70	GIOVANNA ELIZABETH NUÑEZ QUILCA	10417297788	DXN
71	GLADYS SARMIENTO CRISTOBAL	10418382363	DXN
72	GLORIA TORRES ANAYA	10200686832	DXN
73	JAVIER SOTO GABRIEL	10800504487	DXN
74	JENNY MIRIAM NEYRA MUÑOZ	10402319301	DXN
75	JORGE LUIS DOLORIER DOLORIER	10200416487	DXN
76	JUANA DOMINGA MUÑOZ HUATARUNGO	10198844212	DXN
77	LIDIA SANTIVAÑEZ SANCHEZ	10199997071	DXN
78	LILIANA KATY PIÑAS TACZA	10464820545	DXN
79	LIV ALIDA MATA GARCÍA	10452422528	DXN
80	LUZ CLARA HUAMAN ROJAS	10714320071	DXN
81	LUZ ELVIRA SARMIENTO CRISTOBAL	10401352151	DXN
82	MARCEL JORGE QUISPE YAURICASA	10701765597	DXN
83	MARIA DEL PILAR QUISPE SINCHE	10206584110	DXN
84	MARIA ELENA SUAZO BAUTISTA	10200320714	DXN
85	MARINO HUAMAN HURTADO	10226526779	DXN
86	MAURO EUTEMIO RAMON INOCENTE	10198132131	DXN
87	MERCEDES ANA PALOMINO LAUREANO	10081353544	DXN
88	MERY MERINA VILLAZANA PASCUAL	10200589853	DXN
89	MIGUEL VILLANUEVA CAHUANA	10236926147	DXN
90	MIRIAM MERY CAHUANA REYNOSO	10436669254	DXN
91	MÓNICA CRISTOBAL MORALES	10200295507	DXN
92	NANCY NORA SALVADOR PAUCAR	10107006643	DXN
93	NELIDA TEODOCIA LLANOS CANCHERO	10704969851	DXN
94	NELSON TOBIAS SARMIENTO CRISTOBAL	10431883410	DXN
95	NESTOR DE LA CRUZ CASAVILCA	10443570654	DXN

96	NILO ARMANDO BONIFACIO PÉREZ	10199442461	DXN
97	NORMA HUANCA QUISPE	10413984608	DXN
98	ROGER CHUQUIHUANGA NUÑEZ	10702532715	DXN
99	RONY ROMERO POMAYLLE	10753822629	DXN
100	RUTH MARINA MATA GARCÍA	10480894681	DXN
101	SADHAM JOSE MOISES ROQUE LAUREANO	10750261553	DXN
102	SILVIA YANETT RAMOS PULIDO	10450675381	DXN
103	SILVINA LINA MEDINA MORALES	10200678015	DXN
104	SONIA CCAHUIN MENDOZA	10440954729	DXN
105	VALERIANO PAUCAR CCENTE	10198958617	DXN
106	VICKY JENNY CCANTO TORRES	10453525746	DXN
107	ANTONIO CUCHULA CAMAC	10200925756	DXN
108	YOLA ALICIAZUASNABAR HUAMAN	10800149920	DXN
109	YONY VILLANUEVA SIERRA	10476119770	DXN
110	ZULEMA JANET ESTRELLA VARGAS	10403357915	DXN

Fuente: información según SUNAT

4.5.2. Muestra

La selección de la muestra se determina de acuerdo con la fórmula que calcula el tamaño de la muestra cuando se cuenta con información sobre el tamaño de la población:

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

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

p/q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno (50/50).

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor 1,96

e = Margen de error permitido (determinado por el investigador, en un 5%).

Calculando obtenemos lo siguiente:

$$\frac{110 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.05^2 \times (110 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50} = 85.69$$

Redondeando la muestra fue de 86 empresarios quienes con parte a las redes de mercadeo Omnilife y DXN de Huancayo en el año 2018, a los cuales se ha aplicado el cuestionario para contrastar la hipótesis planteada.

Tipo de muestreo

No probabilístico

Criterios de inclusión:

- Deben estar involucrados con DXN u Omnilife.
- Deben tener la condición de "Activo" según SUNAT.
- Deben estar bajo el régimen Especial, MYPE tributario o General.
- Deben residir o laborar en la ciudad de Huancayo.
- Deben mostrar disposición para colaborar y participar en el trabajo de investigación.

Criterios de exclusión:

- Los que se encuentren en estado "suspendido" o hayan sido dados de baja.

- Aquellos que estén bajo el régimen del Nuevo Rus.

Tabla 3: *Relación de la muestra.*

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	RUC	
1	ADELA ADELIA HUAMAN QUINTANA	10199103569	OMNILIFE
2	ANGEL QUISPE JANANPA	10710296494	OMNILIFE
3	ARONE SANES PORFIRIO	10288517881	OMNILIFE
4	AUREA MONTERO CAUSILLAS	10236426551	OMNILIFE
5	CARMELA VELARDE DE MIRANDA	10200024180	OMNILIFE
6	CERAFINA MENDOZA QUISPE	10198569696	OMNILIFE
7	CIRILA MOSCOSO MUÑOZ DE QUISPE	10313524162	OMNILIFE
8	DORIS MERCEDES VILLAR VILCA	10402460003	OMNILIFE
9	EDELVES SAYEL BASILIO CELIS	10404219176	OMNILIFE
10	EUTEMIA ARONE SANES	10288549988	OMNILIFE
11	EVELYN YESICA BIANCHI PONCE	10403504675	OMNILIFE
12	FILOMENA OLINDA POMA PÉREZ	10198872721	OMNILIFE
13	FORTUNATO QUISPE BUENDÍA	10712222935	OMNILIFE
14	JEAN PIERE FERNANDEZ VALDEZ	10773813227	OMNILIFE
15	JESSICA DEL PILAR CORREA ARENAS	10447512632	OMNILIFE
16	JESSICA MARIBEL CARHUAMACA LIMAYMANTA	10422377030	OMNILIFE
17	JIMENA VASQUEZ POMA	10700389222	OMNILIFE
18	JOSÍAS RAYMUNDO BALVÍN	10201210271	OMNILIFE
19	KELY YAQUELIN JOSEC HUANCA	10755619634	OMNILIFE
20	LEANDRO LUIS LARA LOPEZ	10206593429	OMNILIFE
21	LEONOR ZARABIA CONDORI	10198383860	OMNILIFE
22	LUISA BALBÍN PEREZ	10205264006	OMNILIFE
23	LUZ MARINA CUCHULA LIMA	10422923204	OMNILIFE
24	MARÍA EUGENIA HARO SANCHEZ	10416842103	OMNILIFE
25	MERY LUZ CORDOVA ZUÑIGA	10402272797	OMNILIFE
26	MILAGROS INGA BONIFACIO	10452371681	OMNILIFE
27	MIRIAM MABEL GRANDA ARIAS	10161348801	OMNILIFE
28	PALERMO RAYMUNDO HUARIPATA	10205266386	OMNILIFE
29	PEDRO ALFONSO CERRON BALBÍN	10405492674	OMNILIFE
30	RAQUEL ELIZABETH ROMANÍ CERRÓN	10450221096	OMNILIFE
31	ROCIA YAULILAHUA CHOCCE	10479197798	OMNILIFE
32	ROLINDA RAYMUNDO BALVÍN	10445878486	OMNILIFE
33	SADRA ANGULO CARHUAMACA	10471241917	OMNILIFE
34	SANTA ROSA AMANCAY SANTOS	10200994138	OMNILIFE
35	TIMOTEO CAPCHA ROJAS	10436315991	OMNILIFE
36	WALTER YALLICO RAMOS	10452699562	OMNILIFE
37	YESSENIA SANTIAGO MALLQUI Y	10736161589	OMNILIFE
38	ZENAIDA CERRÓN SALOME	10200376451	OMNILIFE
39	ALICIA GARCÍA CONDOR	10405491171	DXN
40	ANGEL VALENTIN PERALTA CANALES	10420705285	DXN
41	ANTONIO CUCHULA CAMAC	10200925756	DXN
42	BEATRIS CONDORI CCENTE	10199375852	DXN
43	BENEDICTA ATEQUIPA MEZA DE YARASCA	10198746571	DXN
44	CANDY LAVADO DIAZ	10461328739	DXN
45	CELIA ORE ATAUQUI	10100573798	DXN

46	CHABELA SANABRIA CABRERA	10200804746	DXN
47	CLAUDIA MELISSA TOMAS ROCA	10769595983	DXN
48	DEYLA CUBA ZAMUDIO DE MORALES	10200830399	DXN
49	ELIAS ROJAS YARANGA	10471610696	DXN
50	ERNESTINA SINCHE VILLAVERDE	10800116339	DXN
51	FLOR DE MARÍA MORENO AYLLON	10441279324	DXN
52	FLOR YESICA MERGE SARMIENTO	10464801583	DXN
53	GENRRY LUIS PINTO VELASQUEZ	10416956010	DXN
54	GIOVANNA ELIZABETH NUÑEZ QUILCA	10417297788	DXN
55	GLADYS SARMIENTO CRISTOBAL	10418382363	DXN
56	GLORIA TORRES ANAYA	10200686832	DXN
57	JAVIER SOTO GABRIEL	10800504487	DXN
58	JENNY MIRIAM NEYRA MUÑOZ	10402319301	DXN
59	LIDIA SANTIVÁÑEZ SANCHEZ	10199997071	DXN
60	LILIANA KATY PIÑAS TACZA	10464820545	DXN
61	LUZ CLARA HUAMAN ROJAS	10714320071	DXN
62	MARCEL JORGE QUISPE YAURICASA	10701765597	DXN
63	MARIA DEL PILAR QUISPE SINCHE	10206584110	DXN
64	MARIA ELENA SUAZO BAUTISTA	10200320714	DXN
65	MARINO HUAMAN HURTADO	10226526779	DXN
66	MAURO EUTEMIO RAMON INOCENTE	10198132131	DXN
67	MERCEDES ANA PALOMINO LAUREANO	10081353544	DXN
68	MERY MERINA VILLAZANA PASCUAL	10200589853	DXN
69	MIRIAM MERY CAHUANA REYNOSO	10436669254	DXN
70	MÓNICA CRISTOBAL MORALES	10200295507	DXN
71	NANCY NORA SALVADOR PAUCAR	10107006643	DXN
72	NELIDA TEODOCIA LLANOS CANCHERO	10704969851	DXN
73	NELSON TOBIAS SARMIENTO CRISTOBAL	10431883410	DXN
74	NILO ARMANDO BONIFACIO PÉREZ	10199442461	DXN
75	NORMA HUANCA QUISPE	10413984608	DXN
76	RONY ROMERO POMAYLLE	10753822629	DXN
77	SADHAM JOSE MOISES ROQUE LAUREANO	10750261553	DXN
78	SILVIA YANETT RAMOS PULIDO	10450675381	DXN
79	SILVINA LINA MEDINA MORALES	10200678015	DXN
80	SONIA CCAHUIN MENDOZA	10440954729	DXN
81	TIMOTEA CELENIAGASPAR ESCOBAR	10410000925	DXN
82	VALERIANO PAUCAR CCENTE	10198958617	DXN
83	VICKY JENNY CCANTO TORRES	10453525746	DXN
84	YOLA ALICIAZUASNABAR HUAMAN	10800149920	DXN
85	YONY VILLANUEVA SIERRA	10476119770	DXN
86	ZULEMA JANET ESTRELLA VARGAS	10403357915	DXN

Fuente: elaboración propia

4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.6.1. Técnicas de Recolección de Datos

Según la investigación se tomó la encuesta a los empresarios de redes de mercadeo mediante la utilización de cuestionario para la recopilación de la información:

Según los analistas utilizan diversos métodos para reunir datos relacionados con una situación existente, como entrevistas, cuestionarios, inspecciones de registros y observaciones. Cada uno posee ventajas y desventajas. En la mayor parte de los casos se utilizan dos o tres para complementar el trabajo de cada una y ayudar a llevar a cabo una investigación completa y confiable (Gonzalez, 2009).

La encuesta

Es una técnica para recopilar datos para una investigación social.

Una encuesta está compuesta por una serie de preguntas que están dirigidas a una muestra que representa a una población, y tiene como objetivo indagar opiniones, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos con relación a la investigación.

La encuesta, es preparada por el investigador que determina cuáles son los métodos más pertinentes para otorgarle rigurosidad y confiabilidad, de tal manera que los datos obtenidos sean relevantes de la población estudiada. Los resultados, se obtienen siguiendo procedimientos matemáticos de medición estadística (Encuesta, 2017)

4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos

Para la recopilación de datos, se utilizó un instrumento, que en este caso fue un cuestionario diseñado específicamente para cada variable. El cuestionario N° 01 sobre la variable la omisión de comprobantes de pago electrónicos, lo cual estuvo compuesto por 16 preguntas, dimensionadas en dos bloques: Omisión de facturación electrónica (preguntas del 1 al 8), omisión de boletas de venta electrónicas (preguntas 9 al 16), con alternativas de respuestas en la escala de Likert, donde 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Indeciso, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo.

El cuestionario N° 02, se centró en la variable evasión del impuesto general a las ventas, lo cual estuvo compuesto por 9 preguntas. Estas preguntas se agrupan en un único bloque relacionado con la evasión del impuesto general a las ventas (preguntas del 17 al 25), al igual que en el primer cuestionario, las respuestas se calificaron en una escala de Likert, donde 1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Indeciso, 4=De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo.

4.6.3. Validez y Confiabilidad

Validez

Conforme a lo mencionado por, Fernández & Baptista (2010, p. 201) la “validez de contenido es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide”

“Para la validación del instrumento, se realizó mediante la técnica de valides de contenido, para la cual se entregó el instrumento a tres expertos cada uno de los expertos un formato de validación, en el cual requirió la opinión de los docentes de la Universidad Peruana los Andes”.

CUESTIONARIO:

Omisión de Emitir Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018

Experto	Grado académico	Opinión
Dr. Armando Juan Aduato Avila	Dr. Ciencias Contables y Empresariales	Nivel alto
Dr. Luis Florencio Mucha Hospinal	Dr. En Educación	Nivel alto
Dr. Richard Víctor Díaz Urbano	Dr. En Ciencias Contables Y Empresariales	Nivel alto

Fuente: Ficha de Evaluación del cuestionario

Según las opiniones de los expertos el instrumento tiene un nivel alto lo cual nos demuestra la validez del instrumento.

Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento, el instrumento fue aplicado a una muestra piloto compuesta por 15 empresarios que forman parte de redes de mercadeo con características similares a las de la muestra principal.

Para ello, se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach, que mide la consistencia interna del cuestionario, para realizar el cálculo, se utilizó el software estadístico SPSS.

Interpretación de coeficiente de Alfa de Cronbach:

George y Mallery (2003, p. 231) citado por Mucha, L (2018, p,75) sugiere las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa $>.9$ es excelente

Coeficiente alfa $>.8$ es bueno

Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable

Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable

Coeficiente alfa $>.5$ es pobre

Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable

La confiabilidad del instrumento se hizo teniendo en cuenta los indicadores de la Omisión de comprobantes de pago electrónicos y de la variable evasión del impuesto general a las ventas, con un total 16 de preguntas para la variable omisión de comprobantes de pago electrónico y con un total de 9 preguntas para la variable evasión de impuesto general a las ventas.

Para la Variable omisión de comprobantes de pago electrónicos 0.710 de confiabilidad.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: elaboración propia

Estadísticas de fiabilidad Omisión de comprobantes de pago electrónicos

Alfa de Cronbach	N de elementos
,710	16

Fuente: elaboración propia

El coeficiente determinado $\alpha = 0,710$ y según la escala, el instrumento tiene una interpretación aceptable, en consecuencia, el instrumento tiene una validez alta y confiabilidad aceptable, condiciones necesarias para su aplicación del cuestionario.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: elaboración propia

Para la variable Evasión del impuesto general a las ventas se obtuvo el 0.745 de confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad
Evasión del impuesto general a
las ventas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,745	9

Fuente: elaboración propia

El coeficiente determinado $\alpha = 0,745$ y según la escala, el instrumento tiene una interpretación aceptable, en consecuencia, como el instrumento tiene una validez alta y confiabilidad aceptable, son las condiciones necesarias para su aplicación del cuestionario.

Después de confirmar la validez y confiabilidad del instrumento, se llevó a cabo la recolección de datos. Esto implicó la aplicación de una encuesta a los empresarios que forman parte de las redes de mercadeo en Huancayo. Esta encuesta se administró a los miembros de Omnilife y a DXN, que conforman la muestra. Durante este proceso, se aprovechó para sensibilizar a los participantes y proporcionar una breve orientación, una vez completada la recopilación de datos, se crearon tablas de frecuencia, y estas tablas se organizaron utilizando el software Excel para su posterior análisis en el SPSS.

4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

En este estudio, se utilizó una escala de medición de nivel ordinal para las variables. Los datos recopilados se organizaron en tablas de frecuencia y se

representaron visualmente a través de gráficos de barras. El análisis se realizó tanto de manera descriptiva como inferencial, por variables y dimensiones. Para evaluar la relación entre las variables y dimensiones, se emplearon el coeficiente de correlación tau b de Kendall y la prueba de hipótesis Z. Los datos recopilados se procesaron utilizando el software SPSS y Excel.

4.8. Aspectos Éticos de la Investigación

La investigación llevada a cabo se adhirió a los principios éticos que regulan el inicio y la finalización de los procedimientos, de acuerdo con las directrices establecidas en el reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes. Asimismo, se ha garantizado que la información suministrada por los integrantes se utilice exclusivamente con fines de investigación, velando por la confidencialidad de los datos. En el caso que se avance hacia una etapa de publicación, la identidad de los participantes se mantendría en anonimato y no se revelará.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1. Descripción del Resultado

5.1.1. Presentación

Se muestran los resultados descriptivos y correlacionales del trabajo de investigación. Omisión de comprobantes de pago electrónicos y evasión del impuesto general a las ventas en redes de mercadeo Huancayo-2018.

5.1.2. Estudio Descriptivo de la Variable: Omisión de comprobantes de pago electrónicos en redes de mercadeo Huancayo-2018

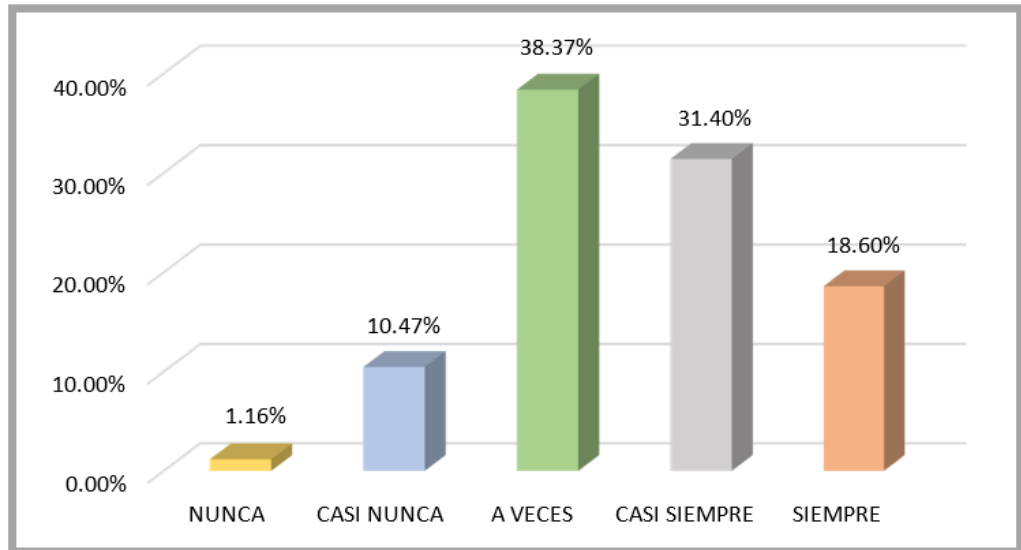
Mostramos tablas y gráficos de la variable y dimensiones: Omisión de factura electrónica y Omisión de boletas de venta electrónico.

Tabla 4: *Resultados porcentuales de la variable: Omisión de comprobantes de pago electrónico.*

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	1	1,2
CASI NUNCA	9	10,5
A VECES	33	38,4
CASI SIEMPRE	27	31,4
SIEMPRE	16	18,6
Total	86	100,0

Fuente: Resultado de la encuesta.

Figura 4: Resultados porcentuales de la variable omisión de comprobantes de pago electrónico.



Fuente: tabla 4

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 4 se presentan los resultados en relación a la Omisión de comprobantes de pago electrónico en las redes de mercadeo. Estos resultados muestran que el 38.37% de los contribuyentes que a veces omiten la emisión de comprobantes de pago electrónicos; mientras que el 31.40% casi siempre omiten la emisión de comprobantes de pago electrónicos; el 18.60% siempre omiten la emisión de comprobantes de pago electrónicos; el 10.47% casi nunca omiten la emisión de comprobantes de pago electrónicos y solo el 1,16% nunca omiten la emisión de comprobantes de pago electrónicos.

De lo que se concluye que el 88.37% de contribuyentes omiten a veces, casi siempre y siempre la emisión de comprobantes de pago electrónico y solo el

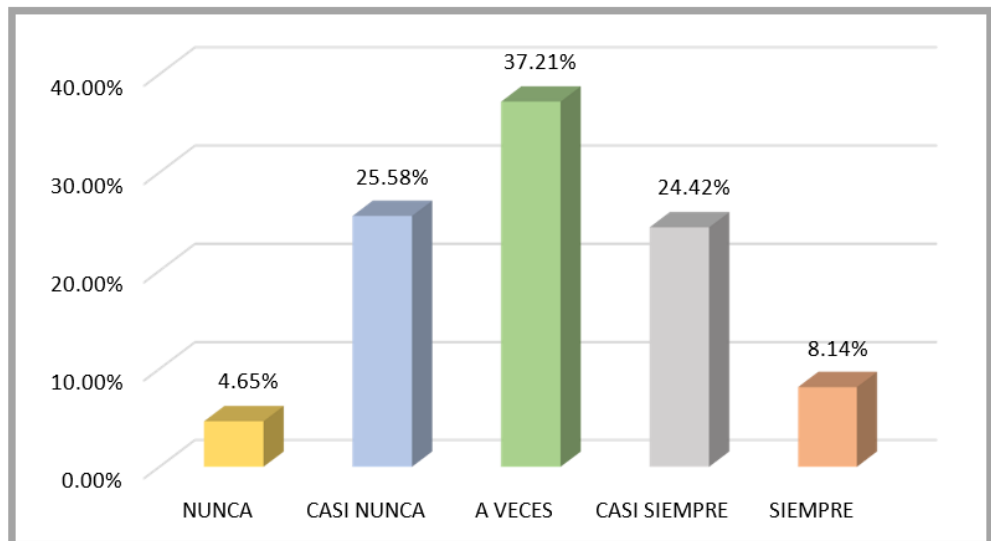
11.63% de contribuyentes casi nunca y nunca omiten comprobantes de pago electrónicos.

Tabla 5: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Facturas electrónicas.

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	4	4,7
CASI NUNCA	22	25,6
A VECES	32	37,2
CASI SIEMPRE	21	24,4
SIEMPRE	7	8,1
Total	86	100,0

Fuente: Resultado de la encuesta.

Figura 5: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Factura electrónica.



Fuente: Tabla 5

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 5 se presentan los resultados relacionados con la omisión de facturas electrónicas donde: el 37.21% de los contribuyentes a veces omiten la emisión de facturas electrónicas; mientras que el 25.58% casi nunca omiten la emisión de

facturas electrónicas; el 24.42% casi siempre omiten la emisión de facturas electrónicas; el 8.14% siempre omiten la emisión de facturas electrónicas y solo el 4,65% nunca omiten la emisión de facturas electrónicas.

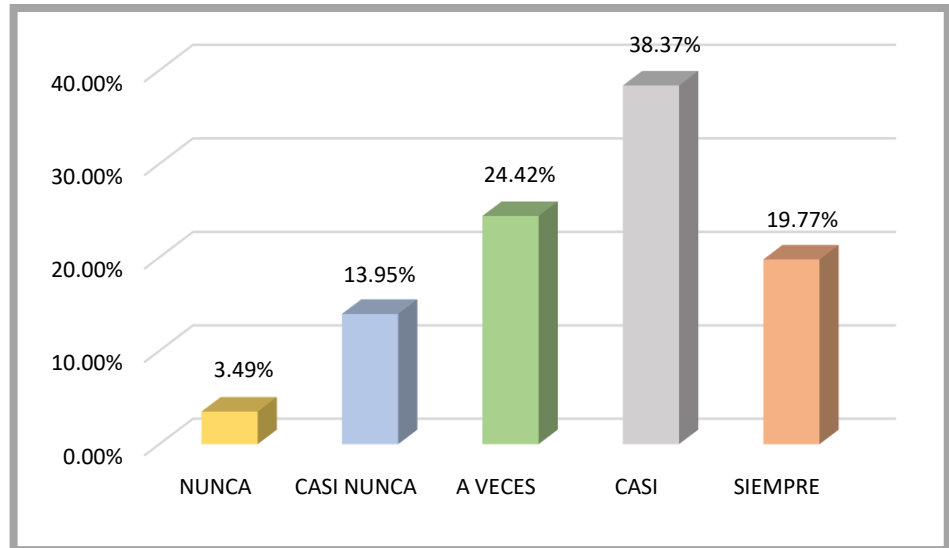
De lo que se deduce que el 69.77% de contribuyentes omiten a veces, casi siempre y siempre la emisión de facturas electrónicas y solo el 30.23% de contribuyentes casi nunca y nunca omiten la emisión de facturas electrónicas.

Tabla 6: *Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Boletas de venta electrónica.*

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	3	3,5
CASI NUNCA	12	14,0
A VECES	21	24,4
CASI SIEMPRE	33	38,4
SIEMPRE	17	19,8
Total	86	100,0

Fuente: Resultado de la encuesta.

Figura 6: Resultados porcentuales de la dimensión: Omisión de Boletas de venta electrónica.



Fuente: Tabla 6

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 6 se presentan los resultados relacionados con la omisión de boletas de venta electrónicas donde: el 38.37% de los contribuyentes casi siempre omiten la emisión de boletas de venta electrónicas; mientras que el 24.42% a veces omiten la emisión de boletas de venta electrónicas; el 19.77% siempre omiten la emisión de boletas de venta electrónicas; el 13.95% casi nunca omiten la emisión de boletas de venta electrónicas y solo el 3,49% nunca omiten la emisión de boletas de venta electrónicas.

De lo que se deducen que el 82.56% de contribuyentes omiten a veces, casi siempre y siempre la emisión de boletas de venta electrónicas y solo el 17.44% de contribuyentes casi nunca y nunca omiten la emisión de boletas de venta pagos electrónicas.

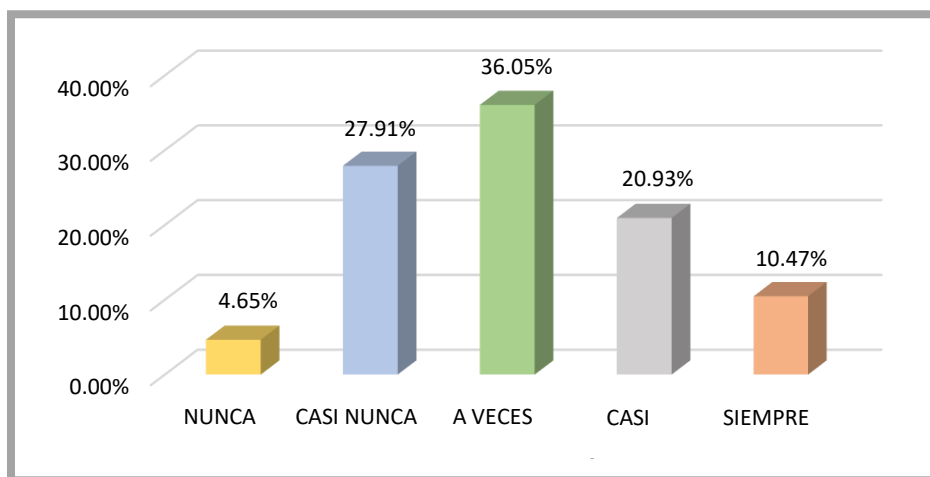
5.1.3. Estudio Descriptivo de la Variable: Evasión del Impuesto General a las Ventas

Tabla 7: Resultados porcentuales de la variable: Evasión del impuesto general a las ventas.

	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA	4	4,7
CASI NUNCA	24	27,9
A VECES	31	36,0
CASI SIEMPRE	18	20,9
SIEMPRE	9	10,5
Total	86	100,0

Fuente: Resultado de la encuesta

Figura 7: Resultados porcentuales de la variable: Evasión del impuesto general a las ventas.



Fuente: Tabla 7

Interpretación:

La tabla 7 y figura 7 presentan los resultados relacionados con la Evasión del impuesto general a las ventas: el 36.05% de los contribuyentes a veces evaden el impuesto general a las ventas; mientras que el 27.91% casi nunca evaden el impuesto general a las ventas; el 20.93% casi siempre evaden el impuesto general a las ventas; el 10.47% siempre evaden el impuesto general a las ventas y solo el 4.65% nunca evaden el impuesto general a las ventas.

De lo que se deducen que el 67.45% de contribuyentes a veces, casi siempre y siempre evaden el impuesto general a las ventas y solo el 32.56% de contribuyentes casi nunca y nunca evaden el Impuesto General a las Ventas.

5.2 Contraste de Hipótesis

ESTUDIO CORRELACIONAL ENTRE OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la omisión de comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

Para determinar la relación se calculó el coeficiente de correlación tau b de Kendall mediante el software SPSS.

Interpretación de los índices de correlación:

Según Balbín & Muñoz Quien cita a Guilford, 1956

<0,20: correlación ligera; relación casi insignificante

0,20-0,40: correlación baja; relación definida pero pequeña

0,40-0,70: correlación moderada; relación considerable

0,70-0,90: correlación elevada; relación notable

>0,90: correlación sumamente elevada; relación muy fiable

		OMISION DE COMPROBAN TE DE PAGO	EVASION DE IMPUESTO GENERAL	
Tau_b de Kendall	OMISION COMPROBANTES DE PAGO ELECTRONICO	Coeficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	EVASION DE IMPUESTO GENERAL	Coeficiente de correlación	,668**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El resultado muestra un valor $\tau = 0,668$ con un p valor de significación bilateral de $p = 0,000$. Este valor de p, siendo es menor que $p < 0,01$, respalda la decisión para demostrar que el valor hallado $\tau = 0,668$, es estadísticamente significativo, Según la de interpretación del índice, el coeficiente indica una correlación moderada. Por lo tanto, se logra determinar la presencia de una relación considerable entre la variable omisión de comprobantes de pago y la evasión del impuesto general a las ventas.

Prueba de hipótesis para la variable omisión de comprobantes de pago electrónicos y evasión tributaria del impuesto general a las ventas

Hipótesis general Formulada:

Existe una relación significativa entre omisión de Comprobantes de pago electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018.

Prueba de hipótesis: Significancia estadística.

- 1) **Hipótesis Nula (H₀):** No existe una relación significativa entre **omisión de Comprobantes de pago electrónicos y Evasión tributaria del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018**

$$H_0: \tau = 0$$

- 2) **Hipótesis Alterna (H₁):** Existe una relación significativa entre **omisión de Comprobantes de pago electrónicos y Evasión tributaria del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018**

$$H_1: \tau \neq 0$$

Nivel de significancia $\alpha = 95\%$ la $Z_{crítica} = 1,96$

- 3) **Cálculo del estadístico**

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

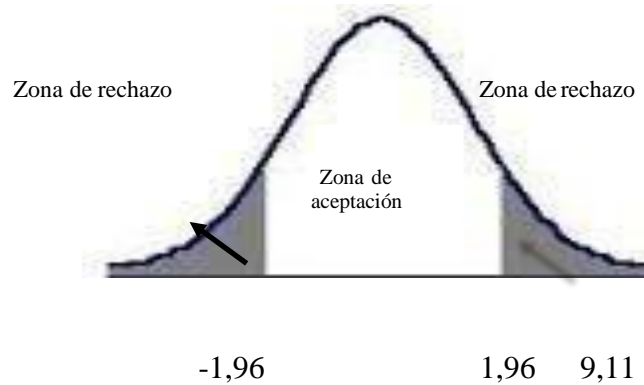
Sustituyendo se obtiene $Z = 9,11$

Para:

$$Z_{crítica} = 1,96$$

$$\tau = 0,668$$

$$N = 86$$



4) Regla de decisión, $Z_c a l > C_{rítica}$; entonces se rechaza H_0 ; así mismo se observa que $9,11 > 1,96$ el valor Z calculado cae en la región rechazo, por tanto, se acepta hipótesis alterna.

5) Toma de decisión

Al aceptar la Hipótesis alternativa, llegamos a la conclusión que la omisión de comprobantes de pago electrónicos y evasión del impuesto general a las ventas están relacionados de manera considerable.

ESTUDIO CORRELACIONAL ENTRE OMISIÓN DE FACTURA ELECTRÓNICA Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS.

Objetivo específico

Establecer la relación que existe entre la omisión de Factura electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

La relación se calculó con el coeficiente de correlación tau b de Kendall mediante el software SPSS.

Interpretación de los índices de correlación:

Según Balbín & Muñoz Quien cita a Guilford, 1956

<0,20: correlación ligera; relación casi insignificante

0,20-0,40: correlación baja; relación definida pero pequeña

0,40-0,70: correlación moderada; relación considerable

0,70-0,90: correlación elevada; relación notable

>0,90: correlación sumamente elevada; relación muy fiable

Correlaciones

			OMISION FACTURA ELECTRONIC A	EVASION IMPUESTO GENERAL VENTAS
Tau_b de Kendall	OMISION FACTURA ELECTRONICA	Coefficiente de correlación	1,000	,495**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	EVASION IMPUESTO GENERAL VENTAS	Coefficiente de correlación	,495**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado muestra un valor $\tau = 0,495$ con un p valor de significación bilateral de $p = 0,000$. Este p valor, al ser menor que $p < 0,01$, respalda la decisión de demostrar que el valor hallado $\tau = 0,495$, es estadísticamente significativo. Según la interpretación del índice, el coeficiente indica una correlación moderada. En consecuencia, se establece que existe una relación considerable entre la variable omisión de factura electrónica y evasión de impuesto general a las ventas.

Prueba de hipótesis para: Omisión factura electrónica y evasión al impuesto general de las ventas

Hipótesis específica

Existe una relación significativa entre la omisión de Factura electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

Prueba de hipótesis: Significancia estadística.

1). **Hipótesis Nula (H₀):** No existe relación significativa entre omisión de factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas.

$$H_0: \tau = 0$$

2). **Hipótesis Alternativa (H₁):** Existe relación significativa entre omisión de factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas.

$$H_1: \tau \neq 0$$

Nivel de significancia $\alpha = 95\%$ la $Z_{crítica} = 1,96$

3) Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

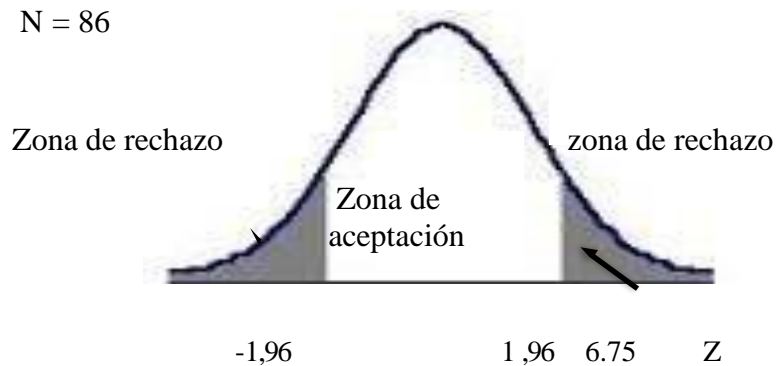
Sustituyendo se obtiene $Z = 6,75$

Para:

$$Z_{crítica} = 1,96$$

$$\tau = 0.495$$

$$N = 86$$



4) Regla de decisión, como $Z_c > Z_{crítica}$; entonces se rechaza H_0 ; (se observa en la curva normal que $6.75 > 1.96$ el valor Z calculado cae en la región rechazo), y se acepta hipótesis alterna.

5) Toma de decisión

Se concluye que la relación entre la omisión de Comprobantes de factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas están significativamente relacionada, y de acuerdo a la escala de interpretación esta relación es considerable.

ESTUDIO CORRELACIONAL ENTRE OMISIÓN DE BOLETAS DE VENTA ELECTRÓNICA Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS.

Objetivo específico

Establecer la relación que existe entre la omisión de Boleta de venta electrónica y Evasión del impuesto general a las ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.

La relación se calculó con el coeficiente de correlación tau b de Kendall mediante el software SPSS.

Interpretación de los índices de correlación:

Según Balbín & Muñoz Quien cita a Guilford, 1956

<0,20: correlación ligera; relación casi insignificante

0,20-0,40: correlación baja; relación definida pero pequeña

0,40-0,70: correlación moderada; relación considerable

0,70-0,90: correlación elevada; relación notable

>0,90: correlación sumamente elevada; relación muy fiable

Correlaciones

			OMISION BOLETA ELECTRONIC A	EVASION IMPUESTO GENERAL VENTAS
Tau_b de Kendall	OMISION BOLETA ELECTRONICA	Coeficiente de correlación	1,000	,502
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	86	86
	EVASION IMPUESTOS GENERAL VENTAS	Coeficiente de correlación	,502	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	86	86

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado muestra un valor $\tau = 0.502$ con un p valor de significación bilateral de $p = 0,000$. Dado que este p valor hallado es menor que $p < 0,01$, se toma la decisión de demostrar que el valor hallado $\tau = 0,502$ es estadísticamente significativo, según la interpretación del índice, el coeficiente indica una correlación moderada. Por tanto, se logra establecer que existe una relación considerable entre la omisión de boleta electrónica y evasión de impuesto general a las ventas.

Prueba de hipótesis para: Omisión de boleta electrónica y evasión al impuesto general de las ventas

Hipótesis específica

Existe una relación significativa entre la omisión de Boleta de venta electrónica y la Evasión del impuesto general a las ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo – 2018

Prueba de hipótesis: Significancia estadística.

1) **Hipótesis Nula (H₀):** No existe relación significativa entre omisión de boleta de venta electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas.

$$H_0: \tau = 0$$

2) **Hipótesis Alternativa (H₁):** existe relación significativa entre omisión de boleta de venta electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas.

$$H_1: \tau \neq 0$$

Nivel de significancia $\alpha = 95\%$ la $Z_{crítica} = 1,96$

3) Cálculo del estadístico

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Sustituyendo se obtiene $Z = 6.84$

Para:

$$Z_{crítica} = 1,96$$

$$\tau = 0.502$$

$$N = 86$$



4) Regla de decisión, como $Z_{c} > C_{crítica}$; entonces se rechaza H_0 ; (se observa en la curva normal que $6.84 > 1.96$ el valor Z calculado cae en la región rechazo), y se acepta la hipótesis alterna.

5) Toma de decisión

Se concluye que la relación entre la omisión de comprobantes de boleta electrónica y la evasión del Impuesto General a las Ventas están significativamente relacionada, y de acuerdo a la escala de interpretación esta relación es considerable.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADO

En el presente trabajo de investigación se presenta el análisis y discusión de los resultados teniendo en cuenta como objetivo general determinar la relación que existe entre la Omisión de comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018. Los niveles determinados de omisión de emitir comprobantes de pago y evasión del Impuesto General a las Ventas revelan una correlación moderada como nos demuestra el coeficiente de correlación tau b de Kendall con un resultado de 0,668 y la $Z_{c} > Z_{crítica}$ lo cual nos da $9,11 > 1,96$. Esto indica que las variables omisión de emitir comprobantes de pago electrónicos y evasión del Impuesto General a las Ventas están relacionados de manera considerable. En Resumen este trabajo de investigación demuestra que los contribuyentes de redes de mercadeo evaden el Impuesto General a las Ventas mediante la omisión de emisión de comprobantes de pago, por lo que podemos interpretar, que, los contribuyentes de redes de mercadeo dejan de emitir comprobantes de pago electrónicos para evadir el Impuesto General a las Ventas por diversos factores, como la percepción de que el gobiernos no gestiona de manera efectiva los fondos recaudados, o la consideración de que la tasa impositiva es excesivamente alta, entre otros motivos, Este resultado no coincide con el resultado obtenido según el trabajo de investigación realizado por Meléndez (2017) quien señala que:

Se ha demostrado que reduce la evasión del impuesto, ya que con la facturación electrónica se tendrá un mejor control de todas las operaciones comerciales que realizan las empresas, el cual incrementa la transparencia, refuerza el gobierno corporativo, y generalmente, mejora la economía del país.

Así como también en el trabajo de investigación de Bustamante & Pacheco (2018) mencionan las muchas ventajas que trae la implementación de un sistema de emisión electrónica.

Sin embargo al analizar los resultados de la presente investigación se demuestra que a pesar de la implementación del sistema de emisión electrónica, no se logra una reducción significativa en la evasión del Impuesto General a las Ventas, con respecto al trabajo de investigación de Meléndez (2017), el resultado puede diferir por el hecho de que el objeto de estudio son empresas comerciales de Lima, a diferencia de la presente investigación que se trabajó con empresarios de redes de mercadeo, que tiene un sistema de negocio diferente.

Los resultados de esta investigación encuentran respaldo en la afirmación de Rentería (2016) “La evasión implica maniobras utilizadas por los contribuyentes para eludir el pago de impuestos, infringiendo así la ley”, Esto se relaciona con la presente investigación, ya que, a pesar de la obligación de emitir comprobantes de pago electrónicos por todas sus ventas, los contribuyentes de redes de mercadeo no cumplen con esta normativa en su totalidad.

En el primer objetivo específico se consideró establecer la relación que existe entre la Omisión Factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las

Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo – 2018, los niveles determinados factura electrónica y evasión del Impuesto General a las Ventas indican que la correlación entre ambas variables es moderada, tal como se demuestra en el coeficiente de correlación tau b de Kendall, que arroja un resultado de 0,495, y la $Z_{c} > Z_{crítica}$ lo cual nos da $6.75 > 1,96$, indica que la dimensión omisión de facturas electrónicas y la variable evasión del Impuesto General a las Ventas están relacionados de manera considerable. Esto respalda los hallazgos del trabajo de investigación de Ángeles & Contreras (2016):

La implementación de facturación electrónica en el sistema tributario provocó una mejor recaudación de impuestos, ya que disminuye la evasión a través de la disminución de la brecha de veracidad, el contribuyente está más obligado a declarar los valores reales en su propio formulario. La veracidad de la declaración de impuestos es más efectiva.

El trabajo de investigación de Romero Freire (2018) nos dice:

Las mejoras en los índices de cumplimiento tributario son evidentes, pero se puede decir que esta herramienta no garantiza la efectividad ni la solución a la evasión de impuestos, pero ha fortalecido el control en las transacciones realizadas por los contribuyentes electrónicamente, y por lo tanto para que haya mayor efectividad es necesario trabajar conjuntamente entre la Administración Tributaria y los contribuyentes, por esta razón el SRI ha llevado a cabo capacitaciones para que los sujetos pasivos y la comunidad en general sepan sobre esta herramienta innovadora, sus

ventajas, requerimientos y procedimiento para adherirse gradualmente al sistema de manera voluntaria.

Según los resultados de la presente investigación indican que, a pesar de la aplicación de la facturación electrónica, la evasión persiste. Estos resultados coinciden con el trabajo de investigación de Romero Freire (2018) quien argumenta que esta herramienta no garantiza efectivamente ni soluciona la evasión tributaria, por lo que no concordamos con el trabajo de Ángeles & Contreras (2016) al 100%, pero como menciona, el sistema de emisión electrónica si ayuda a disminuir la evasión con respecto a la emisión de facturas electrónicas, pero no tiene el mismo efecto en todos los sectores. En el caso de las empresas de redes de mercadeo, parece que la emisión de facturas electrónicas se limita principalmente al cobro de comisiones o retribuciones, y no para las ventas de sus productos. Esto se debe a la naturaleza de las operaciones de estas empresas, donde los clientes en su mayoría son últimos consumidores que muchas veces no requieren comprobantes de pago o, en algunos casos, debido a la falta de orientación de la importancia de solicitar comprobantes de pago por compra de un bien o un servicio, entre otras razones.

Muchos empresarios de este sector mencionaron que no reciben orientación para emitir facturas electrónicas, por ello solicitan a terceras personas para poder emitir este comprobante solo para realizar el cobro de sus comisiones o retribuciones, todo esto tiene como consecuencia el no declarar y pagar el impuesto según los ingresos verdaderos, y ocultar información como nos menciona Yáñez (2016), “los contribuyentes recurren a declaraciones falsas o a

la omisión de información relevante relacionada con la base imponible y la cantidad de impuestos que deben abonar a la autoridad fiscal” por ello recomienda Sanz (2019) en su trabajo de investigación: “capacitación para los trabajadores, para que estén informados de cómo se emitirán los comprobantes de pagos correctos y a su debido tiempo”.

Y por último en el segundo objetivo específico se consideró Establecer la relación que existe entre la Omisión Boleta de venta electrónica y Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018. Según los resultados, se observa una correlación moderada entre estas dos dimensiones como se refleja con el coeficiente de correlación tau b de Kendall que arroja un valor de 0,502. Además, el valor Z calculado $6.84 > 1,96$ que indica que la dimensión omisión de emitir boletas de venta electrónica y la variable evasión del Impuesto General a las Ventas están relacionados de manera considerable, además al ver el grafico 6 y la tabla 6, existe evasión mediante la omisión de emitir boletas de venta electrónica un 82.56%.

Nos menciona Benavides en su trabajo de investigación (2018):

A través de la implementación de la facturación electrónica se pretende recopilar suficiente información para que las Administraciones tributarias conozcan los ingresos, gastos y posibles rentas obtenidas por los contribuyentes, favoreciendo aún más los cruces de información necesarios para los controles, sanciones y orientar dirigir las determinaciones con mayor precisión.

Es cierto que el sistema de emisión electrónica para la emisión de boletas de venta electrónicas es útil para recopilar información con diversos fines. Sin embargo, los resultados de la investigación muestran que esta información no refleja con precisión en la situación de las empresas de Redes de mercadeo. Esto se debe en gran parte a que mayoría de estos empresarios son pequeños y, por lo tanto, no están en la mira de la SUNAT, Por esta razón, muchos de ellos optan por no emitir boletas de venta además de que no tiene un establecimiento de venta, sus clientes no solicitan comprobantes de pago, y algunos contribuyentes afiliados al sistema de emisión de comprobantes electrónicos no saben cómo emitir boletas de venta, y simplemente emiten facturas electrónicas para cobrar las comisiones o retribuciones da la empresa con quienes trabajan.

Además la falta de educación y la conciencia tributaria, tanto por parte de los contribuyentes como de los clientes, contribuyen a la evasión tributaria como nos menciona Meléndez (2017) en su trabajo de investigación “también influye en factores internos como la actitud, la ética y la moral, la voluntad torcida de los contribuyentes de incumplir con sus obligaciones tributarias y especialmente la falta de una verdadera conciencia tributaria individual y colectiva”, todo esto tiene como consecuencia la evasión del Impuesto General a las Ventas. Esto a su vez, significa menos recursos para el país, como lo señala Rodríguez (2016) donde menciona que los impuestos “representan la fuente más significativa para la obtención de fondos por parte de las entidades públicas”.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo investigación, se hallaron a las siguientes conclusiones:

1. Respecto al objetivo general, determinar la relación que existe entre la omisión de comprobantes de pago electrónicos y la evasión del impuesto general a las ventas en las redes de mercadeo en Huancayo – 2018, se ha confirmado la existencia de una relación considerable entre los variables omisión de emitir comprobantes de pago electrónicos y evasión del Impuesto General a la Ventas, según el cálculo del coeficiente de correlación Tau b de Kendall es de 0,668, y la prueba de hipótesis donde se rechaza la hipótesis nula con la demostración de que $Z_{cal} > Z_{crítica}$ ($9,11 > 1,96$) lo que nos llevó a aceptar la hipótesis alterna.
2. En cuanto al primer objetivo específico, establecer la relación que existe entre la omisión de factura electrónica y la evasión del impuesto general a las ventas en las redes de mercadeo en Huancayo – 2018, se ha confirmado la existencia de una relación considerable entre omisión de emitir facturas electrónicas y evasión del Impuesto General a las Ventas según el cálculo del coeficiente de correlación Tau b de Kendall es de 0,495, y la prueba de hipótesis donde se rechaza la hipótesis nula con la demostración de que $Z_{cal} > Z_{crítica}$ ($6,75 > 1,96$) lo que nos llevó a aceptar la hipótesis alterna.
3. En cuanto al segundo objetivo específico, establecer la relación que existe entre la omisión de boleta de venta electrónica y evasión del impuesto general a las ventas en las redes de mercadeo en Huancayo – 2018, se ha confirmado la existencia de una relación considerable entre de omisión de emitir boletas de venta electrónica y evasión del Impuesto General a las Ventas según el cálculo del coeficiente de correlación Tau b de Kendall es de 0,502, y

la prueba de hipótesis donde se rechaza la hipótesis nula con la demostración de que $Z_{cal} > Z_{crítica}$ ($6,84 > 1,96$) lo que nos llevó a aceptar la hipótesis alterna.

RECOMENDACIONES

1. La administración tributaria debe proceder a supervisiones constantes y campañas de concientización para el cumplimiento de las obligaciones con respecto a la emisión de comprobantes de pago electrónicos, para que los contribuyentes sepan la importancia de esta herramienta y además de ser transparentes, así como confiar en la administración tributaria como un aliado para el progreso del país, de esta manera reducir la evasión del Impuesto General a las Ventas.
2. La administración tributaria debe generalizar la obligación de emitir Facturas electrónicas, realizando una permanente supervisión del cumplimiento y mejorando la eficiencia del sistema de emisión electrónica de la SUNAT. Además, es importante considerar la implementación de incentivos que motiven a los contribuyentes a mejorar los resultados.
3. Los contribuyentes que forman parte de redes de mercadeo deben tener siempre presente la ética y la moral al emitir boletas de venta electrónica. Además, es fundamental que demuestren una iniciativa para conocer sus derechos y obligaciones tributarias, con el fin de llevar a cabo sus operaciones de manera veraz y, de esta manera, contribuir con la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amayi, J. B., & Machugu, C. G. (08 de 08 de 2013). THE EFFECT OF TAXPAYER EDUCATION ON VOLUNTARY TAX COMPLIANCE, AMONG SMES IN MWANZA CITY- TANZANIA. Tanzania, República Unida de Tanzania.
- ANDINA. (6 de 12 de 2018). Sunat: evasión por omisión en ventas genera forado fiscal por S/ 1,100 millones. *Sunat: evasión por omisión en ventas genera forado fiscal por S/ 1,100 millones.*
- Arce Vargas, A. R., & Huamán Huamán, Y. P. (2018). LOS COMPROBANTES DE PAGO Y LA RELACIÓN CON LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES PIZANA EXPRESS S.A.C. AÑOS 2017. TARAPOTO, TARAPOTO, Perú.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación 6ta Edición*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Arturo. (07 de 10 de 2014). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-son-los-negocios-multinivel/>
- Balbín Pino, A., & Muñoz Huamán, L. M. (2018). http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/611/T037_72187846_T.pdf?sequence=1&isAllowed=yhttp://repositorio.upla.edu.pe. Obtenido de <http://repositorio.upla.edu.pe>:

http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/611/T037_72187846_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Benavides Moreira, E. P. (2018). *Análisis de la facturación electrónica como un mecanismo de prevención del fraude fiscal internacional*. Quito.

Bustamante Aquino, Y. H., & Pacheco Vizcarra, F. (2018). *INCIDENCIAS: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE EMISIÓN ELECTRÓNICA FRENTE AL SISTEMA DE EMISIÓN FÍSICA EN PRINCIPALES CONTRIBUYENTES EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2018*. Arequipa.

Collosa, A. (25 de 06 de 2019). *Centro Interamericano de Administración Tributaria*. Obtenido de Centro Interamericano de Administración Tributaria: <https://www.ciat.org/cuales-son-las-causas-de-la-evasion-tributaria/>

CPE SUNAT. (19 de diciembre de 2018). *cpe.sunat.gob.pe*. Obtenido de http://cpe.sunat.gob.pe/informacion_general/cpe

CREO Omnilife. (2019). *OMNILIFE*. Obtenido de OMNILIFE: <https://creoomnilife.zendesk.com/hc/es-pe/articles/360051384311--Qué-tipo-de-ganancias-puedo-obtener-con-OMNILIFE->

De los Angeles Crespo Cuesta, E., & Contreras Moscol, D. J. (2016). *Estimación Del Impacto De La Aplicación De Facturación Electrónica En La Brecha De Veracidad De Los Contribuyentes Especiales De La Ciudad De Guayaquil Durante El Periodo Fiscal 2014*. Guayaquil.

DXN INTERNATIONAL PERU S.A.C. (s.f.). https://www.dxn2ulatam.com/business/form-download/IOC/ioc-introduction_pe.pdf. Obtenido de

https://www.dxn2ulatam.com/business/form-download/IOC/ioc-introduction_pe.pdf:

https://www.dxn2ulatam.com/business/form-download/IOC/ioc-introduction_pe.pdf

El blog de la ética. (11 de 2014). <https://blogeticaprof.wordpress.com>. Obtenido de

<https://blogeticaprof.wordpress.com/etica-personal/>

EL COMERCIO. (11 de 11 de 2011). elcomercio.com. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/opinion/carga-tributaria-1.html>

Encuesta. (16 de 02 de 2017). [Significados.com](http://significados.com). Obtenido de

<https://www.significados.com/encuesta/>

García, A. (27 de 12 de 2017). <http://www.el-nacional.com>. Obtenido de [http://www.el-](http://www.el-nacional.com/noticias/columnista/etica-personal_216865)

[nacional.com/noticias/columnista/etica-personal_216865](http://www.el-nacional.com/noticias/columnista/etica-personal_216865)

Gonzalez, W. (13 de 05 de 2009). <http://recodatos.blogspot.com>. Obtenido de

<http://recodatos.blogspot.com/2009/05/tecnicas-de-recoleccion-de-datos.html>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *METODOLOGÍA*

de la investigación. Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial

Mexicana.

Marroquín, R. (2012). DE LA METODOLOGÍA.

Merino, O. (27 de marzo de 2019). www.rankia.pe. Obtenido de

<https://www.rankia.pe/blog/sunat-impuestos/2496526-que-impuesto-renta>

Merino, O. (27 de marzo de 2019). Obtenido de www.rankia.pe:

<https://www.rankia.pe/blog/sunat-impuestos/2496526-que-impuesto-renta>

NORMAS APA. (s.f.). *normasapa.net*. Obtenido de <http://normasapa.net/investigaciones-no-experimentales/>

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

OKDIARIO. (21 de 06 de 2018). *OKDIARIO*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>

Omnilife de México S.A. (10 de 2016). Obtenido de <https://estaticos.qdq.com/swdata/files/823/823832075/plan-de-compensacion-Omnilife.pdf>

Omnilife de México S.A. (09 de 2017). Obtenido de <https://omniaccion.com/wp-content/uploads/2019/06/Omnilife-Plan-de-Compensacion.pdf>

Omniproductos. (20 de 02 de 2018). *Omnilife*. Obtenido de Omnilife: <https://omniproductos.info/productos-omniproductos-life-informacion-beneficios-alimentacion-saludable/#:~:text=Magnum%20Omnilife%20Vitalidad%20y%20energía,corporal%20durante%20la%20actividad%20diaria.>

Osorio Rojas, R. (26 de 11 de 2001). *nodo50.org*. Obtenido de <https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>

Pérez Huete, J. (2015). Educación financiera y educación tributaria.

QUESTIONPRO. (s.f.). *questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

- Quilcate, J. (8 de diciembre de 2015). *El Negocio Multinivel en el Perú*. Obtenido de <https://jorgequilcate.com/new/2015/12/08/el-negocio-multinivel-en-el-peru/>
- Raffino, M. E. (06 de 03 de 2019). Obtenido de <https://concepto.de/metodo-cientifico/#ixzz5lO1JVjwH>
- Raigoza Hernandez, J. L. (26 de 10 de 2017). *gerencie.com*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/que-es-eso-de-la-carga-tributaria.html>
- Rentería, J. J. (3 de agosto de 2016). *MisAbogados.com*. Obtenido de <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-la-evasion-tributaria>
- Ríos, E. A. (octubre de 2012). *DXN conquistando fronteras*. Obtenido de <http://franquicia-dxn.blogspot.com/2012/10/pero-que-es-dxn-que-se-dedica.html>
- Rodríguez Rodríguez, L. (12 de 2016). <https://tienda.wolterskluwer.es>. Obtenido de <https://tienda.wolterskluwer.es/p/manual-de-procedimientos-de-gestion-y-recaudacion-tributaria>
- Romero Freire, M. (2018). FACTURACIÓN ELECTRÓNICA: UNA HERRAMIENTA DE CONTROL. *FACTURACIÓN ELECTRÓNICA: UNA HERRAMIENTA DE CONTROL*. GUAYAQUIL, GUAYAQUIL, ECUADOR.
- SANZ OLIVA, K. A. (2019). EMISIÓN DE LOS COMPROBANTES DE PAGO Y SU RELACIÓN CON LA EVASION TRIBUTARIA EN LA EMPRESA UNIPERSONAL KOKI'S EN EL DISTRITO DE PICHANAQUI EN EL AÑO 2018. *EMISIÓN DE LOS COMPROBANTES DE PAGO Y SU RELACIÓN CON LA EVASION TRIBUTARIA EN LA EMPRESA UNIPERSONAL KOKI'S EN EL DISTRITO DE PICHANAQUI EN EL AÑO 2018*. LIMA, LIMA, PAIS.

SUNAT. (s.f.). Obtenido de Portal SUNAT: <http://orientacion.sunat.gob.pe>

SUNAT. (s.f.). Obtenido de Portal SUNAT: <http://orientacion.sunat.gob.pe>

SUNAT. (2018). <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-electronicos-empresas/see-sol/comprobantes-que-se-pueden-emitir-desde-see-sol/factura-electronica-see-sol-portal/3749-concepto-y-caracteristicas-fac>. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe>

SUNAT. (30 de enero de 2019). *cpe SUNAT*. Obtenido de <http://cpe.sunat.gob.pe>

SUNAT. (s.f.). <http://orientacion.sunat.gob.pe>. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/preguntas-frecuentes-comprobante-de-pago-empresas/6776-02-preguntas-frecuentes-comprobantes-de-pago-electronicos-cpe>

SUNAT. (s.f.). orientacion.sunat.gob.pe. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/impuesto-general-a-las-ventas-y-selectivo-al-consumo/impuesto-general-a-las-ventas-igv-empresas>

SUNAT. (s.f.). *Portal Sunat*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe>

sunat. (s.f.). *SUNAT Portal*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe>

Tam Málaga, J., Giovanna, V., & Ricardo, O. (2008). TIPOS, MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. En J. Tam Málaga, V. Giovanna, & O. R. Ricardo, *TIPOS, MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA* (pág. 147).

TESISEINVESTIGACIONES. (12 de 04 de 2018). *tesiseinvestigaciones.com*. Obtenido de <https://www.tesiseinvestigaciones.com/instrumentos-de-recoleccion-de-datos.html>

UP! ESENCIA PERU. (06 de 01 de 2018). *upesenciaperu.com*. Obtenido de

<https://upesenciaperu.com/que-es-una-red-de-mercadeo/>

Villamizar Aza, C. (2016). FACTURA ELECTRÓNICA, MEDIDA PARA CONTRARRESTAR LA EVASIÓN. *FACTURA ELECTRÓNICA, MEDIDA PARA CONTRARRESTAR LA EVASIÓN*. BUCARAMANGA, COLOMBIA.

Villegas, E. (2014). *calameo*. Obtenido de calameo:

<https://www.calameo.com/read/003253409ce9495f60da2>

Villegas, H. (16 de enero de 2018). *blog.nubox.com*. Obtenido de <https://blog.nubox.com/que-es-un-tributo>

WOLTERS KLUWER. (05 de 11 de 2009). *guiasjuridicas.wolterskluwer.es*. Obtenido de

http://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASmjUxNLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAM-sH9jUAAAA=WKE

Yáñez Henríquez, J. (1 de 04 de 2016). EVASIÓN TRIBUTARIA: ATENTADO A LA EQUIDAD. Chile.

Zita, A. (2018). *diferenciador.com*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

ANEXOS

ANEXO 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
PG:	OG:	HG:	VARIABLE 1	MÉTODO: Científico
¿Qué relación existe entre la Omisión de Comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?	Determinar la relación que existe entre la Omisión de comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.	Existe una relación significativa entre la Omisión de Comprobantes de pago electrónicos y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.	<p>OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Omisión de Factura electrónica ▪ Omisión de Boletas de venta electrónica 	<p>TIPO: Investigación Aplicada</p> <p>NIVEL: Nivel correlacional</p> <p>DISEÑO: No probabilístico y Descriptivo correlacional</p> <p>Esquema:</p> <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 <--> r O2 </pre> <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación de la V. 1. O₂ = Observación de la V. 2. r = Correlación entre dichas variables.</p>
PE1:	OE1:	HE1:	VARIABLE 2	
¿Qué relación existe entre la Omisión de Factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?	Establecer la relación que existe entre la Omisión de Factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.	Existe una relación significativa entre la Omisión de Factura electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.	<p>EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS</p>	

<p>PE3: ¿Qué relación existe entre la Omisión de Boleta de venta electrónica y Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018?</p>	<p>OE3: Establecer la relación que existe entre la Omisión de Boleta de venta electrónica y Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.</p>	<p>HE3: Existe una relación significativa entre la Omisión de Boleta de venta electrónica y la Evasión del Impuesto General a las Ventas en las Redes de Mercadeo en Huancayo - 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evasión del Impuesto General a las Ventas 	<p>POBLACIÓN: 110 empresarios quienes pertenecen a las redes de mercadeo de Omnilife y DXN.</p> <p>MUESTRA: 86 empresarios quienes pertenecen a las redes de mercadeo de Omnilife y DXN de Huancayo</p> <p>TÉCNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario</p>
--	---	--	---	--

ANEXO 2
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
V1	<p>Según el Diccionario de la lengua española (2016) la omisión es “infracción penal cometida por haber dejado voluntariamente de hacer alguna cosa que la ley manda realiza.”</p> <p>Según la SUNAT (2018) el comprobante de pago electrónico “se refiere a cualquier documento regulado por la SUNAT que certifica la entrega de bienes, el uso de bienes o la prestación de servicios. Para su generación, se utiliza una herramienta informática autorizada por la SUNAT.”</p>	<p>En la actualidad la SUNAT opta por obligar a los contribuyentes a emitir comprobantes de pago electrónicos entre los más comunes tenemos: facturas electrónica y boletas de venta electrónica, es donde existe una forma de omisión con respecto la emisión de estas (SUNAT, 2018.).</p>	Omisión de Factura electrónica	Desconocimiento para emitir factura electrónica.	1,2,3	ORDINAL
OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICO				Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar factura electrónica al cliente o consumidor.	4	
				Deseo de generar mayores ingresos.	5,6	
				Falta de ética en el pago del impuesto.	7,8	
			Omisión de Boletas de venta electrónica	Desconocimiento para emitir boleta de venta electrónica.	9,10,11	
				Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar boleta de venta electrónica al cliente o consumidor.	12	

				Deseo de generar mayores ingresos.	13,14	
				Falta de ética en el pago del impuesto.	15,16	
V2	La evasión tributaria ocurre cuando un individuo incumple la ley, al deja de pagar total o parcialmente de un impuesto que le corresponde, este incumplimiento afecta negativamente las Finanzas Públicas y otorga al contribuyente beneficio indebidos. Entre las causas de la evasión se incluye, tasas impositivas elevadas, falta de liquidez en las empresas, la resistencia al pago de impuestos y la desconfianza en las autoridades responsables de su administración. (Ávila, 2018)	La evasión del impuesto general a las ventas es infringir la ley, al dejar de pagar el total o parcial del IGV, este incumplimiento afecta la a los recursos del país, algunas de las causas son la alta tasa impositiva, la presión tributaria, la falta de liquidez en la empresa, la falta de conocimiento de los beneficios tributarios, la resistencia al pago del impuesto y la desconfianza en las autoridades de su		Tasa del Impuesto general a las ventas	17	
EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS			Evasión del impuesto general a las ventas	Presión tributaria	18	
				Liquidez	19,20	
				Beneficios tributarios	21,22	
				Resistencia al pago del impuesto	23	
				Desconfianza en las autoridades de su administración	24, 25	

	<p>EL Impuesto General a las Ventas (IGV) es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está destinado para el usuario o consumidor final, donde se encuentra en el precio de compra de los productos que adquieren estos (SUNAT 2018).</p>	<p>administración. (Ávila, 2018)</p>				
--	--	--------------------------------------	--	--	--	--

ANEXO 3
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	RESPUESTA
V1	D1 Omisión de Factura electrónica	Desconocimiento para emitir factura electrónica.	1. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de factura electrónica 2. Desconoce que la factura electrónica se emite a personas jurídicas y/o naturales que tienen RUC. 3. Desconoce que no emitir facturas electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	Escala de Likert 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indeciso 4 = De acuerdo
OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICO		Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar factura electrónica al cliente o consumidor.	4. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la factura electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	
		Deseo de generar mayores ingresos.	5. No siempre emite facturas electrónicas por las ventas o servicios que brinda. 6. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una factura electrónica lo paga el último consumidor.	
		Falta de ética en el pago del impuesto.	7. Desconoce que al emitir una factura electrónica los empresarios contribuyen al desarrollo de la sociedad. 8. El contribuyente no considera los valores como la honestidad, responsabilidad y transparencia al emitir una factura electrónica.	

	D2 Omisión de Boletas de venta electrónica	Desconocimiento para emitir boleta de venta electrónica.	9. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de boleta de venta electrónica. 10. Desconoce que la boleta de venta electrónica se emite a personas que no tienen RUC. 11. Desconoce que no emitir boletas de venta electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	5 = Totalmente de acuerdo
Desconocimiento de la obligación de emisión y entregar boleta de venta electrónica al cliente o consumidor.		12. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la boleta de venta electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.		
Deseo de generar mayores ingresos.		13. No siempre emite boletas de venta electrónicas por las ventas o servicios que brinda. 14. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una boleta de venta electrónica lo paga el último consumidor.		
Falta de ética en el pago del impuesto.		15. Desconoce que al emitir una boleta de venta electrónica el empresario contribuye al desarrollo de la sociedad. 16. El contribuyente no considera los valores como la honestidad, responsabilidad y transparencia al emitir una boleta de venta electrónica.		
V2	D1	Tasa del Impuesto general a las ventas	17. La tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) no es razonable.	

EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	Evasión del impuesto general a las ventas	Presión tributaria	18. No es adecuada las imposiciones tributarias que emplea la SUNAT para el cumplimiento del pago de Impuesto General a las Ventas (IGV).	
		Liquidez	19. El pagar el Impuesto General a las Ventas afecta a los ingresos del contribuyente. 20. Desconoce que pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) es una obligación del contribuyente.	
		Beneficios tributarios	21. Desconoce que exista beneficios tributarios con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV) para los contribuyentes. 22. Desconoce que la prórroga del pago del IGV (IGV justo) beneficia a los contribuyentes en el pago de impuestos sin intereses.	
		Resistencia al pago del impuesto	23. El no pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) no afecta a la sociedad en su desarrollo.	
		Desconfianza en las autoridades de su administración	24. Desconoce que el destino de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) es para las obras sociales, servicios públicos y entre otros. 25. No está de acuerdo con la distribución de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las obras sociales, servicios públicos y entre otros por parte del estado.	

ANEXO 4

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN

CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES

Estimado sr(a):

El presente cuestionario tiene como objetivo determinar la relación que existe entre omisión de Comprobantes de pagos electrónicos y la Evasión del Impuesto general a las ventas. Tenga en cuenta que sus respuestas son muy valiosas sólo para este trabajo.

Información general:

Antes de responder, debe tener en cuenta lo siguiente:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Es importante que las respuestas sean de manera verídica y honesta.
- Llenar el cuestionario con lapicero.
- Tener en cuenta que se tiene una sola opción para marcar por cada una de las interrogantes.
- Asegúrese de responder todas las interrogantes.
- Responder las interrogantes marcando un aspa (X).

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

PREGUNTAS	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICO (V1)					

PREGUNTAS	TOTALME NTE EN DESACUE RDO	EN DESACUE RDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALME NTE DE ACUERDO
1. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de factura electrónica					
2. Desconoce que la factura electrónica se emite a personas jurídicas y/o naturales que tienen RUC.					
3. Desconoce que no emitir facturas electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).					
4. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la factura electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.					
5. No siempre emite facturas electrónicas por las ventas o servicios que brinda.					
6. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una factura electrónica lo paga el último consumidor.					
7. Desconoce que al emitir una factura electrónica los empresarios contribuyen al desarrollo de la sociedad.					
8. El contribuyente no considera los valores como la honestidad, responsabilidad y transparencia al emitir una factura electrónica.					
9. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de boleta de venta electrónica.					
10. Desconoce que la boleta de venta electrónica se emite a personas que no tienen RUC.					
11. Desconoce que no emitir boletas de venta electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).					
12. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la boleta de venta electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.					
13. No siempre emite boletas de venta electrónicas por las ventas o servicios que brinda.					

PREGUNTAS	TOTALME NTE EN DESACUE RDO	EN DESACUE RDO	INDECISO	DE ACUERDO	TOTALME NTE DE ACUERDO
14. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una boleta de venta electrónica lo paga el último consumidor.					
15. Desconoce que al emitir una boleta de venta electrónica el empresario contribuye al desarrollo de la sociedad.					
16. El contribuyente no considera los valores como la honestidad, responsabilidad y transparencia al emitir una boleta de venta electrónica.					
EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS (V2)					
17. La tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) no es razonable.					
18. No es adecuada las imposiciones tributarias que emplea la SUNAT para el cumplimiento del pago de Impuesto General a las Ventas (IGV).					
19. El pagar el Impuesto General a las Ventas afecta a los ingresos del contribuyente.					
20. Desconoce que pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) es una obligación del contribuyente.					
21. Desconoce que exista beneficios tributarios con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV) para los contribuyentes.					
22. Desconoce que la prórroga del pago del IGV (IGV justo) beneficia a los contribuyentes en el pago de impuestos sin intereses.					
23. El no pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) no afecta a la sociedad en su desarrollo.					
24. Desconoce que el destino de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) es para las obras sociales, servicios públicos y entre otros.					
25. No está de acuerdo con la distribución de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las obras sociales, servicios públicos y entre otros por parte del estado.					

Gracias por su valiosa colaboración

ANEXO 5

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

CUESTIONARIO:

Omisión de Emitir Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018

Experto	Grado académico	Opinión
Dr. Armando Juan Adatao Avila	Dr. Ciencias Contables y Empresariales	Nivel alto
Dr. Luis Florencio Mucha Hospinal	Dr. En Educación	Nivel alto
Dr. Richard Víctor Díaz Urbano	Dr. En Ciencias Contables Y Empresariales	Nivel alto

Fuente: Ficha de Evaluación del cuestionario

Según las opiniones de los expertos el instrumento tiene un nivel alto lo cual nos demuestra la validez del instrumento.

Confiabilidad

Para medir la confiabilidad del instrumento, el instrumento fue aplicado a una muestra piloto compuesta por 15 empresarios que forman parte de redes de mercadeo con características similares a las de la muestra principal.

Para ello, se empleó el coeficiente Alfa de Croanbach, que mide la consistencia interna del cuestionario, para realizar el cálculo, se utilizó el software estadístico SPSS.

Interpretación de coeficiente de Alfa de Cronbach:

George y Mallery (2003, p. 231) citado por Mucha, L (2018, p,75) sugiere las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa >.9 es excelente

Coeficiente alfa >.8 es bueno

Coeficiente alfa >.7 es aceptable

Coeficiente alfa >.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >.5 es pobre

Coeficiente alfa <.5 es inaceptable

La confiabilidad del instrumento se hizo teniendo en cuenta los indicadores de la Omisión de comprobantes de pago electrónicos y de la variable evasión del impuesto general a las ventas, con un total 16 de preguntas para la variable omisión de comprobantes de pago electrónico y con un total de 9 preguntas para la variable evasión de impuesto general a las ventas.

Para la Variable omisión de comprobantes de pago electrónicos 0.710 de confiabilidad.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: elaboración propia

Estadísticas de fiabilidad Omisión de comprobantes de pago electrónicos

Alfa de Cronbach	N de elementos
,710	16

Fuente: elaboración propia

El coeficiente determinado $\alpha = 0,710$ y según la escala, el instrumento tiene una interpretación aceptable, en consecuencia, el instrumento tiene una validez alta y confiabilidad aceptable, condiciones necesarias para su aplicación del cuestionario.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

Para la variable Evasión del impuesto general a las ventas se obtuvo el 0.745 de confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad Evasión del impuesto general a las ventas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,745	9

Fuente: elaboración propia

El coeficiente determinado $\alpha = 0,745$ y según la escala, el instrumento tiene una interpretación aceptable, en consecuencia, como el instrumento

tiene una validez alta y confiabilidad aceptable, son las condiciones necesarias para su aplicación del cuestionario.

Después de confirmar la validez y confiabilidad del instrumento, se llevó a cabo la recolección de datos. Esto implicó la aplicación de una encuesta a los empresarios que forman parte de las redes de mercadeo en el cercado de Huancayo. Esta encuesta se administró a los miembros de Omnilife y a DXN, que conforman la muestra. Durante este proceso, se aprovechó para sensibilizar a los participantes y proporcionar una breve orientación, una vez completada la recopilación de datos, se crearon tablas de frecuencia, y estas tablas se organizaron utilizando el software Excel para su posterior análisis en el SPSS.

JUICIO DE EXPERTOS

ANEXO 6

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado Juez: Usted ha sido designado para evaluar el instrumento "OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS" que hace parte de la investigación OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO-2018. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados adecuadamente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del Juez: **ARMANDO JUAN ADAUTO AVILA**

Formación académica: **CONTADOR PÚBLICO**

Áreas de experiencia profesional: **AUDITORIA FINANCIERA**

Tiempo: **32 años** cargo actual: **Jefe de la oficina de auditoría y control interno**

Institución: **UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4.Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 1: OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS
Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
V1d1 OMISIÓN DE FACTURA ELECTRÓNICA	1. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de factura electrónica	4	4	4	4	4	
	2. Desconoce que la factura electrónica se emite a personas jurídicas y/o naturales que tienen RUC.	4	4	4	4	4	
	3. Desconoce que no emitir facturas electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	4. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la factura electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	4	4	
	5. No siempre emite facturas electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4	4	
	6. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una factura electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	4	4	
	7. Desconoce que al emitir una factura electrónica lo empresario contribuyen al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	4	4	
	8. El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una factura electrónica.	4	4	4	4	4	
V1d2 OMISIÓN DE BOLETAS DE VENTA ELECTRÓNICA	9. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de boleta de venta electrónica.	4	4	4	4	4	
	10. Desconoce que la boleta de venta electrónica se emite a personas que no tienen RUC.	4	4	4	4	4	
	11. Desconoce que no emitir boletas de venta electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	12. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la boleta de venta electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	4	4	
	13. No siempre emite boletas de venta electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4	4	
	14. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una boleta de venta electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	4	4	
	15. Desconoce que al emitir una boleta de venta electrónica el empresario contribuye al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	4	4	

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
	16. El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una boleta de venta electrónica.	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS							

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Validez de contenido

Encuesta: OMISIÓN DE EMITIR COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS

Cuadro N° 1

Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ARMANDO JUAN ADAUTO AVILA	DR. CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES	16	Nivel Alto

Sello y Firma:


 INSTITUCIÓN EDUCATIVA ANTES
 de la Universidad de la Guayana
 Dr. Armando Adauto Avila
 C. P. E.

ANEXO 6

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado Juez: Usted ha sido designado para evaluar el instrumento “**EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS**” que hace parte de la investigación “**OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO-2018**”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del Juez: **ARMANDO JUAN ADAUTO AVILA**
 Formación académica: **CONTADOR PÚBLICO**
 Áreas de experiencia profesional: **AUDITORIA FINANCIERA**
 Tiempo: **32 años** cargo actual: **Jefe de la oficina de auditoría y control interno**
 Institución: **UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4.Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 2: EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
V2d1 EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	17. La tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) no es razonable.	4	4	4	4	4	
	18. No es adecuada las imposiciones tributarias que emplea la SUNAT para el cumplimiento del pago de Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	19. El pagar el Impuesto General a las Ventas afecta a los ingresos del contribuyente.	4	4	4	4	4	
	20. Desconoce que pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) es una obligación del contribuyente.	4	4	4	4	4	
	21. Desconoce que exista beneficios tributarios con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV) para los contribuyentes.	4	4	4	4	4	
	22. Desconoce que la prórroga del pago del IGV (IGV justo) beneficia a los contribuyentes en el pago de impuestos sin intereses.	4	4	4	4	4	
	23. El no pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) no afecta a la sociedad en su desarrollo.	4	4	4	4	4	
	24. Desconoce que el destino de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) es para las obras sociales, servicios públicos y entre otros.	4	4	4	4	4	
	25. No está de acuerdo con la distribución de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las obras sociales, servicios públicos y entre otros por parte del estado.	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS							

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido
Encuesta: EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LA VENTAS

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ARMANDO JUAN ADAUTO AVILA	DR. CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES	9	Nivel Alto

Sello y Firma:


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
Dr. Armando Adauto Avila
C. P. E.

ANEXO 6

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado Juez: Usted ha sido designado para evaluar el instrumento “OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS” que hace parte de la investigación OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO-2018. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados adecuadamente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del Juez: **RICHAR VICTOR DIAZ URBANO**

Formación académica: **CONTADOR PÚBLICO**

Áreas de experiencia profesional: **AUDITOR TRIBUTARIO**

Tiempo: **20 años** cargo actual: **Docente Universitario**

Institución: **UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4.Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 1: OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS
Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGUN ITEMS	OBSERVACIONES
V1d1 OMISIÓN DE FACTURA ELECTRÓNICA	1. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de factura electrónica	4	4	4	4		
	2. Desconoce que la factura electrónica se emite a personas jurídicas y/o naturales que tienen RUC.	4	4	4	4		
	3. Desconoce que no emitir facturas electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4		
	4. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la factura electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	2		
	5. No siempre emite facturas electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4		
	6. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una factura electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	2		
	7. Desconoce que al emitir una factura electrónica lo empresario contribuyen al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	3		
	8. El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una factura electrónica.	4	4	4	4		
V1d2 OMISIÓN DE BOLETAS DE VENTA ELECTRÓNICA	9. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de boleta de venta electrónica.	4	4	4	4		
	10. Desconoce que la boleta de venta electrónica se emite a personas que no tienen RUC.	4	4	4	4		
	11. Desconoce que no emitir boletas de venta electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4		
	12. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la boleta de venta electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	3		
	13. No siempre emite boletas de venta electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4		
	14. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una boleta de venta electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	3		
	15. Desconoce que al emitir una boleta de venta electrónica el empresario contribuye al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	3		

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGUN ITEMS	OBSERVACIONES
	16. El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una boleta de venta electrónica.	4	4	4	4		
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS							

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Encuesta: OMISIÓN DE COMPONENTES DE PAGO ELECTRONICOS

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
RICHAR VICTOR DIAZ URBANO	DR. EN CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES	16	Alto

Sello y Firma:


 Dr. CPCC Richard V. Diaz Urbano
 MAT. 534

ANEXO 6

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado Juez: Usted ha sido designado para evaluar el instrumento “EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS” que hace parte de la investigación “OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO-2018”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del Juez: **RICHAR VICTOR DIAZ URBANO**
 Formación académica: **CONTADOR PÚBLICO**
 Áreas de experiencia profesional: **AUDITOR TRIBUTARIO**
 Tiempo: **20 años** cargo actual: **Docente Universitario**
 Institución: **UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4.Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 2: EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
V2d1 EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	17. La tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) no es razonable.	4	4	4	4		
	18. No es adecuada las imposiciones tributarias que emplea la SUNAT para el cumplimiento del pago de Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4		
	19. El pagar el Impuesto General a las Ventas afecta a los ingresos del contribuyente.	4	4	4	4		
	20. Desconoce que pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) es una obligación del contribuyente.	4	4	4	4		
	21. Desconoce que exista beneficios tributarios con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV) para los contribuyentes.	4	4	4	4		
	22. Desconoce que la prórroga del pago del IGV (IGV justo) beneficia a los contribuyentes en el pago de impuestos sin intereses.	4	4	4	4		
	23. El no pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) no afecta a la sociedad en su desarrollo.	4	4	4	4		
	24. Desconoce que el destino de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) es para las obras sociales, servicios públicos y entre otros.	4	4	4	4		
	25. No está de acuerdo con la distribución de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las obras sociales, servicios públicos y entre otros por parte del estado.	4	4	4	4		
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS							

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

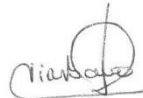
Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido
Encuesta: EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
RICHAR VICTOR DIAZ URBANO	DR. EN CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES	9	Alto

Sello y Firma:



Dr. CPCC. Richard V. Diaz Urbano
MAT. 534

ANEXO 6

VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN

Planilla Juicio de Expertos

Respetado Juez: Usted ha sido designado para evaluar el instrumento "OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS" que hace parte de la investigación OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN REDES DE MERCADEO HUANCAYO-2018. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados adecuadamente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del Juez: LUIS FLORENCIO MUCHA HOSPINAL

Formación académica: LICENCIADO EN MATEMÁTICA Y FÍSICA

Áreas de experiencia profesional: ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN

Tiempo: 26 años cargo actual: Docente Universitario

Institución: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1.Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2.Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3.Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4.Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 1: OMISIÓN DE COMPROBANTES DE PAGO ELECTRÓNICOS
Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEM	OBSERVACIONES
V1d1 OMISIÓN DE FACTURA ELECTRÓNICA	1. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de factura electrónica	4	4	4	4	4	
	2. Desconoce que la factura electrónica se emite a personas jurídicas y/o naturales que tienen RUC.	4	4	4	4	4	
	3. Desconoce que no emitir facturas electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	4. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la factura electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	4	4	
	5. No siempre emite facturas electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4	4	
	6. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una factura electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	4	4	
	7. Desconoce que al emitir una factura electrónica lo empresario contribuyen al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	4	4	
	8. El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una factura electrónica.	4	4	4	4	4	
V1d2 OMISIÓN DE BOLETAS DE VENTA ELECTRÓNICA	9. Hay ausencia de orientación para el uso del sistema de emisión de boleta de venta electrónica.	4	4	4	4	4	
	10. Desconoce que la boleta de venta electrónica se emite a personas que no tienen RUC.	4	4	4	4	4	
	11. Desconoce que no emitir boletas de venta electrónicas ocasiona incumplimiento de la obligación sustancial del Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	12. Desconoce que a partir de S/ 5 es obligatorio emitir y entregar la boleta de venta electrónica; y si el comprador o el usuario del servicio le pide por un monto menor, también se debe hacer.	4	4	4	4	4	
	13. No siempre emite boletas de venta electrónicas por las ventas o servicios que brinda.	4	4	4	4	4	
	14. Desconoce que el Impuesto General a las ventas que se genera al emitir una boleta de venta electrónica lo paga el último consumidor.	4	4	4	4	4	
	15. Desconoce que al emitir una boleta de venta electrónica el empresario contribuye al desarrollo de la sociedad.	4	4	4	4	4	

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACIÓN (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
	16.El contribuyente no considera los valores como la honesto, responsable y transparente al emitir una boleta de venta electrónica.	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS		4	4	4	4		

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto
----------------------	---

Validez de contenido

Encuesta:

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
LUIS FLORENCIO MUCHA HOSPINAL	DR. EN EDUCACIÓN	16	muy alta

Sello y Firma:



CUESTIONARIO 2: EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
V2d1 EVASIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	17. La tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) no es razonable.	4	4	4	4	4	
	18. No es adecuada las imposiciones tributarias que emplea la SUNAT para el cumplimiento del pago de Impuesto General a las Ventas (IGV).	4	4	4	4	4	
	19. El pagar el Impuesto General a las Ventas afecta a los ingresos del contribuyente.	4	4	4	4	4	
	20. Desconoce que pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) es una obligación del contribuyente.	4	4	4	4	4	
	21. Desconoce que exista beneficios tributarios con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV) para los contribuyentes.	4	4	4	4	4	
	22. Desconoce que la prórroga del pago del IGV (IGV justo) beneficia a los contribuyentes en el pago de impuestos sin intereses.	4	4	4	4	4	
	23. El no pagar el Impuesto General a las Ventas (IGV) no afecta a la sociedad en su desarrollo.	4	4	4	4	4	
	24. Desconoce que el destino de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) es para las obras sociales, servicios públicos y entre otros.	4	4	4	4	4	
	25. No está de acuerdo con la distribución de la recaudación del Impuesto General a las Ventas (IGV) para las obras sociales, servicios públicos y entre otros por parte del estado.	4	4	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS		4	4	4	4		

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Encuesta:

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
LUIS FLORENCIO MUCHA HOSPINAL	DR. EN EDUCACIÓN	9	muy alto

Sello y Firma:



ANEXO 6

LA DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

VARIABLE 1: Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos.

Omisión de Comprobantes de pago electrónicos																
	Omisión de Factura electrónica								Omisión de Boletas de venta electrónica							
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16
1	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	4	3	5	3	5
2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	5	4	2	3	4	3	5
3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	5	2	5	2	2	1
4	2	1	1	1	3	2	1	5	3	5	3	2	3	2	5	5
5	2	3	2	1	3	3	1	2	2	4	5	4	2	3	5	5
6	4	2	3	2	1	1	1	1	4	2	5	5	1	5	5	5
7	2	2	2	2	1	2	1	1	3	4	2	1	5	2	5	5
8	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	5	2	5	5	2	5
9	2	3	1	2	1	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	5
10	1	1	2	2	2	2	2	1	4	4	4	2	2	5	5	1
11	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	1	5	5	3	5	5
12	3	1	3	1	2	1	2	1	3	1	1	5	1	5	5	1
13	1	3	3	2	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	1	5
14	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	3	2	4	3	4	4
15	1	1	2	2	1	2	3	2	1	3	5	2	1	5	5	5
16	2	2	1	1	3	2	2	3	2	3	3	2	4	4	4	5
17	1	2	1	2	2	1	1	5	2	3	3	2	5	2	5	5
18	1	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	2	5	2	5	5
19	1	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	2	1	4	4	1
20	2	1	2	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	4	4
21	1	1	1	3	1	1	1	1	5	1	5	3	5	2	5	1
22	3	2	2	3	2	2	1	5	1	5	1	5	5	4	5	5
23	3	1	3	1	2	2	2	5	3	2	2	4	4	4	4	4
24	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	5	3
25	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2
26	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	5	3	5	3	5
27	2	2	1	3	1	1	1	3	2	5	4	3	4	4	4	4
28	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	5	5	4	4
29	2	2	2	2	2	3	1	1	2	4	4	4	2	3	2	3
30	2	2	2	1	2	2	1	1	4	1	4	4	2	4	4	4
31	3	2	2	3	1	3	1	1	3	2	4	4	2	3	4	4
32	2	2	2	1	2	1	2	2	4	4	2	4	2	2	2	2
33	2	1	1	4	2	1	2	4	3	3	2	2	5	5	5	5
34	3	3	2	2	2	1	1	1	5	3	2	2	2	5	5	4

35	4	2	2	3	3	3	1	1	3	2	4	2	3	4	5	4
36	1	1	5	2	5	2	2	5	3	2	5	1	5	5	5	5
37	2	3	3	1	3	1	1	2	4	2	3	3	2	4	2	2
38	4	2	2	2	2	2	1	2	4	3	3	3	2	4	2	2
39	2	2	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2	3	4	4	4
40	2	4	2	5	2	3	1	1	5	2	5	1	5	2	5	5
41	2	1	2	1	3	3	1	1	5	2	2	5	5	2	5	5
42	2	1	1	1	2	2	5	4	5	1	2	5	2	5	5	5
43	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	4	2	5	5	5	5
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5	4
45	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	4	4	4	2	2
46	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	1	5	3	5	5
47	3	1	3	2	2	3	1	2	4	5	4	2	4	3	5	5
48	3	2	2	1	2	3	2	1	3	3	2	5	2	5	2	5
49	3	3	1	3	1	2	3	3	5	1	5	3	3	3	5	5
50	3	2	2	1	2	1	1	3	4	2	2	2	4	4	4	3
51	2	1	2	3	1	5	5	2	1	5	2	1	5	5	5	4
52	2	1	2	1	2	2	1	2	1	5	2	5	3	5	3	1
53	2	4	2	4	1	2	4	2	1	4	2	4	4	4	5	4
54	3	2	1	1	2	5	5	3	4	2	2	2	4	4	4	3
55	3	2	1	3	2	5	1	3	4	2	2	2	4	4	2	3
56	5	2	2	1	1	3	1	2	4	2	2	4	4	4	4	4
57	2	2	2	3	3	2	3	1	5	2	2	3	5	5	4	4
58	5	3	1	3	1	1	1	1	5	4	4	3	1	1	4	4
59	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2
60	1	1	2	2	2	4	2	4	5	2	1	1	5	4	4	4
61	1	2	2	2	1	3	3	3	4	2	1	5	2	5	3	4
62	2	1	1	3	2	1	1	1	5	1	1	3	4	3	5	5
63	3	1	2	3	3	3	1	4	5	2	1	5	5	5	5	5
64	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	5	5	2	5
65	2	1	2	1	2	1	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2
66	2	1	2	1	2	3	2	2	3	3	3	2	2	5	3	5
67	2	3	2	2	2	1	1	1	4	4	5	5	5	1	1	1
68	2	3	2	2	2	2	5	1	3	3	1	5	1	5	3	5
69	4	1	1	1	4	1	1	1	4	3	1	1	5	5	5	5
70	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	3	1	5	5	5
71	4	2	2	1	2	1	2	2	5	2	2	1	5	5	1	5
72	2	1	4	2	2	3	1	2	5	3	2	2	2	3	1	5
73	2	2	2	3	2	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2
74	2	1	2	5	2	1	1	1	5	1	5	5	2	1	5	5
75	2	1	2	2	2	1	1	1	5	1	5	5	2	1	5	5
76	4	2	3	2	1	3	3	2	4	2	3	2	5	3	5	3
77	1	2	3	2	2	3	2	1	5	2	3	5	5	3	2	2
78	1	2	3	2	2	2	2	1	2	4	2	3	2	2	3	5
79	4	2	3	2	2	1	2	1	4	2	3	2	4	3	2	4

80	3	2	3	3	2	1	1	1	3	2	2	3	2	2	5	5
81	2	2	3	2	3	3	2	1	2	5	5	2	5	3	5	5
82	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4
83	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	5	5	5
84	1	2	2	2	2	2	2	1	5	2	2	2	5	2	5	5
85	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	5	2	3	5	2	5
86	4	2	2	3	2	2	3	2	4	2	5	3	5	2	4	5

VARIABLE 2: Evasión del impuesto general a las ventas.

Evasión del Impuesto General a las Ventas									
	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23	P 24	P 25
1	3	2	2	3	3	3	4	5	4
2	2	4	2	2	5	2	2	4	2
3	2	1	5	2	3	3	2	2	2
4	2	5	2	4	2	1	2	1	4
5	2	5	3	5	5	2	1	5	1
6	5	2	2	4	2	2	5	5	4
7	5	2	3	1	2	5	4	1	1
8	5	1	2	2	5	2	5	5	2
9	1	4	2	1	2	4	5	4	5
10	1	5	1	5	5	1	1	1	5
11	5	5	2	1	5	1	2	3	1
12	2	2	5	1	2	1	3	4	1
13	3	4	3	5	3	2	2	1	1
14	3	3	2	2	3	2	2	5	1
15	5	1	2	1	1	1	5	5	5
16	2	5	3	2	5	2	2	1	2
17	5	1	2	5	2	5	1	4	1
18	5	1	2	5	2	4	1	4	1
19	5	1	2	1	2	1	1	4	1
20	3	2	2	2	3	3	2	4	4
21	1	5	5	1	2	2	5	1	1
22	5	4	4	4	4	5	5	5	1
23	3	5	3	1	5	4	4	1	1
24	3	4	4	1	3	4	1	1	4
25	2	4	2	2	4	3	2	4	2
26	4	3	4	5	3	3	1	5	5
27	1	4	1	1	3	5	4	3	5
28	5	3	3	1	2	1	1	4	1
29	3	1	2	5	1	5	2	4	5
30	5	1	4	1	4	1	4	1	1
31	3	3	3	2	3	3	5	5	1
32	4	2	2	1	2	3	2	4	2
33	4	3	2	5	2	3	5	5	3
34	4	2	2	5	3	3	5	5	1
35	5	1	2	5	5	2	1	1	1
36	3	3	3	5	1	3	5	5	5
37	4	2	2	2	3	3	5	2	4
38	4	2	2	2	3	3	2	2	4

39	2	4	2	2	5	3	5	4	2
40	5	1	2	5	5	2	4	5	5
41	3	4	4	2	3	3	2	5	5
42	4	2	5	3	3	2	2	5	5
43	4	4	5	2	5	4	5	4	2
44	2	4	2	5	4	3	2	4	2
45	4	3	4	2	2	2	2	4	2
46	4	5	3	5	1	3	2	1	1
47	2	4	4	3	5	5	4	5	4
48	3	3	4	2	5	3	2	3	5
49	3	1	3	5	5	5	5	3	5
50	5	1	1	2	3	3	4	5	5
51	5	1	2	1	5	5	4	5	5
52	5	2	2	1	5	4	2	2	2
53	4	1	2	2	5	5	4	5	4
54	5	1	1	2	3	3	5	5	5
55	5	1	1	1	2	3	5	5	5
56	4	1	2	4	4	2	5	5	5
57	4	2	4	4	4	5	2	5	5
58	5	1	1	1	4	3	4	4	5
59	1	5	5	1	1	1	1	1	4
60	5	4	2	1	5	5	2	2	5
61	4	1	5	1	5	5	1	4	5
62	3	5	3	1	2	3	4	1	1
63	5	4	2	3	5	5	3	3	5
64	2	4	2	2	2	1	2	4	5
65	2	3	2	2	2	2	3	3	3
66	2	3	5	5	2	2	3	3	3
67	5	2	5	1	3	5	1	4	1
68	5	1	5	1	3	5	3	3	3
69	1	5	5	5	4	1	2	2	2
70	1	5	5	4	1	5	2	3	2
71	5	1	4	1	4	2	1	5	5
72	3	4	4	1	3	2	2	4	5
73	3	3	5	3	3	3	4	3	5
74	5	1	1	4	3	2	4	5	1
75	5	4	1	1	3	2	4	5	1
76	4	2	5	5	3	3	2	4	4
77	4	5	5	1	3	3	2	4	4
78	2	2	5	2	2	3	2	4	4
79	4	2	2	2	3	3	2	4	5
80	3	4	3	2	1	3	2	4	5
81	3	3	4	5	4	3	5	4	5
82	2	4	2	2	4	3	2	4	5
83	2	4	2	2	5	3	2	4	5

84	4	2	2	2	3	3	5	4	4
85	4	3	2	2	5	4	2	5	5
86	5	4	2	2	4	3	5	4	5

ANEXO 7

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Nombre: Maria Suazo Bautista

Huancayo...19... de Julio...del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.


Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónico y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Nombre:  Miriam Mabel Granda Arias

Huancayo, 19 de Julio del 2019

D.R.N.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.



Nombre: Ernestina Sinche Villaverde

Huancayo..... de.....del 2019

DXN

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Nombre: T. Celina Gaspar Escobar

Huancayo...18... de...07...del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que esto lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.



Condori Ccente Beutris

Nombre: _____

Huancayo...18... de Julio...del 2019

0

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Nombre: ROLANDO RAYMONDO B.

Huancayo.....19..... de.....07.....del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Nombre:



PORFIRIO ARNE SAES

Huancayo, 19 de 07 del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.


Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.


Nombre: VILMA M. HARTH GARZA

Huancayo... 19 de julio... del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.



Nombre: Mercedes Ama Palomino Laureano

Huancayo...19 de Julio...del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.

Celia Ore

Nombre: _____

Huancayo..... de.....del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.



Nombre: Wilder Cerron Bastidas

Huancayo... 19 de Julio... del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944779042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.


Ernestina Villaverde

Nombre: _____

Huancayo..... de.....del 2019

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula, de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

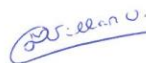
Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y Digna Marcañaupa Cuchula. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es recoger información acerca del tema "Omisión de Comprobantes de Pago Electrónicos y Evasión del Impuesto General a las Ventas en Redes de Mercadeo Huancayo-2018".

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula al teléfono 956690427 y/o 944778042.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Celsa Vilma Marcañaupa Cuchula y/o Digna Marcañaupa Cuchula a los teléfonos anteriormente mencionados.




Nombre: DORIS VILLAR VILCA

Huancayo.....19 de.....JULIO.....del 2019

ANEXO 8

CATÁLOGO DE PRECIOS DE OMNILIFE Y DXN

LISTA DE PRECIOS PRODUCTOS OMNILIFE PERU SAC TELEMARKETING										
<i>Av. José Galvéz Barrenechea # 298, Urb. Corpac, San Isidro, Lima, Perú</i>										
VIGENCIA A PARTIR DE ENERO DEL 2017										
CLAVE	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PTOS	PRECIO LISTA	20%	25%	30%	35%	40%	50%	PRECIO SUGERIDO
NUTRICIÓN A TU MEDIDA										
2313800	OMNI PLUS, CAJA 30 SOBRES	72	125.97	135.27	127.83	120.40	112.97	105.54	90.67	165.00
2360400	OMNIPLUS FRUTAS SUPREME, CAJA CON 30 SACHETS	76	126.74	136.09	128.62	121.14	113.66	106.18	91.23	166.00
2375930	OMNIPLUS SUPREME POLVO ACAI C/30SACH 150	76	126.74	136.09	128.62	121.14	113.66	106.18	91.23	166.00
5025516	OMNILIFE VKIDS DOYPACK 400 G	70	109.18	117.24	110.80	104.35	97.91	91.47	78.59	143.00
4260205	ALOE BETA LIMÓN SUPREME. BOTE 960 ML	24	39.7	42.63	40.29	37.95	35.60	33.26	28.58	52.00
4210205	ALOE BETA LIMÓN, BOTELLA 960 ML	23	38.17	40.99	38.73	36.48	34.23	31.98	27.47	50.00
4260204	ALOE BETA PIÑA SUPREME BOTE 960 ML	24	39.7	42.63	40.29	37.95	35.60	33.26	28.58	52.00
4210604	ALOE BETA PIÑA, BOTELLA 200 ML	3	8.25	9.74	9.25	8.76	8.27	7.79	6.81	11.70
4260604	ALOE BETA PINA SUPREME BOTELLA 200 ML	4	8.4	9.91	9.42	8.92	8.43	7.93	6.94	11.90
4210204	ALOE BETA PIÑA, BOTELLA 960 ML	23	38.17	40.99	38.73	36.48	34.23	31.98	27.47	50.00
3924734	AQTÚA MANDARINA SUPREME CAJA 30 SOBRES	111	124.45	133.63	126.29	118.95	111.61	104.26	89.58	163.00
4812300	EGO FRUTAS DEL BOSQUE. PAQ. CON 6 LATAS	23	53.44	63.06	59.91	56.75	53.60	50.45	44.14	75.70
1121800	EGO MINT, BOTE 480 G	66	117.58	126.26	119.32	112.38	105.45	98.51	84.63	154.00
1122200	EGO MINT, CAJA 30 SOBRES	63	109.94	118.05	111.57	105.08	98.59	92.11	79.13	144.00
1210600	EGO PLANT, BOTELLA DE 200 ML	3	8.25	9.74	9.25	8.76	8.27	7.79	6.81	11.70
1320900	ESTOP, CAJA CON 20 SOBRES	81	145.82	156.58	147.98	139.37	130.77	122.17	104.96	191.00
1810600	KOLINA, BOTELLA 200 ML	3	8.09	10.62	10.05	9.50	8.93	8.38	7.26	12.80
4023213	MIMIS CAJA 30 SOBRES	125	124.45	133.63	126.29	118.95	111.61	104.26	89.58	163.00
2125408	NEIGHURT DURAÑO SOYA DOYPACK 450 G	58	104.6	112.32	106.15	99.98	93.81	87.63	75.29	137.00
2125426	NEIGHURT PIÑA SOYA DOYPACK 450 G	58	104.6	112.32	106.15	99.98	93.81	87.63	75.29	137.00
2222200	OHLALA CAJA CON 30 SOBRES	75	122.92	131.99	124.74	117.49	110.23	102.98	88.48	161.00
2521300	OPTIMUS, BOTE 555 G	55	84.75	91.00	86.00	81.00	76.00	71.00	61.00	111.00
2523600	OPTIMUS, CAJA CON 30 SOBRES	55	84.75	91.00	86.00	81.00	76.00	71.00	61.00	111.00
3125318	OMNIFIT CHOCOLATE MEJORADO DOYPACK 600 G	68	109.18	117.24	110.80	104.35	97.91	91.47	78.59	143.00
3125321	OMNIFIT FRESA DOYPACK 600 G	69	109.18	117.24	110.80	104.35	97.91	91.47	78.59	143.00
3125317	OMNIFIT VAINILLA S/ LECHE DE VACA DOYPACK 600 G	66	102.31	109.86	103.82	97.79	91.75	85.72	73.64	134.00
3125316	OMNIFIT VAINILLA DOYPACK 600 G	66	102.31	109.86	103.82	97.79	91.75	85.72	73.64	134.00
3875700	UZO SUPREME. CAJA CON 30 SACHETS	160	215.3	231.19	218.49	205.78	193.08	180.38	154.97	282.00
5426218	OMNILIFE NOVAKID CHOCOLATE DOYPACK 560 G	74	112.99	121.33	114.66	108.00	101.33	94.66	81.33	148.00
5827415	OMNIVIU SUPREME CAJA CON 30 SOBRES	57	83.98	90.18	85.22	80.27	75.31	70.36	60.45	110.00
4520900	DUAL C - MIX, BOTE 600 G	36	57.26	61.49	58.11	54.73	51.35	47.97	41.22	75.00
4522200	DUAL C - MIX, CAJA CON 30 SOBRES	32	54.97	59.03	55.78	52.54	49.30	46.05	39.57	72.00
1421521	OMNILIFE FEM, BOTE 540 G	34	60.31	64.76	61.20	57.64	54.09	50.53	43.41	79.00
1422221	OMNILIFE FEM, CAJA 30 SOBRES	30	54.97	59.03	55.78	52.54	49.30	46.05	39.57	72.00
1721528	OMNILIFE HOMO, BOTE 540 G	34	60.31	64.76	61.20	57.64	54.09	50.53	43.41	79.00
1722228	OMNILIFE HOMO, CAJA 30 SOBRES	30	54.97	59.03	55.78	52.54	49.30	46.05	39.57	72.00
2422229	ONE PER MEAL MANGO CAJA CON 30 SOBRES	39	64.13	68.86	65.08	61.30	57.51	53.73	46.16	84.00
2421529	ONE PER MEAL MANGO, BOTE 540 G	42	67.95	72.96	68.96	64.95	60.94	56.93	48.91	89.00
3020700	STARBIEN, BOTE 615 G	43	69.48	74.61	70.51	66.41	62.31	58.21	50.01	91.00
3020730	STARBIEN, CAJA CON 30 SOBRES	44	73.29	78.70	74.37	70.05	65.73	61.40	52.75	96.00

CLAVE	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PTOS	PRECIO LISTA	20%	25%	30%	35%	40%	50%	PRECIO SUGERIDO
2922127	CAFECINO DE OLLA, BOTE 400 G	37	58.79	63.13	59.66	56.19	52.72	49.25	42.32	77.00
2923227	CAFECINO DE OLLA, CAJA CON 30 SOBRES	37	58.79	63.13	59.66	56.19	52.72	49.25	42.32	77.00
3322032	CAFECINO, BOTE 420 G	38	62.6	67.22	63.53	59.83	56.14	52.45	45.06	82.00
3322232	CAFECINO, CAJA CON 30 SOBRES	38	62.6	67.22	63.53	59.83	56.14	52.45	45.06	82.00
5174727	CAFEZINO DE OLLA SUPREME CAJA CON 30 SACHETS	49	74.06	79.53	75.16	70.79	66.42	62.05	53.31	97.00
5124732	CAFEZINO SUPREME, CAJA 30 SACHETS	49	74.06	79.53	75.16	70.79	66.42	62.05	53.31	97.00
4475910	DOLCE VITA SUPREME, CAJA CON 30 SACHETS	63	111.47	119.70	113.12	106.54	99.97	93.39	80.24	146.00
4710506	EGO COLA, PAQ. CON 6 LATAS	20	47.34	55.86	53.07	50.28	47.48	44.69	39.10	67.00
1571908	FIBER'N PLUS SUPREME DOYPACK 450 G	64	112.99	121.33	114.66	108.00	101.33	94.66	81.33	148.00
1521900	FIBER'N PLUS, CAJA 30 SOBRES	64	111.47	119.70	113.12	106.54	99.97	93.39	80.24	146.00
1940018	MAGIC SILUET, PAQ. 6 GALLETAS	14	27.49	29.52	27.90	26.27	24.65	23.03	19.79	36.00
7170921	OMNILIFE SHAKE SUPREME FRESA, CAJA 12 CON SOBRES	74	106.12	113.95	107.69	101.43	95.17	88.91	76.39	139.00
7170943	OMNILIFE SHAKE SUPREME COOKIES & CREAM, CAJA 12 CON SOBRES	74	106.12	113.95	107.69	101.43	95.17	88.91	76.39	139.00
3521505	TEATINO LIMÓN, BOTE 540 G	61	97.72	104.93	99.17	93.40	87.64	81.87	70.34	128.00
3575605	TEATINO LIMON SUP CAJA/30 SACH 225 G	53	90.09	96.74	91.42	86.11	80.79	75.48	64.85	118.00
3575609	TEATINO MARACUYÁ SUPREME, CAJA CON 30 SACHETS	92	142.77	153.31	144.88	136.46	128.04	119.61	102.77	187.00
3521907	TEATINO NARANJA-LIMÓN, BOTE 555 G	37	64.13	68.86	65.08	61.30	57.51	53.73	46.16	84.00
RENDIMIENTO Y DEPORTE										
4610609	EGO 10, BOTELLA 200 ML	3	8.25	9.74	9.25	8.76	8.27	7.79	6.81	11.70
2023500	MAGNUS CAJA 30 SOBRES	49	80.16	86.08	81.35	76.62	71.89	67.16	57.70	105.00
2010613	MAGNUS MANZANA, BOTELLA 200 ML	3	8.25	9.74	9.25	8.76	8.27	7.79	6.81	11.70
2021000	MAGNUS, BOTE 567 G	49	80.16	86.08	81.35	76.62	71.89	67.16	57.70	105.00
5479243	OMNILIFE PUMP SUPREME CAJA 12 SOBRE 480G	67	95.43	102.47	96.84	91.21	85.58	79.95	68.69	125.00
3721200	UNDU, CAJA CON 30 SOBRES	98	143.53	154.12	145.65	137.19	128.72	120.25	103.31	188.00
2621600	POWER MAKER, BOTE 524 G	93	130.55	140.18	132.48	124.78	117.08	109.37	93.97	171.00
2621200	POWER MAKER, CAJA CON 30 SOBRES	102	146.59	157.41	148.76	140.11	131.46	122.81	105.52	192.00
HIDRATANTES Y REFRESCANTES										
4160400	AGUA BLU SUPREME, 600 ML (TELEMARKETING)	2	2.98	3.87	3.69	3.52	3.34	3.16	2.81	4.60
4160100	AGUA BLU SUPREME, DE 1.5 L (TELEMARKETING)	3	5.65	7.33	7.00	6.67	6.33	6.00	5.33	8.70
4310506	CHIVA COLA, CON 6 LATAS	9	19.18	26.48	25.15	23.83	22.50	21.18	18.54	31.80
4310551	CHIVA COLA 10 ZERO 6 LATAS 355ML	9	19.18	26.48	25.15	23.83	22.50	21.18	18.54	31.80
4310406	CHIVA COLA, BOTELLA 600 ML	2	3.98	5.49	5.22	4.94	4.67	4.39	3.85	6.60
4923304	EGO LIFE, PIÑA, CAJA CON 30 SOBRES	31	54.97	59.03	55.78	52.54	49.30	46.05	39.57	72.00
5310501	OMNILIFE FX SABOR NARANJA, PAQ. CON 6 LATAS	11	21.53	24.14	22.86	21.59	20.32	19.05	16.51	29.20
5310513	OMNILIFE FX SABOR MANZANA PAQ. CON 6 LATAS	11	21.53	24.14	22.86	21.59	20.32	19.05	16.51	29.20
La literatura no genera puntos										
CLAVE	LITERATURA	PRECIO LISTA	PRECIO SUGERIDO	CLAVE	LITERATURA	PRECIO LISTA	PRECIO SUGERIDO			
9001030	OM MAGAZINE: 25 AÑOS: LA EXPLOSION	14.65	19.20	9704249	TERMO SPORTMIXER 800 ML	31.3	41.00			
9008001	LIBRO JORGE	33.92	44.40	9419351	KIT CASA MORADA DE APOYO	19.09	24.90			
9410321	KIT MALETÍN NUTRICIONAL	98.49	129.00	9607007	REPOSICIÓN DE CONTRATO	3.96	5.20			
9410331	KIT MALETÍN NUTRICIONAL INTERNACIONAL	98.49	129.00	9704394	BOLSA ECOLÓGICA OMNILIFE	4.01	5.30			
9704248	TERMO MEZCLADOR 600 ML	13.74	18.00	9704383	GUIA PRACTICA OMNILIFE	7.64	10.00			
VIGENCIA A PARTIR DE ENERO 2017										
<p>Los precios con descuento incluyen cuota de manejo más I.G.V y son válidos para pedidos de TELEMARKETING en los que el Precio Lista es superior a S/ 265.00 soles.</p> <p>Si el Precio Lista del total del pedido es inferior a S/ 265.00 soles, debe calcular su descuento sobre el Precio Lista, sumar una cuota fija de S/ 29.15 soles y al total adicional el 18% de I.G.V</p> <p>Recuerda que los productos líquidos y la Línea SEITÚ están afectos a la percepción (2%)</p> <p>* PRECIOS SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO</p>										
<p>CREO: 0 800 00 664</p> <p>RPII: 949 201 031 ó RPC 986 651 450</p> <p>NUTRE TU VIDA: 0 800 00 185</p>										



LISTA DE PRECIOS PARA DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE (PERÚ)

(Efectivo a partir del 15 de Marzo 2019)

CÓDIGO DE PRODUCTO	NOMBRE DE PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	IGV	PRECIO DISTRIBUIDOR (PD) (incl. IGV)	Precio Menudeo	PV*	SV**
			S/	S/			
PEKIT14	KIT BÁSICO - MATERIAL	1 set	18%	60.00	-	-	-
PEKIT-3	KIT PREMIUM BUSINESS - MATERIAL - CAFÉ LINGZHI 3 EN 1 (1 Bolsa)	1 set	18%	97.00	-	4.60	15.00
FB128	DXN Vita Cafe	20 packs x 21gr	18%	65.00	98.00	6.20	28.30
FB097	DXN Lingzhi Tea Latte	12 Sachets x 30gr	18%	65.00	98.00	7.00	28.30
FB098	DXN White Coffee Zhino	12 sachets x 28gr	18%	65.00	98.00	7.00	28.30
FB109	DXN Lingzhi Coffee 3 in 1	20 packs x 21gr	18%	52.00	78.00	4.60	22.50
FB121	DXN Spica Tea	20 sachets x 5gr	18%	52.00	78.00	5.50	22.70
FB122	DXN Lingzhi Black Coffee	20 packs x 4.5gr	18%	52.00	78.00	4.60	22.50
FB124	DXN Cocozhi	20 packs x 32gr	18%	62.00	93.00	6.00	25.30
FB125	DXN Spirulina Cereal	30 packs x 30gr	18%	114.00	171.00	15.60	48.90
FB126	DXN Zhi Mocha	20 packs x 21gr	18%	63.00	95.00	6.50	28.50
FB143	DXN Zhi Mint Plus	12 packs x 25gr	18%	110.00	165.00	12.00	48.80
FB063	DXN Zhi Cafe Classic	20 sachets x 20gr	18%	54.00	81.00	5.50	25.10
FB069	DXN Cordyceps Cereal	20 sachets x 30gr	18%	130.00	195.00	19.00	55.60
HF007	RG Powder	1 botella de 15gr	18%	96.00	144.00	13.00	41.70
HF008	GL Powder	1 botella de 30gr	18%	96.00	144.00	13.00	41.70
FB007	DXN Morinzhi	1 botella de 285ml	18%	55.00	83.00	5.50	24.40
FB027	DXN Morinzyme	1 botella de 285ml	18%	55.00	83.00	5.50	24.40
PC004	DXN Ganozhi Shampoo	1 botella de 250ml	18%	46.00	69.00	5.00	20.60
PC005	DXN Ganozhi Body Foam	1 botella de 250ml	18%	46.00	69.00	5.00	20.60
PC006	DXN Ganozhi Toothpaste	1 tubo de 150gr	18%	29.00	44.00	3.00	12.40
PC007	DXN Gano Massage Oil	1 botella de 75ml	18%	36.00	54.00	3.80	15.70
PC036	DXN Ganozhi Soap	1 barra de 80gr	18%	15.00	23.00	1.50	6.30
SC020	DXN Aloe. V Cleansing Gel	1 tubo de 100ml	18%	42.00	63.00	5.20	18.40
SC021	DXN Aloe. V Hydrating Toner	1 botella de 100ml	18%	42.00	63.00	5.20	18.40
SC022	DXN Aloe. V Agua Gel	1 tubo de 50ml	18%	55.00	83.00	6.00	24.00
SC023	DXN Aloe. V Nutricare Cream	1 tubo de 30ml	18%	55.00	83.00	6.00	24.00
SC024	DXN Aloe. V Hand & Body Lotion	1 botella de 250ml	18%	42.00	63.00	5.20	18.40
SC032	DXN Aloe. V Facial Scrub	1 tubo de 75gr	18%	48.00	72.00	5.80	21.00
SC033	DXN Aloe. V Hydrating Mask	1 tubo de 100gr	18%	55.00	83.00	6.60	24.00
100	DXN VIDEO CORPORATIVO DVD	1 Pieza	18%	3.00	-	-	-
105	VIDEO CORPORATIVO DVD 2011	1 Pieza	18%	2.50	-	-	-
106	VIDEO INSPIRACIONAL 2011	1 Pieza	18%	3.00	-	-	-

*SV (VALOR DE VENTA): Para el cálculo de Bono de Incentivo.

**PV (PUNTO VALOR): Para la Calificación y el Estatus.

Para realizar una orden, por favor use LA ORDEN DE COMPRA. Si tiene alguna duda, por favor contacte nuestra oficina al (511) 241 7148 / 447 7339 / 444 2844
Por favor lea las Políticas y Procedimientos de DXN International Peru S.A.C. para información.

ANEXO 9
PANEL DE FOTOS

