

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Tesis

**Beneficios tributarios y crecimiento empresarial de
empresas hoteleras en el distrito de Huancayo, 2022**

Angela Ccoyllar Gabriel
Gabriela Antezana Taipe

Para optar el Título Profesional de
Contador Público

Huancayo, 2023

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TESIS

A : Dr. William Rodríguez Giráldez
Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa

DE : Mg. Doris Matilde Palacios Rojas
Asesor de tesis

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de tesis

FECHA : 06 de diciembre de 2023

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado asesor de la tesis titulada: "BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO, 2022", perteneciente a las estudiantes ANGELA CCOYLLAR GABRIEL Y GABRIELA ANTEZANA TAPE, de la E.A.P. de Contabilidad; se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI NO
(Nº de palabras excluidas: 20)
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que la tesis constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



Doris Matilde Palacios Rojas
Asesor de tesis

Cc.
Facultad
Oficina de Grados y Títulos
Interesado(a)

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, ANGELA CCOYLLAR GABRIEL, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 43956917, de la E.A.P. de Contabilidad de la Facultad de Ciencias de la Empresa la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La tesis titulada: "BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO, 2022", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Contador Público.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

05 de diciembre de 2023.



ANGELA CCOYLLAR GABRIEL

DNI. No. 43956917

Cc.
Facultad
Oficina de Grados y Títulos
Interesado(s)

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, GABRIELA ANTEZANA TAIPE, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 47359121, de la E.A.P. de Contabilidad de la Facultad de Ciencias de la Empresa la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La tesis titulada: "BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO, 2022", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Contador Público.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

05 de diciembre de 2023.



GABRIELA ANTEZANA TAIPE

DNI. No.47359121

Cc.
Facultad
Oficina de Grados y Títulos
Interesado(a)

BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	18%	3%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
3	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	ojs.unemi.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	orientacion.sunat.gob.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1%
7	www.scielo.org.bo Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad de Málaga - Tii Trabajo del estudiante	<1%

9	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
10	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	revistas.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.upecen.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.uroosevelt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
20	Segundo Eloy Tuesta Bardalez, Héctor Villegas Chávez, Orlando Roberto Yupanqui	<1 %

Linares. "Beneficios tributarios del sector agrario y desarrollo económico-social peruano", Quipukamayoc, 2021

Publicación

21	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
22	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
23	Alicia Lozano Torró. "Modelo de madurez de internacionalización de las empresas consultoras de ingeniería españolas", Universitat Politecnica de Valencia, 2022 Publicación	<1 %
24	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to unajma Trabajo del estudiante	<1 %
26	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	<1 %
28	andina.pe Fuente de Internet	<1 %
29	digibug.ugr.es	

	Fuente de Internet	<1%
30	Submitted to unsaac Trabajo del estudiante	<1%
31	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1%
32	dokumen.pub Fuente de Internet	<1%
33	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1%
34	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
35	www.osinergmin.gob.pe Fuente de Internet	<1%
36	www.segurosyfinanzashoy.com Fuente de Internet	<1%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía Activo

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a mis padres, ya que gracias a ellos he logrado concluir mi carrera, les agradezco por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; a mis hermanos porque ellos siempre estuvieron pendientes de mí brindándome su apoyo.

Angela Ccoyllar Gabriel

Dedico este trabajo con profundo amor y gratitud a Dios quien es mi guía constante y a mis queridos padres quienes han sido mi mayor apoyo y motivación en la vida, por contar con su amor incondicional y sacrificio siendo el motor que impulsa mi búsqueda de superación personal.

Gabriela Antezana Taipe

Agradecimientos

El principal agradecimiento es a Dios por permitirnos tener a nuestros padres en vida y así seguir disfrutando de ellos; gracias a ellos, ya que son nuestro principal motor para lograr uno de nuestros objetivos, gracias por confiar en nosotras y en nuestras expectativas, gracias a nuestros hermanos por el apoyo incondicional que nos brindaron para cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis.

Para el desarrollo de esta tesis agradecemos a nuestra asesora Ma. Doris Palacios Rojas, por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento para guiarnos durante todo el desarrollo de este trabajo de investigación.

Para finalizar, agradecemos a la Universidad Continental ya que contribuyó positivamente al desarrollo y culminación de nuestra carrera académica.

Índice de Contenido

Dedicatoria.....	v
Agradecimientos	x
Índice.....	xi
Resumen	xvi
Abstract	xvii
Introducción	xviii
Capítulo I: Planteamiento del Problema.....	19
1.1. Delimitación de la Investigación.....	19
1.1.1. Territorial.	19
1.1.2. Temporal.	19
1.1.3. Conceptual.	19
1.2. Planteamiento del Problema	20
1.3. Formulación del Problema.....	22
1.3.1. Problema General.	22
1.3.2. Problemas Específicos.	23
1.4. Objetivos de la Investigación.....	23
1.4.1. Objetivo General.....	23
1.4.2. Objetivos Específicos.....	23
1.5. Justificación de la Investigación	23
1.5.1. Justificación Teórica.	23
1.5.2. Justificación Práctica.....	24
Capítulo II: Marco Teórico	25
2.1. Antecedente de la Investigación.....	25
2.1.1. Artículos Científicos.	25

2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.....	27
2.2. Bases Teóricas.....	31
2.2.1. Beneficios Tributarios.....	31
2.2.2. Crecimiento Empresarial.....	41
2.3. Definición de Términos Básicos.....	50
Capítulo III: Hipótesis y Variables.....	52
3.1. Hipótesis.....	52
3.1.1. Hipótesis General.....	52
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	52
3.2. Identificación de la Variables.....	52
3.3. Operacionalización de las Variables.....	53
Capítulo IV: Metodología.....	54
4.1. Enfoque de la Investigación.....	54
4.2. Tipo de Investigación.....	54
4.3. Nivel de Investigación.....	54
4.4. Métodos de Investigación.....	55
4.4.1. Método General.....	55
4.4.2. Métodos Específicos.....	55
4.5. Diseño de Investigación.....	55
4.6. Población y Muestra.....	55
4.6.1. Población.....	55
4.6.2. Muestra.....	56
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	57
4.7.1. Técnicas.....	57
4.7.2. Instrumentos.....	57

Capítulo V: Resultados	60
5.1. Descripción del Trabajo de Campo	60
5.2. Presentación de Resultados.....	60
5.2.1. Baremo variable beneficios tributarios	61
5.2.2. Baremo variable crecimiento empresarial	64
5.3. Contrastación de Resultados.....	67
5.3.1. Prueba de Hipótesis General.....	67
5.3.2. Prueba de Primera Hipótesis Específica	70
5.3.3. Prueba de Segunda Hipótesis Específica	72
5.3.4. Prueba de Tercera Hipótesis Específica.....	74
5.4. Discusión de Resultados.....	76
Conclusiones.....	80
Recomendaciones	82
Referencias	83
Apéndices	88

Índice de Tabla

Tabla 1 <i>Matriz de operacionalización</i>	53
Tabla 2 <i>Resultado alfa de Cronbach</i>	58
Tabla 3 <i>Validez de instrumentos</i>	59
Tabla 4 <i>Baremo de la variable beneficios tributarios</i>	61
Tabla 5 <i>Baremo de la dimensión de reducción del IGV</i>	62
Tabla 6 <i>Baremo de la dimensión de saldo a favor del exportador</i>	63
Tabla 7 <i>Baremo de la variable crecimiento empresarial</i>	64
Tabla 8 <i>Baremo de la dimensión de liquidez</i>	64
Tabla 8 <i>Baremo de la dimensión de liquidez</i>	65
Tabla 9 <i>Baremo de la dimensión de producción de servicios</i>	66
Tabla 10 <i>Prueba Chi-cuadrado hipótesis general</i>	69
Tabla 11 <i>Prueba Gamma - hipótesis general</i>	70
Tabla 12 <i>Prueba Chi-cuadrado primera hipótesis específica</i>	71
Tabla 13 <i>Prueba Gamma – primera hipótesis específica</i>	71
Tabla 14 <i>Prueba Chi-cuadrado segunda hipótesis específica</i>	73
Tabla 15 <i>Prueba Gamma – segunda hipótesis específica</i>	73
Tabla 16 <i>Prueba Chi-cuadrado tercera hipótesis específica</i>	75
Tabla 17 <i>Prueba Gamma – tercera hipótesis específica</i>	75

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Metodología de la teoría del reforzamiento</i>	33
Figura 2 <i>Interpretación del coeficiente de confiabilidad del instrumento</i>	58
Figura 3 <i>Valores de coeficiente de asociación</i>	69

Resumen

Para la presente investigación con el objetivo de determinar la relación entre ambas variables de estudio; los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo – 2022, se siguió la metodología con enfoque cuantitativo, aplicada, correlacional, método científico y deductivo, con un diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo compuesta por 385 contribuyentes que tienen el giro de negocio como hoteles, la muestra no probabilística fue conformada por 74 contribuyentes jurídicos del distrito de Huancayo, dedicados a las actividades económicas CIIU 5510, 5590 y 6311, la técnica aplicada fue la encuesta, y se empleó el cuestionario, el resultado principal de la investigación consta de:

Con una alta confianza estadística del 95% y un p-valor de 0,000, se rechaza de manera contundente la hipótesis nula. La presencia del coeficiente de Gamma, que alcanza un valor de 0,908, demuestra una relación positiva de gran magnitud entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de las empresas hoteleras en el distrito de Huancayo durante el año 2022. Esto implica que las empresas hoteleras que aprovechan los incentivos fiscales tienden a experimentar un crecimiento empresarial más notorio y pronunciado en comparación con aquellas que no se benefician de estos incentivos.

Palabras clave: Crecimiento, rendimiento, beneficio fiscal, contribuyente

Abstract

In the research with the objective of determining the relationship between both variables of study, tax benefits and business growth of hotel companies in the district of Huancayo - 2022 followed the methodology with quantitative approach, applied, correlational, scientific and deductive method, with a non-experimental cross-sectional design, the population is composed of 385 taxpayers who have the line of business as hotels, the non-probabilistic sample is 74 legal taxpayers in the district of Huancayo, engaged in economic activities ISIC 5510, 5590 and 6311, the technique is the survey, and employs the questionnaire, the main result of the research consists of:

With a high statistical confidence of 95% and a p-value of 0.000, the null hypothesis is strongly rejected. The presence of the Gamma coefficient, which reaches a value of 0.908, demonstrates a positive relationship of great magnitude between tax benefits and business growth of hotel companies in the district of Huancayo during the year 2022. This implies that hotel firms that take advantage of tax incentives tend to experience more noticeable and pronounced business growth compared to those that do not benefit from these incentives.

Key words: *Growth, performance, tax benefit, taxpayer.*

Introducción

Los estímulos fiscales constituyen recompensas otorgadas a los contribuyentes que aportan en el avance de la industria turística y hotelera. Mediante medidas tributarias, los contribuyentes tienen la posibilidad de reinvertir los recursos destinados al cumplimiento de obligaciones fiscales. Esto les posibilita adquirir insumos para mejorar la calidad del servicio al cliente y expandir o inaugurar nuevos establecimientos. En última instancia, este proceso conduce a la generación de mayores oportunidades laborales, estableciendo así un robusto marco de desarrollo empresarial. En este contexto, el propósito de la investigación ha sido analizar la relación entre las variables de estudio, siguiendo la siguiente estructura:

En el primer capítulo, se aborda la identificación de las limitaciones presentes en el estudio, formulando de manera precisa los problemas y objetivos. También se proporciona una explicación sobre las motivaciones que impulsan la investigación y su importancia.

El segundo capítulo realiza un análisis exhaustivo de las investigaciones anteriores, utilizando fuentes como artículos científicos y tesis a nivel nacional e internacional como punto de partida. Además, se profundiza en los fundamentos teóricos y se establece la definición de los términos relacionados con las variables bajo estudio.

El tercer capítulo se concentra en la formulación de las hipótesis de investigación, identificando y describiendo las variables a través de su operacionalización.

En el cuarto capítulo, se examinan diversos aspectos, desde la elección del enfoque hasta la evaluación de la validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados en la investigación.

Finalmente, en el quinto capítulo, se presentan los resultados obtenidos, incluyendo la descripción de la metodología utilizada en la recopilación de datos, un análisis descriptivo de las variables y la contrastación de las hipótesis planteadas. Concluye con una discusión detallada de los resultados obtenidos a lo largo del estudio.

Capítulo I: Planteamiento del Problema

1.1. Delimitación de la Investigación

1.1.1. Territorial.

El estudio se desarrolla con empresas hoteleras, que realizan sus actividades en el distrito de Huancayo, provincia Huancayo, departamento Junín.

1.1.2. Temporal.

La investigación se realizó con información formulada y situada en hechos del periodo 2022.

1.1.3. Conceptual.

Las variables de estudio son los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial, cada uno de ellos respaldados con base teórica. Los beneficios tributarios considerados como incentivos para el cumplimiento de propósitos por parte del gobierno, basan su contexto en la teoría de reforzamiento, el cual sostiene que los beneficios que perciben los contribuyentes permiten influir en su conducta, lo que fomenta el crecimiento y permanencia de las empresas. Particularmente en las empresas hoteleras se analizan dos beneficios tributarios como: Reducción del IGV y Saldo a favor del exportador.

Para el crecimiento empresarial, se toma en cuenta dos enfoques teóricos sobre el contingente y dependencia de recursos, que resaltan la dependencia de las empresas sobre su entorno, las dimensiones evaluadas forman parte de la gran lista de aspectos que tienen relación

con el crecimiento de una empresa como los ingresos, activos, clientes, entre otros tanto, refiriendo así a estas dimensiones: Liquidez, patrimonio y producción de servicios.

1.2. Planteamiento del Problema

En muchos países, el turismo desempeña un papel crucial en el incremento del Producto Interno Bruto (PIB), al generar ingresos en moneda extranjera y crear tanto empleos directos como indirectos. Los gobiernos han puesto en marcha diversas iniciativas para estimular el turismo, que abarcan incentivos financieros, contables, laborales y tributarios, con el propósito de impulsar el desarrollo empresarial en esta industria.

Los estímulos fiscales representan recompensas otorgadas a los contribuyentes que aportan al crecimiento de la industria turística y hotelera. Estos incentivos abarcan exenciones, deducciones, créditos fiscales y otros beneficios relacionados con impuestos como el Impuesto a la Renta o el Impuesto al Valor Agregado. Mediante estos beneficios fiscales, los contribuyentes tienen la oportunidad de reinvertir los recursos destinados al cumplimiento de obligaciones tributarias, adquirir insumos para mejorar el servicio al cliente y expandir o inaugurar nuevos establecimientos; lo que, a su vez, resultaría en la creación de más empleos, constituyendo en términos generales el crecimiento empresarial (Chango-Chimbolema et al., 2023).

Sin embargo, surge uno de los desafíos cuando los participantes en este ámbito no tienen conocimiento acerca de las diversas recompensas fiscales disponibles. Este desconocimiento se atribuye a la falta de difusión de información por parte de las entidades pertinentes y a la carencia de formación sobre la aplicación de estos beneficios. Como consecuencia, las empresas no logran aprovechar estas ventajas fiscales, lo que limita su potencial de crecimiento empresarial (Chango-Chimbolema et al., 2023).

En los últimos años, el sector hotelero en Colombia ha sido beneficiario de incentivos tributarios con el propósito de estimular la inversión, fomentar la creación de empleo,

formalizar empresas y promover la inversión extranjera. Estos estímulos se sustentan en políticas fiscales como la Ley 788 de 2002. Dicha ley brinda incentivos financieros y tributarios para la construcción y renovación de instalaciones hoteleras, exonerando del impuesto sobre la renta a los hoteles construidos o renovados entre 2002 y 2017, por un período de 30 años. No obstante, la pandemia del COVID-19 impactó negativamente en este sector y, en respuesta a esta situación, el gobierno nacional otorgó beneficios adicionales para aliviar las cargas tributarias (Telles, 2021).

En Ecuador, la contribución económica de las empresas vinculadas al turismo desempeña un papel crucial en el progreso del país. El gobierno ha implementado diversas medidas destinadas a promover la actividad turística. Respecto a los impuestos, se han introducido modificaciones en los pagos, así como incentivos, beneficios y exenciones en el Impuesto a la Renta, Impuesto a la Salida de Divisas e Impuesto al Valor Agregado. A pesar de ello, muchos contribuyentes en este sector no han aprovechado completamente estos estímulos debido a la carencia de información y capacitación necesarias para aplicarlos correctamente en el desarrollo de sus operaciones (Chango-Chimbolema et al., 2023).

En un esfuerzo por dinamizar el sector turístico y reactivar la economía en Perú, el gobierno ha promulgado una legislación que reduce la tasa del Impuesto General a las Ventas (IGV) del 18% al 8% para las micro y pequeñas empresas turísticas, como restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos. El propósito de esta normativa es incentivar el consumo de servicios turísticos al disminuir los precios para los contribuyentes, lo que, a su vez, contribuye a la recuperación de la demanda y al crecimiento de los ingresos de las empresas del ámbito turístico. Se anticipa que, con esta ley, las empresas experimentarán un aumento en su utilidad neta, permitiéndoles capitalizarse y realizar mejoras en la renovación y modernización de sus activos (Malqui, 2022).

La actividad turística desempeña un rol esencial en la economía de la ciudad del Cusco, y se ha registrado un marcado incremento en este ámbito. Específicamente, los hoteles han experimentado un crecimiento notable, ya que buscan aprovechar las ventajas legales disponibles para impulsar su desarrollo económico. En este contexto, numerosas empresas en este sector tienen interés en acceder al beneficio del saldo a favor del exportador. Sin embargo, debido a la falta de conocimiento, gestión contable deficiente, demoras en los procesos o incumplimiento de los requisitos necesarios, muchas de ellas enfrentan dificultades para obtener este incentivo (Farfán, 2021).

Este problema también fue identificado en la investigación realizada por Cconchoy y Cassa (2021), quienes destacaron que en Cusco algunos representantes de establecimientos de hospedaje, por desconocimiento, nunca han solicitado la devolución del saldo a favor del exportador, ni han tramitado su adhesión a los beneficios tributarios asociados a la exportación de servicios.

En la región de Junín, el sector hotelero se ha consolidado con altos niveles de clasificación. Asimismo, los restaurantes y establecimientos rurales que ofrecen comida típica y fusiones culinarias con reconocidos chefs han tenido un notable éxito., invirtiendo grandes cantidades de dinero (Diario Correo, 2023).

Por ello, al realizar esta investigación, se buscó obtener información relevante y precisa sobre los beneficios tributarios otorgados a las empresas hoteleras en Huancayo, así como examinar cómo estos beneficios pueden relacionarse con la capacidad para invertir, expandirse, generar empleo y contribuir al desarrollo económico local.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General.

¿De qué manera los beneficios tributarios se relacionan con el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?

1.3.2. Problemas Específicos.

a) ¿Cómo se relaciona los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?

b) ¿Qué relación existe entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?

c) ¿Cuál es la relación que existe entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General.

Determinar la relación entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

1.4.2. Objetivos Específicos.

a) Identificar la relación entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

b) Describir la relación de los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

c) Analizar la relación entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación Teórica.

El crecimiento empresarial y los beneficios tributarios son dos temas fundamentales que tienen un impacto significativo en la economía y la eficiencia fiscal de un país. El crecimiento empresarial es vital para el desarrollo económico y la generación de empleo, mientras que los beneficios tributarios juegan un papel crucial en la incentivación de la

inversión y la competitividad de las empresas. La interacción entre estos dos factores puede influir en la toma de decisiones empresariales

1.5.2. Justificación Práctica.

El estudio práctico del crecimiento empresarial y los beneficios tributarios es esencial para proporcionar información relevante y aplicable a formuladores de políticas, empresarios y actores económicos. Los resultados de esta investigación han de ayudar a diseñar políticas fiscales más efectivas y promover un crecimiento económico sostenible, fomentar la inversión, mejorar la competitividad empresarial y optimizar la recaudación fiscal. Además, contribuirá a un mayor entendimiento de cómo estas dos áreas interrelacionadas afectan el desarrollo económico y fiscal, lo que es fundamental para abordar los desafíos económicos y fiscales del mundo actual.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedente de la Investigación

2.1.1. Artículos Científicos.

Chango-Chimbolema et al. (2023), en su estudio titulado "Estímulos fiscales en empresas turísticas y hoteleras de la provincia de Tungurahua, bajo la teoría del reforzamiento de Frederic Skinner durante el periodo 2019-2020", adoptan un enfoque mixto que integra aspectos descriptivos y explicativos. La investigación fue realizada mediante un diseño no experimental y desarrolló un trabajo de campo. La recopilación de datos se realizó mediante un cuestionario que constó de 353 encuestas dirigidas a los contribuyentes pertenecientes a los cinco sectores de las actividades turísticas en la provincia de Tungurahua, abarcando los cantones de Ambato, Baños, Pelileo, Mocha, Patate, Quero, Cevallos, Tisaleo y Pillaro. Las conclusiones resaltan la necesidad de fortalecer la difusión y aplicación de los incentivos fiscales con el fin de impulsar el desarrollo y crecimiento económico. Entre los hallazgos, el 54% de los participantes indicó tener conocimiento sobre la existencia de estos beneficios fiscales directos en el sector. No obstante, debido a la falta de información sobre su aplicabilidad, algunos empresarios y/o contadores optan por no utilizarlos en determinados casos. En cuanto al impacto de los incentivos en el sector, el 35% de los encuestados opina que estos beneficios fiscales contribuyen a la generación de más oportunidades de empleo.

Tuesta et al. (2021), en su investigación titulada "Incentivos fiscales en el ámbito agrario y su impacto en el desarrollo económico y social del Perú", se propusieron examinar la relación entre los estímulos tributarios concedidos al sector agrario y su influencia en el desarrollo económico y social del país. La metodología empleada se basó en el análisis y síntesis de datos cuantitativos, utilizando un enfoque no experimental. Se aplicaron técnicas de análisis documental y se utilizó el modelo estadístico de correlación canónica, considerando información pública recopilada durante un periodo transversal de tiempo que abarcó desde 2005 hasta 2019. Los resultados y conclusiones principales revelan una conexión global directa entre estas variables, destacando especialmente la relación con el Producto Bruto Interno (PBI) del sector agrario, las exportaciones, la formalización tributaria, los pagos de impuesto a la renta empresarial y la formalización laboral. Los hallazgos señalan una concentración de los beneficios tributarios en un reducido número de empresas exportadoras, lo que podría tener repercusiones en el desarrollo equitativo del sector agrario y generar tensiones sociales entre los trabajadores agrarios y las compañías agroexportadoras.

En su estudio titulado "Incentivos fiscales para iniciativas de ciencia, tecnología e innovación en Colombia," Torres et al. (2020) se propusieron evaluar los beneficios tributarios establecidos para proyectos de este tipo. La metodología adoptada fue de índole cualitativa y descriptiva, siguiendo un diseño no experimental. Los resultados ponen de manifiesto que los beneficios tributarios no se están aprovechando de manera adecuada debido a la falta de una comunicación y coordinación efectiva con las entidades encargadas de promoverlos. Se llegó a la conclusión de que no se ha comprendido completamente la importancia de estos incentivos en las empresas e instituciones universitarias, y que los organismos estatales no han implementado una estrategia de difusión efectiva para estimular la participación en proyectos relacionados con ciencia, tecnología e innovación.

Orlandini et al. (2019) se centran en analizar el impacto económico de la industria hotelera en el crecimiento económico de dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia en su artículo titulado "Crecimiento económico y la industria hotelera: un análisis en dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia". El estudio involucra una encuesta dirigida a 190 empresas hoteleras y la utilización de datos provenientes de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística, Funda Empresa y el Ministerio de Economía y Finanzas. Los datos recopilados fueron procesados mediante el uso de software estadístico como SPSS 22 y Excel. Los resultados obtenidos al contrastar la hipótesis revelan la existencia de una relación significativa entre la actividad de la industria hotelera y el crecimiento económico en ambas ciudades examinadas. Esto subraya la importancia crucial de esta industria como un elemento clave para el desarrollo económico en el contexto del turismo en Bolivia. La magnitud del incremento se percibe a través de las ventas o ingresos generados.

2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.

Ayala (2022) en su tesis titulada "Los impactos de los estímulos fiscales en el progreso empresarial de las entidades que operan en la Zona Franca de Tacna, período 2019-2020" , aborda como objetivo principal ,determinar cómo influyen los incentivos tributarios en el desarrollo de las empresas que hacen uso de la Zona Franca de Tacna durante el período mencionado. El estudio adopta un enfoque cuantitativo con un nivel explicativo y una orientación práctica, empleando un diseño de campo no experimental. La muestra consistió en 35 gerentes generales de empresas que calificaron como usuarios de la Zona Franca de Tacna. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante una encuesta que utilizó un cuestionario estructurado con escala de Likert como técnica. El análisis de la información se efectuó mediante estadísticas descriptivas e inferenciales. Los resultados concluyeron que los incentivos fiscales tienen un impacto significativo en el crecimiento empresarial de los usuarios de la Zona Franca de Tacna durante el período 2019-2020. Además, se identificó una relación

lineal significativa, aunque el coeficiente de correlación de Pearson indicó que el aumento en los beneficios tributarios tiene un efecto moderado en el crecimiento empresarial de los usuarios de la Zona Franca de Tacna.

Ayerve (2019), en su tesis titulada "Beneficios Tributarios y Rentabilidad en Taypikala Hotel Cusco E.I.R.L., período 2018", se propuso evaluar los beneficios fiscales y la rentabilidad de la empresa Taypikala Hotel Cusco E.I.R.L. durante el año 2018. El enfoque de la investigación se clasificó como básico-aplicado, adoptando un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental con alcance descriptivo. La técnica de recolección de datos utilizada fue el análisis documental, y se aplicó una ficha de observación a una muestra aleatoria compuesta por 20 clientes no domiciliados de la empresa. A partir de la información recopilada, se obtuvieron los siguientes resultados: la empresa cumple con los requisitos establecidos por la SUNAT para la exportación de servicios y presenta un saldo a favor del exportador. No obstante, se observó que un porcentaje mínimo de los clientes cumple parcialmente debido a problemas en la digitalización de la Tarjeta Andina Migratoria (TAM) que deben presentar los sujetos no domiciliados. Este inconveniente surge de errores en el registro de datos en Migraciones, lo que dificulta el acceso a dicha información. Además, se identificó que el registro de huéspedes no está completamente actualizado. Se llega a la conclusión de que, la investigación determina que los beneficios tributarios contribuyen a la rentabilidad de Taypikala Hotel Cusco E.I.R.L.

Cconchoy y Cassa (2021), en su tesis titulada "Impacto de los beneficios tributarios en la rentabilidad de las empresas hoteleras en la ciudad del Cusco – periodo 2018", tienen como objetivo central contribuir al conocimiento y comprensión de la relevancia de la aplicación de beneficios fiscales en la industria turística, específicamente en relación con el impuesto general a las ventas aplicado a la prestación de servicios a no domiciliados por parte de las empresas hoteleras en la ciudad de Cusco. La investigación se propone analizar cómo estos beneficios

están regulados por la normativa vigente en el desarrollo de estas actividades y cómo influyen en las ganancias de las empresas pertenecientes al sector. Los resultados obtenidos indican que los beneficios tributarios tienen un impacto positivo en la rentabilidad de las empresas hoteleras en la ciudad de Cusco durante el año 2018. Esta afirmación se respalda mediante una correlación sólida y positiva, con un coeficiente de 0,835, y se confirma con un valor extremadamente bajo de p (0,000).

Farfán (2021), en su tesis titulada "Saldo a Favor del Exportador y Desarrollo Económico de los Hostels en la Ciudad del Cusco, Año 2020", tiene como objetivo principal describir la conexión entre la implementación del saldo a favor del exportador y el crecimiento económico de los hostels en la ciudad del Cusco durante el año 2020. En términos de la metodología, se adoptó un enfoque aplicado y se empleó un diseño no experimental de tipo transversal. La muestra incluyó a 32 colaboradores de los hostels ubicados en dicha ciudad. Se utilizó una encuesta como instrumento de recolección de datos, compuesta por dos variables: el saldo a favor del exportador y el crecimiento económico, cada una de ellas conformada por 10 preguntas. Estas preguntas fueron diseñadas para obtener información pertinente, que posteriormente se sometió a pruebas estadísticas. Los resultados obtenidos a través de la prueba de Spearman revelaron un coeficiente de correlación de 0.500, indicando una correlación alta. En consecuencia, se llega a la conclusión de que existe una relación entre la implementación del saldo a favor del exportador y el crecimiento económico de los hostels en la ciudad del Cusco durante el año 2020.

Chevarria y Huilca (2022), en su tesis titulada "El Impacto del Saldo a Favor del Exportador en la Situación Financiera de Hanyna Travels SAC, Cusco, Periodo 2018-2019", tienen como objetivo general determinar el nivel del Saldo a Favor del Exportador y su influencia en la situación financiera de la empresa Hanyna Travels SAC durante el período 2018-2019. La hipótesis planteada sugiere que el Saldo a Favor del Exportador contribuye de

manera positiva a la situación financiera de la empresa Hanyna Travels SAC en dicho lapso. La metodología adoptada se basa en una investigación básica, con un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental. La población de estudio abarca a todos los representantes y documentos de Hanyna Travels SAC durante el período mencionado. La muestra, seleccionada de manera no probabilística por conveniencia, se eligió debido a la idoneidad de la población de Hanyna Travels SAC para la investigación. Para obtener los resultados, se realizaron análisis de ratios financieros de liquidez, solvencia y rentabilidad, revelando una influencia positiva del Saldo a Favor del Exportador en la situación financiera de Hanyna Travels SAC. En resumen, durante el año 2019, Hanyna Travels SAC pudo beneficiarse del Saldo a Favor del Exportador al cumplir con los requisitos tributarios, resultando en una disminución de su deuda fiscal al solicitar la compensación del saldo de mayo a diciembre.

Maron y Guzman (2020), en su tesis titulada "El Impacto del Saldo a Favor del Exportador en la Situación Financiera de Hotel Arqueolo SAC, Provincia Cusco, Período 2017-2019", tuvo como objetivo principal investigar la posible relación entre el saldo a favor del exportador y la situación financiera de la empresa Hotel Arqueolo SAC. La metodología empleada se basa en un enfoque cuantitativo, analizando datos numéricos. El diseño de la investigación es no experimental, lo que implica que las variables no fueron manipuladas de ninguna manera, y se adopta un enfoque longitudinal retrospectivo al utilizar datos de períodos anteriores. Para analizar la información recopilada, se empleó el software SPSS. Los resultados obtenidos indicaron que el saldo a favor del exportador experimentó variaciones mensuales, con un mínimo de S/.6,888.50 y un máximo de S/.46,744.07. A partir de estos hallazgos, se concluyó que este beneficio guarda una relación positiva con la liquidez y la rentabilidad de Hotel Arqueolo SAC. Este caso sirve como un ejemplo para otras empresas del sector turismo

a nivel nacional, ya que les proporciona la posibilidad de acceder a este beneficio y así lograr un mayor desarrollo económico y un aumento en sus ganancias.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Beneficios Tributarios

Los instrumentos del gasto fiscal, como los incentivos y beneficios fiscales, son mecanismos utilizados por los gobiernos para fomentar ciertos comportamientos económicos y sociales y promover el desarrollo (López, 2021).

El enfoque es que estas herramientas no son estáticas, sino que han ido evolucionando a lo largo del tiempo para adaptarse a los cambios en las conductas sociales y el desarrollo económico. Esto significa que las políticas fiscales no son inmutables, sino que se ajustan a las necesidades cambiantes de la sociedad y la economía (López, 2021).

Los beneficios tributarios pueden tomar diversas formas, como exenciones fiscales, deducciones, créditos fiscales u otros incentivos, que buscan estimular ciertas actividades o sectores específicos. Los beneficios fiscales incluyen incentivos y reducciones de impuestos que se utilizan como herramientas flexibles para influir en el comportamiento económico de los individuos y las empresas (López, 2021).

El hecho de que los beneficios fiscales sean "flexibles" significa que pueden ser modificados y adaptados según las circunstancias cambiantes de la sociedad y la economía. Por ejemplo, durante períodos de recesión económica, los gobiernos pueden implementar incentivos fiscales para estimular el consumo y la inversión, o en momentos de crisis medioambientales, pueden ofrecer beneficios fiscales para promover prácticas sostenibles (López, 2021).

Asimismo, los beneficios tributarios se utilizan como una herramienta para impulsar el desarrollo y la competitividad de un país o región. Al ofrecer ventajas fiscales a ciertas

industrias o sectores estratégicos, los gobiernos pueden atraer inversiones, fomentar la innovación y mejorar la productividad económica (González, 2017; López, 2021).

Estos beneficios tributarios tienen el poder de influir en el comportamiento de individuos y empresas al reducir la carga fiscal o proporcionar ventajas económicas, lo que, a su vez, puede contribuir al logro de los objetivos de las políticas públicas establecidas por el gobierno (González, 2017; López, 2021).

Es importante destacar el aporte de la Teoría del Reforzamiento de Frederic Skinner en relación con los incentivos tributarios. Se manifiesta que el comportamiento humano es influenciado por reforzamientos positivos y negativos, que son conocidos como incentivos o castigos, respectivamente. La implementación de incentivos tributarios fomenta el crecimiento y la permanencia de las empresas. Al establecer un estímulo positivo, en este caso un incentivo tributario que funciona como una especie de recompensa para las empresas que continúan operando, se espera generar un aumento en la actividad económica (González, 2017; Chango-Chimbolema et al., 2023).

Por ello se sustenta que la conducta de los contribuyentes está sujeta a condicionamientos, ya que, si se les ofrece incentivos, es probable que repitan las acciones, mientras que, si se les impone castigos, buscarán evitar o no repetir dichas acciones, ello se sustenta en la teoría del reforzamiento de la figura 1:

Figura 1

Metodología de la teoría del reforzamiento



Nota. Tomado de Chango-Chimbolema et al. (2023, p. 49).

Por tanto, se define al beneficio tributario como “el conjunto de concesiones tributarias que benefician de manera particular a algunos contribuyentes, actividades, regiones, etc. y tienen por objetivo financiar políticas llevadas a cabo por el Estado” (Chango-Chimbolema et al., 2023, p. 51).

La percepción de un beneficio propio por parte de los contribuyentes es un elemento importante para fomentar la voluntariedad en el cumplimiento de la obligación tributaria. Los beneficios tributarios son una forma de proporcionar incentivos a los contribuyentes para que cumplan con sus obligaciones fiscales de manera más voluntaria y con un sentido de beneficio personal (Cabrera et al., 2021).

Los beneficios tributarios, como deducciones, créditos fiscales o exenciones, están diseñados para brindar ventajas específicas a ciertos grupos de contribuyentes o actividades económicas que se consideran deseables para el bienestar general. Además, los beneficios tributarios también pueden utilizarse como herramientas para abordar desafíos específicos que enfrenta una sociedad, como la promoción de prácticas ecológicas o la asistencia a personas en situaciones de vulnerabilidad (Cabrera et al., 2021).

Sin embargo, es importante destacar que la creación de beneficios tributarios debe ser cuidadosamente diseñada y evaluada para asegurarse de que cumplan con los objetivos deseados y no generen abusos o desigualdades en el sistema fiscal. Además, los beneficios tributarios deben estar respaldados por una administración fiscal sólida y eficiente para garantizar que no se utilicen como excusas para evadir el cumplimiento de las obligaciones tributarias (Cabrera et al., 2021).

Para la investigación, es de interés profundizar sobre los beneficios tributarios en las empresas hoteleras. Las actividades turísticas no solo generan ingresos para los países, sino que también desempeñan un papel importante en la sociedad al brindar empleo a los habitantes locales y contribuir a la lucha contra el desempleo. Además, permiten que más personas conozcan las diferentes culturas, costumbres y tradiciones, enriqueciendo así la identidad cultural del país (Chango-Chimbolema et al., 2023).

Las empresas en el sector turístico y hotelero a menudo reciben diversos beneficios tributarios o fiscales por parte de los gobiernos locales o nacionales con el objetivo de fomentar la inversión, promover el crecimiento económico y fortalecer la industria turística. Estos beneficios pueden variar según la ubicación y las políticas específicas de cada país o región (Chango-Chimbolema et al., 2023). Algunos de los beneficios tributarios comunes que pueden otorgarse a las empresas en el sector turístico y hotelero incluyen:

a) Exenciones o reducciones de impuestos: Las empresas turísticas y hoteleras pueden recibir exenciones o reducciones en impuestos sobre la renta, impuestos a la propiedad, impuestos a la inversión o impuestos a las ventas. Esto reduce la carga fiscal y hace que la inversión en el sector sea más atractiva.

b) Créditos fiscales: Las empresas pueden recibir créditos fiscales por ciertos tipos de inversiones, como la construcción o renovación de instalaciones turísticas. Estos créditos pueden reducir directamente la cantidad de impuestos que deben pagar, aquí están incluidas el saldo a favor del exportador, denominado así en Perú.

c) Amortización acelerada: Algunos países permiten que las empresas turísticas y hoteleras aceleren la depreciación de activos como edificios y equipamiento, lo que les permite deducir mayores cantidades de sus ingresos imponibles en los primeros años de operación.

d) Incentivos para la contratación y capacitación de empleados locales: Los gobiernos pueden ofrecer incentivos fiscales para fomentar la contratación y capacitación de personal local, lo que contribuye al desarrollo de la comunidad y el empleo.

e) Facilidades aduaneras: Se pueden otorgar beneficios aduaneros o exenciones de impuestos a la importación de equipos y suministros necesarios para la operación turística y hotelera.

f) Zonas francas o económicas especiales: Algunas áreas geográficas designadas como zonas económicas especiales pueden ofrecer beneficios tributarios y aduaneros adicionales para atraer inversiones en el sector turístico.

g) Apoyo a la inversión en infraestructura: Los gobiernos pueden financiar o subsidiar la inversión en infraestructura relacionada con el turismo, como carreteras, aeropuertos, puertos marítimos u otros proyectos que beneficien a la industria.

h) Promoción y marketing: Los gobiernos pueden colaborar con empresas turísticas para promocionar destinos y atraer turistas, lo que puede implicar subsidios o apoyo financiero.

i) Facilitación de trámites y permisos: Los procesos de obtención de permisos y licencias pueden simplificarse o agilizarse para fomentar la inversión en el sector.

Es importante destacar que, aunque estos beneficios pueden estimular la inversión y el crecimiento en la industria turística, también deben ser diseñados cuidadosamente para evitar abusos y garantizar que contribuyan de manera efectiva al desarrollo sostenible y al bienestar de la comunidad local.

De la lista previa sobre los beneficios tributarios para empresas hoteleras, se profundiza sobre dos en específico como parte de las dimensiones de estudio que pertenece a la reducción de impuestos y créditos fiscales, considerando así la reducción del IGV y el saldo a favor del exportador respectivamente.

2.2.1.1.Reducción del IGV.

El IGV es un impuesto al valor agregado que se aplica sobre el consumo de bienes y servicios en la mayoría de los países. En algunos casos, especialmente en el contexto de actividades turísticas y comerciales relacionadas con las exportaciones, se pueden otorgar reducciones en la tasa del IGV o incluso exenciones para ciertos bienes y servicios. Estas reducciones buscan hacer más competitivas las exportaciones y promover la atracción de turistas extranjeros, lo que beneficia a la economía local y nacional (Cóndor- Yachachín, 2021).

El Impuesto General a las Ventas (IGV), también conocido como Impuesto al Valor Agregado (IVA), es un impuesto que se aplica a las ventas de bienes y servicios en varios países alrededor del mundo. Su origen se remonta a Francia, donde fue utilizado por primera vez en 1925. Posteriormente, en 1967, el impuesto sobre las ventas fue adoptado por la mayoría de los países miembros de la Comunidad Europea (Cóndor- Yachachín, 2021).

En América, una forma temprana de este tipo de impuesto se conoció como la "Alcabala española" y se aplicó por primera vez en 1591 mediante una real cédula. La Alcabala se

establecía en diferentes etapas de la comercialización y tenía una tasa que alcanzaba hasta el 6% de las ganancias, que eran destinadas a la Corona Española (Córdor- Yachachín, 2021).

A lo largo del tiempo, el concepto del IGV o IVA fue adoptado y adaptado por muchos países para gravar las ventas y servicios con el objetivo de recaudar ingresos para el gobierno. El impuesto se aplica generalmente a lo largo de toda la cadena de producción y distribución, lo que permite gravar el valor agregado en cada etapa y evita la doble imposición (Córdor- Yachachín, 2021).

En la actualidad, el IGV o IVA es uno de los impuestos más utilizados en la recaudación de ingresos en muchos países. Su implementación y estructura pueden variar según la legislación y las políticas fiscales de cada nación, pero el objetivo principal sigue siendo gravar el consumo y proporcionar fondos para financiar servicios y programas gubernamentales. El IGV se aplica a la mayoría de las transacciones comerciales y es pagado por los consumidores finales, mientras que los empresarios actúan como recaudadores y agentes intermediarios para el gobierno (Córdor- Yachachín, 2021).

Es importante tener en cuenta que, aunque el IGV o IVA es una fuente importante de ingresos para los gobiernos, su diseño y aplicación deben ser cuidadosamente considerados para evitar impactos negativos en la economía y garantizar la equidad y eficiencia en su recaudación (Córdor- Yachachín, 2021).

En Perú, la reducción del IGV para mypes de las actividades de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos se estableció mediante la Ley N° 31884, publicada el 30 de agosto de 2022. La implementación de esta medida responde a la necesidad de apoyar la reactivación económica de los sectores de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos, que se vieron afectados por la pandemia de covid-19. Al reducir temporalmente la tasa del IGV para estas empresas, se busca incentivar la actividad económica y el turismo interno, así como facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. La vigencia de este beneficio es desde el 1 de

septiembre de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2024 (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria [SUNAT], s.f.).

Es relevante subrayar que la Ley N° 31884 establece los procedimientos para verificar y fiscalizar el cumplimiento de los requisitos, y contempla sanciones en casos de detección de una aplicación indebida de la tasa especial del IGV. Esta acción forma parte de las iniciativas del gobierno peruano para estimular la recuperación económica y respaldar a los sectores más perjudicados por la pandemia, como el turismo y la hostelería. Al reducir la carga tributaria para las micro y pequeñas empresas en estos ámbitos, se busca fomentar la reactivación y crear condiciones propicias para la generación de empleo y el desarrollo económico (SUNAT, s.f.).

2.2.1.1.1. Menor Pago del IGV.

La medida implica una reducción del IGV para las mypes que operan en los sectores de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos. Esta reducción consiste en una tasa especial y temporal del 10%, que se compone de un 8% para el IGV propiamente dicho y un 2% para el IPM. Al tener una tasa menor del IGV, estas empresas pagarán menos impuestos sobre las ventas de sus servicios (SUNAT, s.f.).

2.2.1.1.2. Acogimiento al Beneficio.

Para acceder a esta reducción del IGV, las micro y pequeñas empresas deben cumplir con ciertos requisitos. Entre ellos, deben tener un límite máximo de ventas anuales de hasta 1700 UIT. Además, al menos el 70% de sus ingresos deben provenir de las actividades de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos. Solo las mypes afectas al IGV pueden acogerse a este beneficio, y no deben tener vinculación económica con otras empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros (SUNAT, s.f.).

2.2.1.1.3. Beneficio de la Reducción del IGV.

Las empresas que cumplan con los requisitos podrán beneficiarse con la tasa especial del 10% en el IGV desde el 1 de septiembre de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2024. Sin

embargo, si estas empresas incumplen los límites máximos y mínimos establecidos, perderán el beneficio y se les aplicará la tasa del 18% a partir del mes siguiente. El proceso de acogimiento al beneficio, emisión, registro y declaración se realiza a través del Formulario Virtual 621 en el portal de la SUNAT con la Clave SOL. La SUNAT verificará y fiscalizará posteriormente el cumplimiento de los requisitos, y si se detecta una aplicación indebida de la tasa especial del IGV, se cobrará el impuesto omitido y se aplicarán las sanciones correspondientes según el Código Tributario (SUNAT, s.f.).

2.2.1.2.Saldo a Favor del Exportador.

En algunos países, los exportadores pueden generar saldos a favor en sus declaraciones de impuestos debido a ciertos beneficios fiscales específicos. Esto ocurre cuando los impuestos pagados por el exportador (como el IGV o impuestos a la renta) son mayores que los impuestos que deben recibir por sus ventas y exportaciones. El saldo a favor se convierte en un crédito fiscal que el exportador puede utilizar para compensar impuestos futuros o solicitar su devolución. Este mecanismo ayuda a aliviar la carga fiscal de las empresas exportadoras y promueve las actividades comerciales con el exterior (Arana, 2011).

La exportación de bienes se trata principalmente en el ámbito aduanero, lo que nos lleva a veces a recurrir a la legislación aduanera para entender mejor este régimen y sus implicaciones fiscales. Sin embargo, esto no aplica de la misma manera para la exportación de servicios, ya que esta cae dentro del ámbito de los impuestos nacionales (Arana, 2011).

En términos generales, una exportación implica el movimiento legítimo de bienes nacionales o nacionalizados desde un país hacia otro. Sin embargo, es crucial señalar que la definición de exportación no se alinea completamente con otras interpretaciones que la describen como el traslado de mercancías al exterior para su uso o consumo final. Esto es relevante porque en la normativa aduanera no corresponde solo al régimen de exportación definitiva, sino que es un concepto más amplio (Arana, 2011).

Desde la perspectiva aduanera, exportar un bien no siempre significa que será consumido definitivamente en el exterior. Por ejemplo, se considera exportación temporal cuando los bienes son enviados temporalmente al exterior para ser reparados, mantenidos o mejorados y luego regresan al país. Este proceso tiene una obligación de reexportación o reimportación en un plazo establecido (Arana, 2011).

En contraste, la exportación definitiva es el régimen que aplica a bienes en libre circulación que salen del país para su uso o consumo final en el extranjero. En este sentido, se aplican principios fundamentales como la imposición en el país de destino y la no exportación de tributos. Este último principio busca no gravar las exportaciones para permitir que los productos puedan competir en los mercados internacionales con una carga fiscal similar a la de los productos nacionales y sin alterar el precio final (Arana, 2011).

En resumen, la exportación de bienes implica el traslado legítimo de mercancías entre países, pero es importante entender que no siempre implica su consumo definitivo en el exterior. Los regímenes aduaneros, como la exportación temporal y definitiva, tienen implicaciones fiscales distintas, y es crucial mantener principios como la imposición en el país de destino y la no exportación de tributos para promover la competitividad en los mercados globales (Arana, 2011).

2.2.1.2.1. Acogimiento.

En el Perú, las empresas hoteleras que brindan servicios de hospedaje y alimentación a personas no domiciliadas pueden acogerse a un beneficio tributario que califica estos servicios como exportación para efectos del IGV. Esto significa que se consideran operaciones de exportación y están sujetas a un régimen especial que permite solicitar el Saldo a Favor del Exportador (SFE) (Arana, 2011).

El acogimiento a este beneficio se estableció mediante el Decreto Legislativo N° 919, y las empresas hoteleras deben cumplir con ciertos requisitos, como la prestación del servicio

a sujetos no domiciliados por un período no mayor a 60 días en cada ingreso al país y la presentación de documentos válidos para ingresar al país, como la Tarjeta Andina de Migraciones (TAM) y otros documentos según tratados internacionales (Arana, 2011).

Una vez que las empresas hoteleras son consideradas como exportadoras de servicios, pueden solicitar el Saldo a Favor del Exportador (SFE), que es el excedente del IGV pagado en compras o gastos respecto al IGV que deben trasladar a sus clientes por sus servicios. Este saldo a favor puede ser compensado con otros tributos que deben pagar o, en caso de no poder compensarse totalmente, solicitar su devolución (Arana, 2011).

2.2.1.2.2.Devolución o Compensación.

Para la devolución o compensación del saldo a favor, se aplica un límite del 18% sobre los ingresos obtenidos por la prestación de servicios de hospedaje y alimentación en el período correspondiente. Es decir, las empresas hoteleras pueden solicitar la devolución o compensación de hasta el 18% de sus ingresos por estos servicios en el mes en que hacen la solicitud (Arana, 2011).

Es importante señalar que este saldo a favor no prescribe y puede ser arrastrado hasta agotarse, similar al crédito fiscal. Por lo tanto, las empresas hoteleras pueden acumular este saldo durante varios ejercicios y solicitar la devolución o compensación en un solo acto, siempre que no exceda el límite del 18% sobre los ingresos por servicios de hospedaje y alimentación (Arana, 2011).

2.2.2. Crecimiento Empresarial

El crecimiento empresarial es un tema complejo y ampliamente estudiado desde diferentes perspectivas en la literatura académica. Diversas teorías y enfoques han sido propuestos para explicar y comprender cómo las empresas crecen y se desarrollan en su entorno. Algunas de las teorías más relevantes que se han utilizado para abordar este tema son el enfoque contingente y la teoría de la dependencia de recursos (Seclen, 2016).

a) Enfoque contingente:

El enfoque contingente se basa en la idea de que no hay un único diseño organizativo o estrategia que funcione para todas las empresas en todas las situaciones. En cambio, sostiene que el crecimiento de una empresa se ve influido por las características específicas del entorno en el que opera y los recursos y capacidades internas de la organización. Es decir, cada empresa debe adaptar su estructura y acciones directivas de acuerdo con las circunstancias cambiantes del entorno. Esta perspectiva considera que existen múltiples factores que pueden influir en el crecimiento de la empresa y que el éxito depende de la capacidad de la organización para ajustarse a esas contingencias (Seclen, 2016).

b) Teoría de la dependencia de recursos:

La teoría de la dependencia de recursos se centra en la idea de que las empresas dependen de recursos externos para operar y crecer. Según esta teoría, una empresa no puede generar todos los recursos necesarios internamente y; por lo tanto, necesita establecer relaciones con el entorno para obtener los recursos requeridos. Estos recursos pueden ser financieros, tecnológicos, humanos o de otro tipo. La teoría sugiere que la relación entre la empresa y su entorno es crítica para su supervivencia y crecimiento, ya que las limitaciones y contingencias del entorno pueden afectar la disponibilidad de recursos y, por lo tanto, la capacidad de la empresa para crecer (Seclen, 2016).

Es importante destacar que estas teorías no son mutuamente excluyentes, y muchas veces se combinan para obtener una comprensión más completa del crecimiento empresarial. Además de estas teorías, existen otros enfoques y modelos que también han contribuido al estudio del crecimiento empresarial, como el enfoque de recursos y capacidades, el ciclo de vida de la empresa, el modelo de desarrollo de la empresa, entre otros. El crecimiento de una empresa es un proceso dinámico y multifactorial que involucra tanto factores internos como

externos. La gestión adecuada de estos elementos es esencial para asegurar un crecimiento sostenible y exitoso en el mercado (Seclen, 2016).

El progreso empresarial implica la expansión de una entidad hacia nuevos horizontes de mercado, permitiéndole atraer y retener talento de alta calidad, convirtiéndose así en una fuente de ventaja competitiva. El crecimiento de una empresa se refiere al proceso de adaptación a cambios en el entorno o propiciados por líderes emprendedores dentro de la organización. La meta es desarrollar o ampliar la capacidad productiva mediante la adquisición o ajuste de nuevos recursos, lo cual demanda cambios organizativos que respalden estas modificaciones. En conclusión, según lo expuesto anteriormente, el crecimiento empresarial se configura como un proceso continuo de mejora que impulsa a la empresa hacia el logro del éxito (Puente y Viñan, 2017).

El crecimiento empresarial puede ser medido mediante diversas variables y métricas que evalúan el rendimiento y el progreso de la organización en diferentes aspectos. Algunas formas comunes de medir el crecimiento empresarial incluyen:

a) Crecimiento de ingresos: Se refiere al aumento de los ingresos generados por la empresa en un período determinado. Puede medirse en términos absolutos (monto total de ingresos) o en términos relativos (porcentaje de crecimiento de los ingresos en comparación con períodos anteriores) (Puente y Viñan, 2017).

b) Crecimiento de clientes: Se evalúa el incremento en la base de clientes de la empresa. Puede medirse mediante el número total de nuevos clientes adquiridos, la retención de clientes existentes y el crecimiento de la participación de mercado (Puente y Viñan, 2017).

c) Crecimiento de utilidades: Se trata del aumento en las ganancias o beneficios de la empresa. Puede medirse mediante el margen de utilidad, el crecimiento del beneficio neto o el retorno de la inversión (Puente y Viñan, 2017).

d) Crecimiento de activos: Evalúa el aumento en el valor total de los activos de la empresa. Puede medirse a través de métricas como el valor de los activos totales, el crecimiento de los activos fijos o el incremento en el capital de trabajo (Puente y Viñan, 2017).

e) Crecimiento de empleados: Se refiere al incremento en el número de empleados de la empresa. Puede medirse mediante el aumento en el personal contratado o la expansión de equipos y departamentos (Puente y Viñan, 2017).

En el presente estudio se analiza la liquidez, el patrimonio y la producción de servicios por ser aspectos fundamentales para evaluar el crecimiento empresarial debido a su relevancia en diferentes dimensiones del negocio. A continuación, se explica por qué estos factores son considerados críticos para entender el crecimiento de una empresa:

2.2.2.1.Liquidez.

Es la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, como el pago de deudas, salarios y proveedores. Mantener una buena liquidez es esencial para el funcionamiento diario y la estabilidad financiera de la empresa. En el contexto del crecimiento, una empresa en crecimiento puede enfrentar mayores demandas de efectivo debido a la expansión de operaciones y mayores inversiones. Analizar la liquidez ayuda a asegurar que la empresa tenga los recursos disponibles para financiar su crecimiento sin poner en riesgo su solvencia.

La gestión eficiente de la liquidez es esencial para asegurar que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones a corto plazo, como pagar a proveedores en el momento acordado. Si la empresa no administra adecuadamente sus activos y pasivos, corre el riesgo de quedarse sin efectivo en el momento en que más lo necesita, lo que podría generar retrasos en los pagos, pérdida de credibilidad y afectar negativamente las relaciones comerciales (Diaz y Ramón, 2021).

2.2.2.1.1. Pago de Deudas.

Cuando una empresa experimenta un crecimiento significativo, es común que busque financiamiento adicional para expandir sus operaciones, adquirir activos o invertir en nuevos proyectos. Esto puede incluir la obtención de préstamos, líneas de crédito o emisión de bonos. A medida que la empresa obtiene mayores ingresos y ganancias debido a su crecimiento, también puede experimentar un aumento en su liquidez (Díaz y Ramón, 2021).

Una parte importante de la gestión de la liquidez es utilizar una porción de esta liquidez adicional para pagar las deudas que haya contraído la empresa. Al pagar las deudas en el momento acordado, la empresa evita el pago de intereses adicionales y demuestra su capacidad de manejar responsablemente sus obligaciones financieras. Esto mejora la percepción de los inversionistas y prestamistas, lo que a su vez podría facilitar el acceso a financiamiento futuro en condiciones favorables (Díaz y Ramón, 2021).

2.2.2.1.2. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo se refiere a los fondos necesarios para financiar las operaciones diarias de la empresa, incluyendo el pago de proveedores, gastos operativos, nóminas y mantener niveles adecuados de inventario. Cuando una empresa experimenta crecimiento, es probable que aumenten las demandas de capital de trabajo debido a una mayor producción, ventas y expansión de sus actividades comerciales (Díaz y Ramón, 2021).

El aumento de liquidez que se produce con el crecimiento empresarial puede destinarse también a incrementar el capital de trabajo disponible. Tener suficiente capital de trabajo es esencial para mantener el funcionamiento fluido del negocio y evitar problemas de liquidez que puedan llevar a retrasos en los pagos a proveedores o la incapacidad de cumplir con las obligaciones a corto plazo (Díaz y Ramón, 2021).

2.2.2.2.Patrimonio.

El patrimonio de una empresa es la diferencia entre sus activos y pasivos, y representa su valor neto. El crecimiento empresarial puede requerir inversiones significativas en activos como equipos, infraestructura y tecnología. Evaluar el patrimonio es crucial para determinar si la empresa tiene la base financiera necesaria para financiar estas inversiones y soportar el aumento en su tamaño y complejidad. Un sólido patrimonio también puede mejorar la capacidad de la empresa para obtener financiamiento externo en condiciones favorables (Blázquez et al., 2006).

2.2.2.2.1.Rendimiento

El rendimiento de una empresa se refiere a su capacidad para generar beneficios y obtener un retorno positivo sobre la inversión realizada. El crecimiento empresarial puede mejorar el rendimiento de varias maneras:

Con el crecimiento, la empresa suele experimentar un incremento en las ventas y los ingresos generados. Un aumento en los ingresos permite a la empresa cubrir costos, expandir operaciones y obtener una mayor rentabilidad. Con un crecimiento constante, la empresa puede beneficiarse de economías de escala. Al producir a mayor escala, los costos unitarios tienden a disminuir, lo que mejora la rentabilidad de cada unidad vendida (Blázquez et al., 2006).

Para manejar el crecimiento, las empresas a menudo deben mejorar su eficiencia operativa. Esto implica eliminar desperdicios, optimizar procesos y reducir costos innecesarios, lo que se traduce en una mayor rentabilidad. Un crecimiento exitoso puede fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado. Una mayor cuota de mercado y una reputación positiva pueden permitir a la empresa tener un mayor poder de fijación de precios y mayores márgenes de beneficio. Con un crecimiento sostenible, la empresa puede acceder a oportunidades de inversión más atractivas. Esto puede incluir proyectos de expansión,

adquisiciones estratégicas o el desarrollo de nuevas líneas de productos, lo que contribuye al crecimiento de los beneficios (Blázquez et al., 2006).

2.2.2.2.Incremento de activos

El crecimiento empresarial también puede conducir al incremento de activos, que son los recursos y bienes que posee la empresa. El incremento de activos se relaciona principalmente con el balance general de la empresa y puede ser resultado directo del crecimiento:

Con un crecimiento exitoso, la empresa puede invertir en activos fijos, como equipos, maquinaria, infraestructura o bienes raíces. Estos activos mejoran la capacidad productiva y la eficiencia operativa de la empresa. Una empresa en crecimiento puede adquirir o fusionarse con otras empresas para expandir sus operaciones y diversificar su oferta. Esta estrategia puede aumentar significativamente los activos de la empresa (Blázquez et al., 2006).

Con el crecimiento, la empresa puede invertir en el desarrollo de propiedad intelectual, como patentes, marcas registradas o derechos de autor. Estos activos intangibles pueden aumentar el valor de la empresa y proteger su posición en el mercado. El crecimiento en las ventas y la producción puede requerir un mayor nivel de inventario para satisfacer la demanda. Un incremento en el inventario es reflejado como un activo en el balance general de la empresa. Una empresa en crecimiento puede expandir su red de distribución, lo que implica la adquisición de activos como almacenes, centros de distribución o flotas de transporte (Blázquez et al., 2006).

El crecimiento empresarial puede mejorar el rendimiento financiero y el incremento de activos de una empresa. A través de mayores ingresos, eficiencia operativa, economías de escala y oportunidades de inversión, la empresa puede lograr un mejor rendimiento. Al mismo tiempo, la expansión de activos, como inversiones en activos fijos, adquisiciones y propiedad

intelectual, puede fortalecer la posición de la empresa y contribuir a su crecimiento y éxito a largo plazo (Blázquez et al., 2006).

2.2.2.3. Producción de Servicios.

La producción de servicios es esencial en muchas empresas que ofrecen servicios en lugar de productos físicos. Al evaluar el crecimiento empresarial, es importante analizar la capacidad de la empresa para mantener y aumentar la producción de servicios a medida que crece. Esto puede implicar considerar factores como la escalabilidad de los procesos, la capacitación y gestión del personal, la calidad del servicio entregado y la capacidad para satisfacer las crecientes demandas de los clientes. Una producción eficiente y de alta calidad es crucial para mantener la satisfacción del cliente y el éxito continuo de la empresa (Canals, 2000).

La competitividad, la optimización de costos y las ventas son elementos interconectados que desempeñan un papel crucial en el crecimiento empresarial. Cada uno de estos aspectos contribuye de manera significativa al éxito y desarrollo sostenible de una empresa. A continuación, se analiza cómo la competitividad, la optimización de costos y las ventas se relacionan con el crecimiento empresarial (Canals, 2000).:

2.2.2.3.1. Competitividad

La competitividad se refiere a la capacidad de una empresa para destacar en su mercado y superar a sus competidores. Una empresa competitiva tiene la habilidad de diferenciarse y ofrecer productos o servicios únicos, de alta calidad o con características distintivas que atraen a los clientes y generan una ventaja competitiva (Canals, 2000).

La competitividad puede impulsar el crecimiento empresarial al atraer nuevos clientes y aumentar la participación en el mercado. Una empresa que se destaca tiene más posibilidades de ser preferida por los clientes frente a sus competidores, lo que se traduce en un aumento en las ventas y una mayor cuota de mercado. La capacidad de adaptarse a las tendencias del

mercado y la innovación son elementos clave de la competitividad. Una empresa que se mantiene actualizada y ofrece soluciones relevantes y novedosas tiene mayores posibilidades de crecer y expandirse (Canals, 2000).

2.2.2.3.2. Costos.

La optimización de costos implica la reducción de gastos innecesarios y el aumento de la eficiencia en los procesos de la empresa. Al eliminar ineficiencias y reducir los costos de producción y operación, la empresa puede mejorar su rentabilidad y liberar recursos para invertir en su crecimiento (Canals, 2000).

La optimización de costos puede llevar a una mejora en los márgenes de beneficio, lo que permite a la empresa aumentar su capacidad de inversión en actividades que impulsen su crecimiento, como la expansión de instalaciones, el desarrollo de nuevos productos o la adquisición de tecnología. Al reducir los costos, una empresa puede ofrecer precios más competitivos, lo que puede atraer a más clientes y aumentar las ventas (Canals, 2000).

2.2.2.3.3. Ventas.

Las ventas son un elemento clave del crecimiento empresarial, ya que representan los ingresos generados por la venta de productos o servicios. Un aumento en las ventas puede ser un indicador claro del crecimiento de la empresa. Cuanto más se vendan los productos o servicios de una empresa, mayor será su crecimiento y expansión en el mercado (Canals, 2000).

Las ventas pueden ser impulsadas por la competitividad de la empresa en el mercado y la percepción positiva de los clientes hacia sus productos o servicios. También pueden verse beneficiadas por una estrategia de precios adecuada y una eficiente gestión de marketing y ventas (Canals, 2000).

Por tanto, la competitividad, la optimización de costos y las ventas están estrechamente vinculadas y se refuerzan mutuamente en el crecimiento empresarial. Una empresa competitiva que optimiza sus costos tiene más posibilidades de aumentar sus ventas y, a su vez, un

crecimiento sostenido de las ventas puede impulsar la competitividad y la rentabilidad de la empresa. La combinación de estos factores puede llevar a un crecimiento sólido y sostenible a largo plazo (Canals, 2000).

2.3. Definición de Términos Básicos

Ahorro Fiscal: “Disminución de la deuda tributaria que se pone de manifiesto como consecuencia de la aplicación de beneficio o créditos fiscales” (Vocabulario de términos fiscales, s.f., párr. 1).

Competitividad: “Rivalidad o competencia intensa para conseguir un fin” (Oxford Languages, s.f., párr. 1).

Crecimiento: “Dicho de una cosa: Recibir aumento por añadirsele nueva materia” (RAE, s.f., párr. 2).

Cumplimiento: “Perfección en el modo de obrar o de hacer algo” (RAE, s.f., párr. 4).

Eficiencia: “Capacidad de lograr los resultados deseados con el mínimo posible de recursos” (RAE, s.f., párr. 2).

Incentivos: “Estímulo que se ofrece a una persona, grupo o sector de la economía con el fin de elevar la producción y mejorar los rendimientos” (RAE, s.f., párr. 2).

Innovación: “Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado” (RAE, s.f., párr. 2).

Inversión: “Caudal o conjunto de bienes que posee una persona o comunidad” (RAE, s.f., párr. 7).

Patrimonio: “Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica” (RAE, s.f., párr. 4).

Planificación: “Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad,

el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria” (RAE, s.f., párr. 2).

Producción: “Suma de los productos del suelo o de la industria” (RAE, s.f., párr. 4).

Capítulo III: Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis General.*

Existe relación directa entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

3.1.2. *Hipótesis Específicas.*

- a) Existe relación directa entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.
- b) Existe relación directa entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.
- c) Existe relación directa entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.

3.2. Identificación de la Variables

Variable X: Beneficio Tributario

Como “el conjunto de concesiones tributarias que benefician de manera particular a algunos contribuyentes, actividades, regiones, etc. y tienen por objetivo financiar políticas llevadas a cabo por el Estado” (Chango-Chimbolema et al., 2023, p. 51).

Variable Y: Crecimiento Empresarial

Es un proceso de mejora continua que impulsa a la empresa hacia el éxito (Puente y Viñan, 2017).

3.3. Operacionalización de las Variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Beneficios Tributarios	Como “el conjunto de concesiones tributarias que benefician de manera particular a algunos contribuyentes, actividades, regiones, etc. y tienen por objetivo financiar políticas llevadas a cabo por el Estado” (Chango-Chimbolema et al., 2023, p. 51).	Reducción del IGV	Menor pago del IGV Acogimiento Beneficio Acogimiento Devolución	Encuesta/Cuestionario Escala de Likert
Crecimiento Empresarial	Es un proceso de mejora continua que impulsa a la empresa hacia el éxito (Puente y Viñan, 2017).	Liquidez Patrimonio Producción de servicios	Pago de Deudas Capital de Trabajo Rendimiento Incremento de activos Competitividad Costos Ventas	Encuesta/Cuestionario Escala de Likert

Capítulo IV: Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

Según Cabezas et al. (2018), el enfoque cuantitativo implica la recopilación de datos con el propósito de poner a prueba una hipótesis, utilizando mediciones numéricas y análisis estadístico para identificar patrones de comportamiento y validar teorías. Consistente con este marco teórico, la metodología de investigación empleada fue cuantitativa, dado que la obtención de datos se llevó a cabo mediante encuestas y su análisis se realizó de manera cuantitativa con el objetivo de evaluar hipótesis.

4.2. Tipo de Investigación

La investigación aplicada se basa en teoría y tiene como objetivo la aplicación práctica de esta en situaciones reales (Arroyo, 2020). En este caso, la investigación se centra en el estudio de los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial, y su aplicabilidad en las empresas hoteleras del distrito de Huancayo. Durante el proceso de investigación, se analizaron las bases teóricas de estos conceptos y se buscó su utilidad en el contexto específico mencionado.

4.3. Nivel de Investigación

En el desarrollo de la investigación, se empleó en nivel correlacional, el cual se centra en identificar la relación o nivel de asociación entre dos o más conceptos, variables, categorías

o fenómenos dentro de un contexto particular (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). En este estudio, se evaluó entre las variables de beneficios tributarios y el crecimiento empresarial el grado de asociación.

4.4. Métodos de Investigación

4.4.1. Método General

Para la investigación se utilizó el método científico, este es un conjunto de reglas, estrategias y procedimientos utilizados en el trabajo científico. Estos se basan en fundamentos lógicos, teorías y principios epistemológicos que subyacen en el proceso de investigación (Arroyo, 2020).

4.4.2. Métodos Específicos

Como método específico se usó el deductivo, este método es un proceso de razonamiento lógico que utiliza premisas generales para llegar a una conclusión específica, se caracteriza por ser riguroso y sistemático, utilizando pasos lógicos para llegar a una conclusión (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

4.5. Diseño de Investigación

En la investigación se aplicó el diseño no experimental, transversal correlacional; es no experimental, porque durante la recolección de datos no se manipularon las variables, solo se observaron y midieron los fenómenos como se presentaron. Es de corte transversal correlacional; pues los datos recolectados se tomaron en un único tiempo. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

4.6. Población y Muestra

4.6.1. Población.

Cabezas et al. (2018) detalla que "...la población es un conjunto de elementos con fines comunes de los cuales resulta las conclusiones más relevantes de una investigación" (p. 89).

Se tuvo por tanto una población de 385 contribuyentes dedicadas a las actividades económicas CIU 5510, 5590 y 6311 (Anexo 6).

4.6.2. Muestra.

Se toma una muestra del total de la población, como lo señala Cabezas et al. (2018) “...es la toma de una pequeña parte de la población la cual permitirá dar a conocer datos específicos de la misma” (p. 92)

A. Unidad de Análisis

Hernández y Mendoza (2018) señalan que “La unidad de análisis es la unidad de la cual se extraerán los datos o la información final” (p. 198). En la tesis solo se trabajó con empresas hoteleras que tengan RUC 20, dedicadas a las actividades económicas del CIU 5510, 5590 y 6311, por ser entidades con personería jurídica. Considerar que una empresa hotelera no se limita exclusivamente a operar hoteles de lujo; puede gestionar diversos tipos de establecimientos de alojamiento temporal, incluidos hostales (Sánchez, s.f.).

El término "empresa hotelera" se refiere a una entidad comercial que se dedica a la gestión y operación de lugares de alojamiento y que puede ofrecer una variedad de opciones de hospedaje para sus clientes. Esto puede incluir hoteles, moteles, hostales, casas de huéspedes y otros tipos de alojamientos. Una empresa hotelera no necesariamente tiene que administrar múltiples hoteles o hostales. Una empresa hotelera puede ser una sola entidad comercial que administra y opera un solo establecimiento de alojamiento, como un hotel independiente o un hostel. La gestión y operación de un solo alojamiento aún se consideraría una empresa hotelera si la entidad se dedica a brindar servicios de alojamiento temporal a los huéspedes (Sánchez, s.f.).

B. Tamaño de la Muestra

Del listado proporcionado por la SUNAT (2023) del anexo 6, se extrajo solo 74 contribuyentes con RUC 20 del distrito de Huancayo, dedicadas a las actividades económicas CIU 5510, 5590 y 6311 el detalle visualizar en el anexo 5.

C. Selección de la Muestra

Se empleó el muestreo no probabilístico, que es un “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018, p. 200). Considerando la naturaleza y necesidad de evidenciar con precisión la realidad de las empresas se consideró las 74 empresas jurídicas antes mencionadas.

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.7.1. Técnicas.

La recolección de datos se realizó mediante la encuesta, Arroyo (2020) refiere que “Esta técnica se trasunta en un formato que aplicado a la muestra de informantes sirve a los propósitos de recolección de datos a través del instrumento denominado cuestionario” (p. 260)

4.7.2. Instrumentos.

Para realizar la encuesta se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas, con posibilidades de varias respuestas, de medición ordinal. “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 250).

A. Diseño

El instrumento contiene en total 23 ítems, 11 ítems para la variable “beneficios tributarios” y 12 ítems para la variable “crecimiento empresarial”. El instrumento se elabora en escala de Likert, los puntajes se ordenan de forma ordinal como sigue para ambas variables:

1=Totalmente en desacuerdo; 2=En desacuerdo; 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=De acuerdo; 5=Totalmente de acuerdo

B. Confiabilidad

Para establecer la confiabilidad del instrumento, se empleó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual evalúa la fiabilidad mediante un índice que varía entre 0 y 1. Siguiendo la perspectiva de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la confiabilidad se refiere a la medida en que un método produce resultados que son uniformes y coherentes.

Para evaluar la coherencia, resulta esencial aplicar el coeficiente alfa de Cronbach en una evaluación preliminar (ver anexo 4). La interpretación del coeficiente de confiabilidad se realiza considerando la representación gráfica que se detalla a continuación.

Figura 2

Interpretación del coeficiente de confiabilidad del instrumento

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Nota. Tomado de Corral (2009, p. 244).

Los resultados obtenidos reflejan:

Tabla 2

Resultado alfa de Cronbach

Variable	Nº Elementos	Alfa de Cronbach
Beneficios tributarios	11	0,852
Crecimiento empresarial	12	0,856

La fiabilidad en ambas variables está ubicada en la categoría más alta, tal como indica la figura 2 proporcionada. En consecuencia, el instrumento muestra una fiabilidad excepcionalmente elevada, lo que permitió considerar que fue apropiado para su utilización.

C. Validez

La validez representa un elemento de relevancia que posibilita la evaluación de la eficacia con la cual se busca cuantificar las variables en consideración, reflejando la pertinencia del contenido del instrumento (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). En este estudio, se sometió la ficha utilizada para la obtención de datos a un análisis por parte de expertos (ver anexo 3), con el objetivo de asegurar su autenticidad. Los resultados de esta evaluación se detallan a continuación:

Tabla 3

Validez de instrumentos

Experto	Coefficiente de validez
Mg. David Callupe Marcelo	0.931
Mg. Rosario Espinoza Landa	0.875
Mg. Nancy Matos Gilvonio	0.934
Promedio de coeficiente	0.913

Conforme a la tabla 3, el coeficiente promedio de validez es de 0,913; el cual refiere a una validez muy alta y válido para aplicar (figura 2).

Capítulo V: Resultados

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

Se implementó un procedimiento estructurado para iniciar la etapa de campo, comenzando por la delineación precisa del problema investigativo, la formulación de preguntas pertinentes y la definición de metas, conjuntamente con sus hipótesis correspondientes. A continuación, se efectuó un examen exhaustivo de la literatura disponible y se reunieron antecedentes pertinentes para desarrollar los instrumentos necesarios destinados a recopilar la información.

Con el propósito de valorar la consistencia de estos instrumentos, se llevó a cabo una evaluación preliminar mediante una prueba piloto. Una vez confirmada la solidez de los instrumentos, se procedió a la adquisición de datos. Los datos obtenidos se procesaron empleando la herramienta informática Excel, mientras que, para el análisis estadístico, se recurrió a los datos descriptivos e inferenciales con el apoyo del software Spss v27.

5.2. Presentación de Resultados

A través del análisis estadístico descriptivo, se utilizaron los baremos como herramienta para sintetizar, estructurar y caracterizar los datos procesados, con el objetivo de alcanzar una comprensión fundamental de los patrones esenciales presentes en las variables de estudio y sus diversas dimensiones.

5.2.1. Baremo variable beneficios tributarios

Tabla 4

Baremo de la variable beneficios tributarios

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 40	Deficiente	19	25,7
41 - 47	Adecuado	33	44,6
48 - 53	Excelente	22	29,7
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 29,7% de los encuestados considera que los beneficios tributarios son "excelentes". Esto implica que este grupo de contribuyentes experimenta un alto nivel de satisfacción con los incentivos fiscales ofrecidos por el sistema tributario, ya que perciben que estos beneficios son positivos para el crecimiento de sus empresas.

Un 44,6% de los encuestados opina que los beneficios tributarios son "adecuados" para sus hoteles. Esta categoría de contribuyentes no muestra un nivel de satisfacción tan elevado como el primer grupo, pero aún consideran que los incentivos fiscales proporcionados son suficientes y útiles para su crecimiento empresarial.

Un 25,7% de los encuestados describe los beneficios tributarios como "deficientes". Esto indica que esta parte de los contribuyentes percibe que los incentivos fiscales no son adecuados o no cumplen con sus expectativas en términos de respaldar el crecimiento de sus negocios hoteleros.

5.2.1.1. Baremo dimensión de reducción del IGV

Tabla 5

Baremo de la dimensión de reducción del IGV

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 17	Deficiente	30	40,5
18 - 21	Adecuado	24	32,4
22 - 25	Excelente	20	27,0
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 27% de los encuestados considera que el beneficio de la reducción del IGV es "excelente". Estos contribuyentes ven este beneficio como altamente valioso, y lo asocian con ventajas como una disminución en el monto total del IGV que deben pagar. Además, mencionan que se benefician a través del acogimiento a esta reducción y la ventaja económica resultante.

El 32,4% de los encuestados opina que el beneficio es "adecuado". Esto implica que este grupo de contribuyentes encuentra que la reducción del IGV tiene un nivel razonable de utilidad para sus empresas. Si bien no lo consideran sobresaliente, aún reconocen su importancia para el funcionamiento y crecimiento de sus negocios.

Un 40,5% de los encuestados lo describe como "deficiente". Esto sugiere que este conjunto de contribuyentes no ve el beneficio de la reducción del IGV como suficientemente eficaz para impulsar el crecimiento empresarial. Pueden percibir que las ventajas que obtienen no son adecuadas o que no están logrando aprovechar plenamente el potencial de esta reducción.

5.2.1.2. Baremo dimensión de saldo a favor del exportador

Tabla 6

Baremo de la dimensión de saldo a favor del exportador

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 22	Deficiente	9	12,2
23 - 26	Adecuado	26	35,1
27 - 30	Excelente	39	52,7
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 52,7% de los encuestados califica este beneficio como "excelente". Estos contribuyentes tienen una evaluación sumamente positiva y experimentan este beneficio a través de diferentes formas, como el acogimiento del mismo, la posibilidad de recibir devoluciones y la capacidad de llevar a cabo compensaciones. Esta mayoría percibe que el beneficio proporciona un valor sobresaliente para las empresas hoteleras.

Un 35,1% de los encuestados lo describe como "adecuado". Esto sugiere que este grupo de contribuyentes considera que el beneficio del saldo a favor del exportador es útil y apropiado en el contexto de las empresas hoteleras, aunque no lo cataloga como excepcional. Es probable que estas personas vean que el beneficio cumple con su propósito de manera efectiva.

Un 12,2% de los encuestados lo considera "deficiente". Esto indica que esta minoría de contribuyentes no está satisfecha con el impacto del beneficio del saldo a favor del exportador en las empresas hoteleras. Pueden sentir que las ventajas obtenidas son insuficientes o que no están aprovechando completamente las oportunidades que brinda este beneficio.

5.2.2. Baremo variable crecimiento empresarial

Tabla 7

Baremo de la variable crecimiento empresarial

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 47	Bajo	20	27,0
48 - 54	Medio	28	37,8
55 - 60	Alto	26	35,1
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 35,1% de los encuestados considera que el crecimiento empresarial en sus hoteles es "alto". Estos contribuyentes experimentan un nivel significativo de crecimiento en sus negocios y creen que este crecimiento está directamente relacionado con los beneficios tributarios percibidos. En otras palabras, ven una correlación entre el aprovechamiento de los incentivos fiscales y el éxito en el crecimiento empresarial.

El 37,8% de los encuestados opina que el crecimiento empresarial es de "nivel medio". Esto sugiere que este grupo de contribuyentes experimenta un crecimiento moderado en sus empresas hoteleras y cree que los beneficios tributarios juegan un papel en este proceso, pero no necesariamente son la única relación sobre el crecimiento.

Un 27% de los encuestados describe el crecimiento empresarial como "nivel bajo". Esto implica que esta parte de los contribuyentes percibe un crecimiento limitado en sus empresas hoteleras, y no lo relaciona fuertemente con los beneficios tributarios percibidos.

5.2.2.1. Baremo dimensión de liquidez

Tabla 8

Baremo de la dimensión de liquidez

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 15	Bajo	16	21,6
16 - 17	Medio	22	29,7
18 - 20	Alto	36	48,6

Total	74	100,0
-------	----	-------

Interpretación:

Un 48,6% de los encuestados considera que la liquidez en sus empresas hoteleras es de "nivel alto". Estos contribuyentes experimentan un nivel significativamente elevado de liquidez en sus negocios y creen que esta situación está directamente relacionada con los beneficios tributarios percibidos. En otras palabras, ven una conexión entre la utilización de los incentivos fiscales y la mejora en la liquidez de sus empresas.

El 29,7% de los encuestados opina que la liquidez es de "nivel medio". Esto sugiere que este grupo de contribuyentes experimenta una liquidez moderada en sus empresas hoteleras y cree que los beneficios tributarios juegan un papel en esta situación, pero no son la única relacionada con la liquidez.

Un 21,6% de los encuestados describe la liquidez como de "nivel bajo". Esto implica que esta parte de los contribuyentes percibe una liquidez limitada en sus empresas hoteleras y no la relaciona de manera significativa con los beneficios tributarios percibidos.

5.2.2.2. Baremo dimensión de patrimonio

Tabla 8

Baremo de la dimensión de liquidez

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 15	Bajo	20	27,0
16 - 18	Medio	13	17,6
19 - 20	Alto	41	55,4
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 55,4% de los encuestados considera que el patrimonio en sus empresas hoteleras es de "nivel alto". Estos contribuyentes experimentan un nivel sustancialmente elevado de patrimonio en sus negocios y consideran que esta situación está directamente relacionada con

los beneficios tributarios percibidos. En otras palabras, ven una conexión significativa entre la utilización de los incentivos fiscales y el fortalecimiento del patrimonio de sus empresas.

El 17,6% de los encuestados opina que el patrimonio es de "nivel medio". Esto sugiere que este grupo de contribuyentes experimenta un patrimonio moderado en sus empresas hoteleras y consideran que los beneficios tributarios contribuyen en cierta medida a esta situación, aunque no sean la única relación con el patrimonio.

Un 27% de los encuestados describe el patrimonio como de "nivel bajo". Esto implica que esta parte de los contribuyentes percibe un patrimonio limitado en sus empresas hoteleras y no lo relaciona de manera marcada con los beneficios tributarios percibidos.

5.2.2.3. Baremo dimensión de producción de servicios

Tabla 9

Baremo de la dimensión de producción de servicios

Rangos	Valores	Frecuencia	Porcentaje
<= 15	Bajo	17	23,0
16 - 18	Medio	22	29,7
19 - 20	Alto	35	47,3
Total		74	100,0

Interpretación:

Un 47,3% de los encuestados considera que la producción de servicios en sus empresas hoteleras es de "nivel alto". Estos contribuyentes experimentan un nivel considerablemente elevado en la producción de servicios relacionados con la competitividad, los costos y las ventas en sus negocios. Consideran que esta situación guarda relación con los beneficios tributarios percibidos, lo cual sugiere que los incentivos fiscales están contribuyendo a impulsar la eficacia de sus operaciones en estos aspectos.

El 29,7% de los encuestados opina que la producción de servicios es de "nivel medio". Esto implica que este grupo de contribuyentes experimenta un nivel moderado en la producción

de servicios en sus empresas hoteleras. Consideran que esta situación se relaciona en cierta medida con los beneficios tributarios percibidos, aunque no lo ven como un factor determinante.

Un 23% de los encuestados describe la producción de servicios como de "nivel bajo". Esto indica que esta parte de los contribuyentes percibe una producción de servicios limitada en sus empresas hoteleras, y no lo relaciona de manera significativa con los beneficios tributarios percibidos.

5.3. Contrastación de Resultados

Los hallazgos se organizaron de manera coherente para permitir la evaluación, confirmación o refutación de la hipótesis de investigación, siguiendo los procedimientos recomendados por Icart y Canela (1998). Para lograrlo, se han seguido los siguientes pasos secuenciales:

Paso 1: Formulación de la hipótesis nula.

Paso 2: Planteamiento de la hipótesis alternativa.

Paso 3: Definición del nivel de significación alfa.

Paso 4: Selección y realización de la prueba estadística de significación apropiada.

Paso 5: Toma de decisión.

5.3.1. Prueba de Hipótesis General

Paso 1: Formulación de la hipótesis nula

H_0 : No existe relación directa entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 2: Planteamiento de la hipótesis alternativa

H_1 : Existe relación directa entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 3: Definición del nivel de significación alfa

Nivel de confianza = 95%

$\alpha = 0,05$

Paso 4: Selección y realización de la prueba estadística de significación apropiada

Se utilizó la prueba estadística de Chi-cuadrado para la evaluación de significación en el contexto donde los datos recopilados son de naturaleza cualitativa, ordenados en forma ordinal y procedentes de muestras independientes. El propósito de este análisis es determinar si existe una diferencia significativa entre las distribuciones de frecuencia observadas y las esperadas. A través de este proceso, se busca establecer la presencia de asociación o conexión entre dos variables categóricas (Flores-Ruiz et al., 2017).

No obstante, mientras que la prueba Chi-cuadrado es eficaz para identificar la relación entre variables categóricas, se ha recurrido a otra medida estadística para determinar la dirección de esa relación. En este caso, se utiliza la prueba Gamma, la cual se emplea en situaciones en las que se manejan dos variables ordinales y se tiene la intención de evaluar la existencia de una conexión entre ellas. El coeficiente Gamma sirve como una medida de correlación que analiza cómo concuerdan (o difieren) en su ordenamiento las categorías entre las dos variables. En este sentido, los valores de Gamma varían entre -1 y 1 (IBM, 2021), y para una comprensión más detallada de su interpretación se puede hacer uso de un gráfico apropiado:

Figura 3

Valores de coeficiente de asociación

Valor de <i>rho</i>	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Tomado de Martínez y Campos (2015, p. 185).

Tabla 10

Prueba Chi-cuadrado hipótesis general

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	24,591 a	4	,000	,000		
Razón de verosimilitud	25,428	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	21,310			,000		
Asociación lineal por lineal	19,452 b	1	,000	,000	,000	,000
N de casos válidos	74					

a 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,27.

b El estadístico estandarizado es 4,410.

Tabla 11*Prueba Gamma - hipótesis general*

		Valor	Error estándar asintótico a	T aproximada b	Significación n aproximada	Significación n exacta
Ordinal por ordinal	Gamma	,908	,068	4,964	,000	,000
N de casos válidos		74				

a No se presupone la hipótesis nula.

b Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Para la decisión estadística:

Si, el p-valor $\geq 0,05$ se acepta la hipótesis nula;

Si, el p-valor $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula.

Paso 5: Toma de decisión

Con un nivel de confianza del 95%, un p-valor de 0,000 menor que el $\alpha = 0,05$, se rechaza la hipótesis nula, así mismo con el coeficiente de Gamma de 0,908 (relación positiva muy alta) se concluye que, existe relación directa muy alta entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo – 2022. En otras palabras, las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios fiscales tienden a experimentar un crecimiento más pronunciado en comparación con aquellas que no lo hacen.

5.3.2. Prueba de Primera Hipótesis Específica

Paso 1: Formulación de la hipótesis nula

H₀: No existe relación directa entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 2: Planteamiento de la hipótesis alternativa

H₁: Existe relación directa entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 3: Definición del nivel de significación alfa

Nivel de confianza = 95%

$$\alpha = 0,05$$

Paso 4: Selección y realización de la prueba estadística de significación apropiada

Como lo señalado anteriormente se utiliza el estadístico de Chi-cuadrado y el coeficiente Gamma.

Tabla 12

Prueba Chi-cuadrado primera hipótesis específica

	Valor	g l	Significaci ón asintótica (bilateral)	Significaci ón exacta (bilateral)	Significaci ón exacta (unilateral)	Probabilid ad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	18,354 a	4	,001	,001		
Razón de verosimilitud	22,235	4	,000	,000		
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	17,244			,001		
Asociación lineal por lineal	10,597 b	1	,001	,001	,001	,000
N de casos válidos	74					

a 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,16.

b El estadístico estandarizado es 3,255.

Tabla 13

Prueba Gamma – primera hipótesis específica

	Valo r	Error estándar asintótic a	T aproximada	Significaci ón aproximada	Significaci ón exacta	
Ordinal por ordinal	Gamma	,623	,108	4,092	,000	,001
N de casos válidos	74					

a No se presupone la hipótesis nula.

b Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Para la decisión estadística:

Si, el p-valor $\geq 0,05$ se acepta la hipótesis nula;

Si, el p-valor $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula.

Paso 5: Toma de decisión

Con un nivel de confianza del 95%, un p-valor de 0,001 menor que el $\alpha = 0,05$, se rechaza la hipótesis nula, así mismo con el coeficiente de Gamma de 0,623 (relación positiva moderada) se concluye que, existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022. En otras palabras, las empresas hoteleras que obtienen beneficios tributarios tienden a tener niveles de liquidez más favorables en comparación con aquellas que no los obtienen. Los beneficios tributarios permiten la mejora de la capacidad financiera y la solidez económica de las empresas hoteleras.

5.3.3. Prueba de Segunda Hipótesis Específica

Paso 1: Formulación de la hipótesis nula

H_0 : No existe relación directa entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 2: Planteamiento de la hipótesis alternativa

H_1 : Existe relación directa entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Paso 3: Definición del nivel de significación alfa

Nivel de confianza = 95%

$\alpha = 0,05$

Paso 4: Selección y realización de la prueba estadística de significación apropiada

Como lo señalado anteriormente se utiliza el estadístico de Chi-cuadrado y el coeficiente Gamma.

Tabla 14*Prueba Chi-cuadrado segunda hipótesis específica*

	Valor	gl	Significaci ón asintótica (bilateral)	Significaci ón exacta (bilateral)	Significaci ón exacta (unilateral)	Probabilid ad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	11,421 a	4	,022	,021		
Razón de verosimilitud	11,261	4	,024	,034		
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	9,841			,027		
Asociación lineal por lineal	4,734b	1	,030	,031	,021	,013
N de casos válidos	74					

a 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,22.

b El estadístico estandarizado es 2,176.

Tabla 15*Prueba Gamma – segunda hipótesis específica*

	Valo r	Error estándar asintótic a	T aproximada b	Significaci ón aproximada	Significaci ón exacta
Ordinal por ordinal	Gamma ,406	,194	1,906	,057	,044
N de casos válidos	74				

a No se presupone la hipótesis nula.

b Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Para la decisión estadística:

Si, el p-valor $\geq 0,05$ se acepta la hipótesis nula;

Si, el p-valor $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula.

Paso 5: Toma de decisión

Con un nivel de confianza del 95%, un p-valor de 0,027 menor que el $\alpha = 0,05$, se rechaza la hipótesis nula, así mismo con el coeficiente de Gamma de 0,406 (relación positiva

moderada) se concluye que, existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo – 2022. Las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios fiscales tienden a tener un patrimonio más sólido en comparación con aquellas que no aprovechan tales beneficios, permitiendo la acumulación de activos y riqueza patrimonial de estas empresas.

5.3.4. Prueba de Tercera Hipótesis Específica

Paso 1: Formulación de la hipótesis nula

H₀: No existe relación directa entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.

Paso 2: Planteamiento de la hipótesis alternativa

H₁: Existe relación directa entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.

Paso 3: Definición del nivel de significación alfa

Nivel de confianza = 95%

$\alpha = 0,05$

Paso 4: Selección y realización de la prueba estadística de significación apropiada

Como lo señalado anteriormente se utiliza el estadístico de Chi-cuadrado y el coeficiente Gamma.

Tabla 16*Prueba Chi-cuadrado tercera hipótesis específica*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	10,781a	4	,029	,027		
Razón de verosimilitud	16,208	4	,003	,004		
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	12,201			,009		
Asociación lineal por lineal	6,029b	1	,014	,016	,010	,006
N de casos válidos	74					

a 4 casillas (44,4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,22.

b El estadístico estandarizado es 2,455.

Tabla 17*Prueba Gamma – tercera hipótesis específica*

	Valor	Error estándar asintótico a	T aproximada b	Significación aproximada	Significación exacta	
Ordinal por ordinal	Gamma	,493	,132	3,085	,002	,012
N de casos válidos	74					

a No se presupone la hipótesis nula.

b Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Para la decisión estadística:

Si, el p-valor $\geq 0,05$ se acepta la hipótesis nula;

Si, el p-valor $< 0,05$ se rechaza la hipótesis nula.

Paso 5: Toma de decisión

Con un nivel de confianza del 95%, un p-valor de 0,009 menor que el $\alpha = 0,05$, se rechaza la hipótesis nula, así mismo con el coeficiente de Gamma de 0,493 (relación positiva

moderada) se concluye que, existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022. Las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios tributarios tienden a aumentar su producción de servicios en comparación con aquellas que no, lo que les permite fomentar la oferta, mejora de la competitividad, incremento de venta, entre otros.

5.4. Discusión de Resultados

A continuación, se presenta la discusión de resultados respecto a los objetivos planteados en la investigación:

Respecto al objetivo general, se determinó que existe relación directa muy alta entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo – 2022. En otras palabras, las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios fiscales tienden a experimentar un crecimiento más pronunciado en comparación con aquellas que no lo hacen. Este hallazgo es consistente con otros estudios en el campo. Por ejemplo, el trabajo de Ayala (2022) también encontró una relación significativa entre los beneficios fiscales y el crecimiento empresarial en la Zona Franca de Tacna. Aunque en este caso, el coeficiente de correlación de Pearson indicó un efecto moderado del incremento en los beneficios tributarios en el crecimiento empresarial.

Chango-Chimbolema et al. (2023) llegaron a una conclusión semejante al indicar que los beneficios tributarios desempeñan un papel fundamental para estimular el desarrollo y el crecimiento económico. Hicieron hincapié en la importancia de difundir y aplicar eficazmente estos incentivos para alcanzar los resultados deseados, respaldando de manera indirecta la relación positiva identificada en su investigación.

Los estudios de Tuesta et al. (2021) y Torres et al. (2020) respaldan también tus hallazgos al subrayar que la falta de conocimiento por parte de los contribuyentes acerca de los

beneficios tributarios podría resultar en una concentración de estos incentivos en un reducido número de empresas, lo cual podría impactar el desarrollo equitativo del sector. Esto sugiere que una comprensión adecuada y una amplia difusión de los beneficios fiscales son esenciales para fomentar un crecimiento más generalizado y sostenible.

El trabajo de Farfán (2021), que identificó una relación entre los beneficios tributarios, como el saldo a favor del exportador, y el crecimiento económico de los hoteles en la ciudad de Cusco durante 2020.

Respecto al primer objetivo específico se determinó que, existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022. En otras palabras, las empresas hoteleras que obtienen beneficios tributarios tienden a tener niveles de liquidez más favorables en comparación con aquellas que no los obtienen. Los beneficios tributarios permiten la mejora de la capacidad financiera y la solidez económica de las empresas hoteleras.

Este descubrimiento guarda semejanzas con los resultados alcanzados por Orlandini et al. (2019), quienes también identificaron una relación significativa entre la actividad de la industria hotelera y el crecimiento económico en las ciudades analizadas. En este contexto, la conexión entre liquidez y beneficios tributarios se vincula con el aumento de ingresos y ventas, generando la liquidez necesaria para respaldar el desarrollo empresarial. En otras palabras, los beneficios fiscales contribuyen de manera directa a fortalecer la posición financiera de las empresas hoteleras, facilitando su expansión.

Los resultados de Maron y Guzman (2020), que evidenciaron una relación positiva entre los beneficios tributarios y la liquidez en el Hotel Arqueolo SAC, respaldan aún más la correlación encontrada en la investigación. Estos resultados insinúan que los beneficios tributarios, como el saldo a favor del exportador, pueden potenciar la liquidez de las empresas

hoteleras y, por ende, su capacidad para mantener operaciones y financiar sus procesos de expansión.

Respecto al segundo objetivo específico se determinó que, existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo – 2022. Las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios fiscales tienden a tener un patrimonio más sólido en comparación con aquellas que no aprovechan tales beneficios, permitiendo la acumulación de activos y riqueza patrimonial de estas empresas. Este hallazgo es consistente con lo obtenido por Ayerve (2019), quien confirmó que los beneficios tributarios se relacionan con la rentabilidad de la empresa Taypikala Hotel Cusco E.I.R.L. Sin embargo, es importante destacar que es crucial cumplir con los requisitos y formalidades establecidos por la normativa para mantener el beneficio. Estos resultados refuerzan la idea de que los beneficios tributarios se relacionan positivamente en el patrimonio de las empresas hoteleras, pero también recalcan la importancia de mantener el cumplimiento de las regulaciones para aprovechar dichos beneficios.

En lo que concierne a la correlación entre beneficios tributarios y rentabilidad, los resultados de Cconchoy y Cassa (2021) fortalecen aún más el descubrimiento. La sólida correlación positiva, con un coeficiente de 0,835, junto con el extremadamente bajo valor de p (0,000), refuerzan la noción de que existe una conexión significativa entre beneficios tributarios y rentabilidad en la industria hotelera. Esto indica que los beneficios fiscales contribuyen directamente al patrimonio de las empresas hoteleras, lo que, a su vez, puede traducirse en una rentabilidad superior.

Los resultados de Maron y Guzman (2020), que evidenciaron una relación positiva entre beneficios tributarios y rentabilidad en el Hotel Arqueolo SAC, también respaldan la correlación presentada. La capacidad de acceder a beneficios tributarios, como el saldo a favor

del exportador, contribuye al desarrollo económico y al aumento de utilidades en estas empresas.

Respecto al tercer objetivo específico se determinó que existe relación directa moderada entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022. Las empresas hoteleras que aprovechan los beneficios tributarios tienden a aumentar su producción de servicios en comparación con aquellas que no, lo que les permite fomentar la oferta, mejora de la competitividad, incremento de venta, entre otros.

Este descubrimiento encuentra respaldo en los resultados obtenidos en la investigación de Orlandini et al. (2019), quienes también identificaron una conexión significativa entre la actividad de la industria hotelera y el crecimiento económico. Estos resultados indican que el aumento en la producción de servicios en la industria hotelera sirve como un indicador crucial de crecimiento empresarial y, en última instancia, de crecimiento económico en general.

En el estudio, la relación entre beneficios tributarios y producción de servicios está intrínsecamente vinculada, lo que motiva a las empresas hoteleras a aprovechar los incentivos fiscales para ampliar y mejorar sus servicios. Este proceso, a su vez, puede resultar en un aumento de la competitividad y un incremento en las ventas, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de las empresas dentro del sector hotelero.

Conclusiones

1) Con una alta confianza estadística del 95% y un p-valor de 0,000, se rechaza de manera contundente la hipótesis nula. La presencia del coeficiente de Gamma, que alcanza un valor de 0,908, demuestra una relación positiva de gran magnitud entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de las empresas hoteleras en el distrito de Huancayo durante el año 2022. Esto implica que las empresas hoteleras que aprovechan los incentivos fiscales tienden a experimentar un crecimiento empresarial más notorio y pronunciado en comparación con aquellas que no se benefician de estos incentivos.

2) Con un nivel de confianza del 95% y un p-valor bajo de 0,001, se rechaza la hipótesis nula planteada. La presencia del coeficiente de Gamma, que se establece en 0,623, permite llegar a una conclusión sólida: existe una relación directa moderada entre los beneficios tributarios y la liquidez de las empresas hoteleras en el distrito de Huancayo durante el año 2022. Esto implica que aquellas empresas hoteleras que aprovechan los incentivos fiscales tienden a mantener niveles más favorables de liquidez. Los beneficios tributarios, al mejorar la capacidad financiera y la solidez económica de las empresas hoteleras, desempeñan un papel crucial en el mantenimiento de su liquidez.

3) Tras un análisis exhaustivo respaldado por un nivel de confianza del 95% y un p-valor significativo de 0,027, se rechaza la hipótesis nula. Además, el coeficiente de Gamma, cuyo valor es 0,406, respalda la conclusión: existe una relación directa moderada entre los beneficios tributarios y el patrimonio de las empresas hoteleras en el distrito de Huancayo durante el año 2022. Esto sugiere que las empresas hoteleras que hacen uso de los incentivos fiscales suelen poseer un patrimonio más robusto en comparación con aquellas que no aprovechan estos beneficios. Esta relación positiva entre los beneficios fiscales y la acumulación de activos y riqueza patrimonial confirma la importancia de los incentivos tributarios en la mejora del estado financiero y la fortaleza económica de las empresas hoteleras.

4) Con un nivel de confianza del 95% y un p-valor significativo de 0,009, se confirma el rechazo de la hipótesis nula. Además, el coeficiente de Gamma, con un valor de 0,493, respalda de manera concluyente que: existe una relación directa moderada entre los beneficios tributarios y la producción de servicios por parte de las empresas hoteleras en el distrito de Huancayo durante el año 2022. En otras palabras, las empresas que se benefician de los incentivos fiscales tienden a incrementar su oferta de servicios en comparación con aquellas que no aprovechan tales beneficios. Este hallazgo sugiere que los beneficios tributarios se relacionan con la mejora de la competitividad, el aumento de ventas y otras dimensiones relacionadas con la producción de servicios en la industria hotelera local.

Recomendaciones

1) Se recomienda a los comerciantes, explorar cómo los beneficios tributarios pueden impactar directamente en la expansión y prosperidad del negocio. Es fundamental mantener un enfoque estratégico en la gestión de las finanzas y decisiones tributarias para capitalizar esta relación positiva entre los beneficios fiscales y el crecimiento empresarial. Además, es esencial estar al tanto de los cambios normativos y actualizaciones en las políticas tributarias que podrían afectar estos beneficios a lo largo del tiempo.

2) Es esencial que estas empresas exploren oportunidades para fomentar una mayor oferta de servicios, mejorar su competitividad y potencialmente incrementar sus ventas.

3) Es importante que las empresas hoteleras se asesoren adecuadamente con expertos en materia tributaria para asegurarse de que están aprovechando los incentivos fiscales de manera correcta y legal para fortalecer su posición financiera y su capacidad para acumular activos y riqueza patrimonial.

4) Es fundamental que las empresas hoteleras gestionen este incremento en la producción de servicios de manera eficiente y efectiva. Esto implica tener en cuenta aspectos como la calidad de los servicios, la satisfacción del cliente y la capacidad operativa para mantener el estándar de servicio incluso con una mayor oferta. Asimismo, es importante monitorear y evaluar continuamente los resultados para asegurarse de que los beneficios fiscales estén contribuyendo positivamente al crecimiento y éxito del negocio.

Referencias

- Arana, D. (2011). El Saldo a Favor del Exportador y los Servicios de Hospedaje. *Derecho & Sociedad Asociación Civil*, 36, 247-251.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/download/13231/13842>
- Arroyo, A. (2020). Metodología de la Investigación en las Ciencias empresariales (Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (ed.), Primera).
<http://repositorio.unsaac.edu.pe>.
- Blázquez, F., Dorta, J., y Verona, M. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 16(28), 43-56.
<https://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>
- Cabrera, M., Sánchez-Chero, M., Cachay, L., y Rosas-Prado, C. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 204-2018.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28068276018/html/>
- Canals, J. (2000). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, 2(2), 337-370.
<https://revistas.unav.edu/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/33414>
- Cconchoy, M. y Cassa, Y. (2021). *Los beneficios tributarios y su incidencia en la rentabilidad de las empresas hoteleras de la ciudad del cusco – período 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. Repositorio institucional, https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6524/253T20210451_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chango-Chimbolema, J., Benavides- Echeverría, I., y Panchi-Pastora, V. (2023). Incentivos tributarios de empresas turísticas y hoteleras de la provincia de Tungurahua, bajo teoría

- del reforzamiento de Frederic Skinner, periodo 2019-2020. *Revista Ciencia UNEMI*, 16(41), 46-56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8882396>
- Cóndor-Yachachín, D. (2021). El sistema de administración del IGV y la evasión tributaria en el Perú en el periodo 2009 – 2016. *Polo del Conocimiento*, 6(62), 102-131. DOI: 10.23857/pc.v6i10.3190
- Corral, Y. (2009). Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Investigación para la Recolección de Datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19(33), 228-247. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Diario Correo (04 de abril 2023). *El daño colateral a la planta turística de Junín, por Dania Vila Poma*. <https://diariocorreo.pe/edicion/huancayo/el-dano-colateral-a-la-planta-turistica-de-junin-por-dania-vila-poma-noticia/>
- Díaz, P., y Ramón, J. (2021). Ciclo de conversión del efectivo y su incidencia en la liquidez de una empresa industrial. *Quipukamayoc*, 29(59), 43-53. <http://www.scielo.org.pe/pdf/quipu/v29n59/1609-8196-quipu-29-59-43.pdf>
- Farfán, R. (2021). *Saldo a favor del exportador y crecimiento económico de los Hostels de la ciudad del cusco, año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional, https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73429/Farf%C3%A1n_ORG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores-Ruiz, E., Miranda-Novales, M., y Villasís-Keever, M. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Revista Alergia México*, 64(3), 364-370. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v64n3/2448-9190-ram-64-03-0364.pdf>

- González, M. (2017). Enfoques de análisis de la evasión fiscal. Marco conceptual. *Cofín Habana*, 12(2), 367-386.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200025
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. In Mac Graw Hill Education (Ed.), *Mc Graw Hill* (Primera, Vol. 1, Issue Mexico)
- IBM. (2021). Estadísticos de tablas cruzadas. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=crosstabs-statistics>
- Icart, M., y Canela, S. (1998). El uso de hipótesis en la investigación científica. *Atención Primaria*, 21(3), 172-178. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-el-uso-hipotesis-investigacion-cientifica-15038>
- López, S. (2021). Estructura y evolución de ingresos tributarios y beneficios fiscales en México. Análisis del periodo 1990-2019 y evaluación de la reforma fiscal de 2014. *El trimestre económico*, 88(2), 373-417. <https://doi.org/10.20430/ete.v88i350.1104>
- Malqui, S. (13 agosto de 2022). *Reducen IGV a 8 % para impulsar reactivación de hoteles, restaurantes y alojamientos*. NTeve. <https://nteve.com/reducen-igv-a-8-para-impulsar-reactivacion-de-hoteles-restaurantes-y-alojamientos/>
- Martínez, A., y Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36(3), 181-191.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/rmib/v36n3/v36n3a4.pdf>
- Orlandini, I., Paco, P., y Torricos, P. (2019). Crecimiento económico y la industria hotelera un análisis en dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia. *Investigación y Negocios*, 12(19), 36-45. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000100005

- Oxford Languages. (s.f.). Diccionario, competitividad. <https://languages.oup.com/google-dictionary-es>
- Puente, M., y Viñán, J. (2017). Estrategias de crecimiento empresarial y su incidencia en la rentabilidad empresarial. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-10. <https://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2017i23338.html>
- Real Academia Española. (s.f.). Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/riesgo?m=form>
- Sánchez, M. (s.f.). Capítulo 3 el sector hotelero [Tesis Doctoral]. Repositorio Tesis doctorals en xarxa. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf>
- Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz*, 2(90), 225-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778218>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (s.f.). *Reducción del IGV para micro y pequeñas empresas de las actividades de restaurantes, hoteles y alojamientos turísticos*. <https://orientacion.sunat.gob.pe/reduccion-del-igv-para-restaurantes-hoteles-y-alojamiento-turisticos-1>
- Telles, G. (2021). *Impacto de los tributos en la industria hotelera en Colombia* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional, <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b03cf78b-9256-4532-918c-21f8464639aa/content>.
- Torres, J., Barros, J., Villasmil, M., y Socorro, C. (2020). Beneficios tributarios para proyectos de ciencia, tecnología e innovación en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2), 107-118. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431010/28063431010.pdf>
- Tuesta, S., Villegas, H., y Yupanqui, O. (2021). Beneficios tributarios del sector agrario y desarrollo económico-social peruano. *Quipukamayoc*, 29(61), 67-75.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-

81962021000300067

Vocabularios de términos fiscales. (s.f.). Ahorro fiscal.

<http://www.ub.edu/gidei/vocabulari/es/node/941#:~:text=Disminuci%C3%B3n%20de>

[%20la%20deuda%20tributaria,de%20beneficio%20o%20cr%C3%A9ditos%20fiscale](http://www.ub.edu/gidei/vocabulari/es/node/941#:~:text=Disminuci%C3%B3n%20de)

s.

Apéndices

Anexo 1: Matriz de Consistencia

BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensión	Metodología
General	General	General	Beneficios Tributarios	Reducción del IGV	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Correlacional Método General : Método científico Método específico: Deductivo Diseño de investigación: No experimental - transversal – correlacional Población: 385 contribuyentes dedicadas a las actividades económicas CIU 5510, 5590 y 6311 Muestra: 74 contribuyentes jurídicos del distrito de Huancayo, dedicadas a las actividades económicas CIU 5510, 5590 y 6311 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Técnicas: Encuesta Instrumento: Cuestionario
¿De qué manera los beneficios tributarios se relacionan con el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?	Determinar la relación entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.	Existe relación directa entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.		Saldo a Favor del Exportador	
Específico	Específico	Específico		Liquidez	
¿Cómo se relaciona los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?	Identificar la relación entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.	Existe relación directa entre los beneficios tributarios con la liquidez de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.	Crecimiento Empresarial	Patrimonio	
¿Qué relación existe entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022?	Describir la relación de los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.	Existe relación directa entre los beneficios tributarios con el patrimonio de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.		Producción de servicios	
¿Cuál es la relación que existe entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022?	Analizar la relación entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.	Existe relación directa entre los beneficios tributarios y la producción de servicios de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo- 2022.			

Anexo 2: Instrumentos de Recolección de Datos



BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO

Objetivo: Determinar la relación entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial de empresas hoteleras en el distrito de Huancayo - 2022.

Confidencialidad: La información proporcionada en el presente cuestionario será utilizada para fines académicos y su contenido será tratado en forma confidencial.

Instrucciones:

A continuación, por favor conteste las siguientes preguntas marcando con un aspa (x) en la alternativa que mejor exprese su opinión.

Los valores de cuestionario son: 1=Totalmente en desacuerdo; 2=En desacuerdo; 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4=De acuerdo; 5=Totalmente de acuerdo

Variable X: BENEFICIOS TRIBUTARIOS

D1	Reducción del IGV	1	2	3	4	5
1	La empresa se beneficia de la reducción del IGV					
2	La empresa en el 2022 ha pagado menos IGV					
3	Considera que acogerse al beneficio de reducción del pago del IGV es fácil					
4	El beneficio de reducción del pago del IGV ayuda a la empresa a recuperarse de la crisis por el Covid-19					
5	Conoce que la errónea aplicación de los saldos a favor del IGV está sujeto a sanciones					
D2	Saldo a Favor del Exportador	1	2	3	4	5
6	Considera que acogerse al beneficio de saldo a favor del exportador es fácil					
7	La empresa ha sido beneficiada con la devolución del saldo a favor del exportador					
8	Ha utilizado el saldo a favor para mejorar la situación de la empresa					
9	El proceso de devolución del saldo a favor del exportador es práctico y sencillo					
10	La empresa ha compensado el pago de impuestos con el saldo a favor del exportador					
11	El proceso de compensación del saldo a favor del exportador es práctico y sencillo					

Variable Y: CRECIMIENTO EMPRESARIAL

D1	Liquidez	1	2	3	4	5
12	Se ha incrementado la liquidez de la empresa por los beneficios tributarios					
13	Los beneficios tributarios le han permitido afrontar con mayor facilidad el pago a proveedores					
14	Los beneficios tributarios le han permitido afrontar con mayor facilidad el pago de planilla					
15	Los beneficios tributarios le han permitido incrementar el capital de trabajo					
D2	Patrimonio	1	2	3	4	5
16	Los beneficios tributarios le han permitido garantizar la continuidad de la empresa					
17	Los beneficios tributarios le han permitido incrementar la rentabilidad de la empresa					
18	Los beneficios tributarios le han permitido adquirir activos para la empresa					
19	Los beneficios tributarios le han permitido expandir o mejorar la infraestructura de la empresa					
D3	Producción de servicios	1	2	3	4	5
20	Los beneficios tributarios le han permitido ofrece precios más competitivos					
21	Los beneficios tributarios le han permitido reducir los costos de servicios					
22	Los beneficios tributarios le han permitido incrementar el nivel de ventas					
23	Los beneficios tributarios le han permitido brindar mejores servicios a los clientes					

Gracias por su colaboración

Anexo 3: Validación de Instrumentos



Ficha de Validación por Criterio de Experto

El instrumento 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: David Callupe Marcelo
 Formación académica: Contador Público
 Áreas de experiencia profesional: Tributación
 Tiempo: 22 años
 Actual: Docente
 Institución: Universidad Peruana Los Andes

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

DATOS GENERALES

1.1. Título de la Investigación: **BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO**

1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionario

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy bueno				
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Los indicadores están claros y bien definidos																			90		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																			90		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de investigación																			90		
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.																				95	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				95	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la investigación																				95	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																				95	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores																				91	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																				95	
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																				95	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumento de investigación

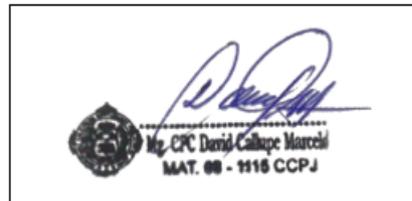
Calificación	1. Muy bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Baja 5. Deficiente
--------------	--

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
David Callupe Marcelo	Maestro en Tributación y Política Fiscal	23	93,10%



Firma y sello del profesional

Ficha de Validación por Criterio de Experto

El instrumento 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: ROSARIO PILAR ESPINOZA LANDA

Formación académica: CONTADOR PUBLICO

Áreas de experiencia profesional: TRIBUTACION – FINANZAS – TRIBUTACION ADUANERA

Tiempo: 10 años

Actual: XXXXX

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU

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

DATOS GENERALES

1.1. Título de la Investigación: **BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO**

1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionario

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy bueno				
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. CLARIDAD	Los indicadores están claros y bien definidos																		X			
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación																			X		
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.																			X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																		X			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la investigación																			X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																		X			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores																X					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																		X			
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																				X	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumento de investigación

Calificación	1. Muy bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Baja 5. Deficiente
--------------	--

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ROSARIO ESPINOZA LANDA	Doctor Maestra en Tributación y Política Fiscal	23	87.5%



Firma y sello del profesional

Ficha de Validación por Criterio de Experto

El instrumento 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: MATOS GIL VONIO NANCY MERCEDES

Formación académica: CONTADOR PUBLICO

Áreas de experiencia profesional: PUBLICA Y PRIVADA

Tiempo: 34 años

Actual: UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERU

Institución: UNCP

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

DATOS GENERALES

1.1. **Título de la Investigación:** *BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE EMPRESAS HOTELERAS EN EL DISTRITO DE HUANCAYO*

1.2. **Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación:** Cuestionario

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Deficiente				Baja				Regular				Buena				Muy bueno												
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96									
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100									
1. CLARIDAD	Los indicadores están claros y bien definidos																				91									
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables																					91								
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la investigación																						95							
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																							95						
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																								95					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la investigación																									91				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos																										95			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores																											95		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																												95	
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación																												91	

Fuente: tomado del libro Validez y Confiabilidad de instrumento de investigación

Calificación	1. Muy bueno 2. Bueno 3. Regular 4. Baja 5. Deficiente
--------------	--

Validez de contenido

Cuadro 1

Evaluación final

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
	Maestro en Tributación y Política fiscal	23	93,40%



Mg. Nancy Mercedes Matos Gilvonio

Firma y sello del profesional

Anexo 4: Datos para confiabilidad

*BASE DE DATOS CONFIABILIDAD.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

11 : C7 Visible: 23 de 23 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	var	v	
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
2	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3		
3	4	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4		
4	3	2	3	3	4	5	5	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4		
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4		
6	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4		
7	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3	3		
8	3	2	3	3	4	5	5	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4		
9																										
10																										
11																										
12																										
13																										
14																										

Anexo 5: Listado de muestra de empresas

ÍTEM	NOMBRE LOCAL
1	20129570254 - HOTEL KIYA S.A.
2	20129623633 - TOURISM SANTA FELICITA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
3	20140228991 - HOSTAL PLAZA SRLTDA
4	20281291573 - INVERSIONES RETAMA S.R.LTDA.
5	20282307376 - HOTEL RESIDENCIAL Y TURISMO LA BREÑA S.R.L.
6	20402335042 - INVERSIONES CASTILLO LAZO SRL
7	20486097249 - INVERSIONES LAZO S.A.C.
8	20486482665 - J & H COMUNICACIONES SAC.
9	20487187101 - HOTELES ANDINOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - HOTELAN S.R.L.
10	20487327639 - HOSPEDAJE CENTRO S.A.C.
11	20541321820 - SERVICIOS MULTIPLES YERILUZ E.I.R.L.
12	20541402587 - INVERSIONES L & L ESPINOZA E.I.R.L. - INVERLES E.I.R.L.
13	20541414755 - GLOBE BUSSINES CREA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GB CREA S.A.C.
14	20568045794 - INVERSIONES TERBULLINO CARBAJAL SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
15	20568064829 - CONTROL M & B S.R.L.
16	20568169175 - GRUPO AGAPE HOTEL E.I.R.L.
17	20568254873 - PANTOJA CONTRATISTAS GENERALES E.I.R.L.
18	20568371161 - INVERSIONES Y SERVICIOS MARWILL E.I.R.L.
19	20568401418 - HOSTAL KÖNIG E.I.R.L.
20	20568443170 - C&M FRAVISA INVERSIONES S.R.L.
21	20568453728 - INVERSIONES D'GMG SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
22	20568480296 - GALIO HOTEL E.I.R.L.
23	20568520425 - CORPORACION EDGARD & LYZ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COREDLY S.A.C.
24	20568563582 - INVERSIONES VIRMA CASA DE REPOSO PARA PERSONAS ADULTAS Y ESPECIALES E.I.R.L.
25	20568657641 - EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS Y AFINES MONTEBLANCO E.I.R.L.
26	20568697431 - GRUPO NOLUSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
27	20568724772 - INVERSIONES ANGARAES E.I.R.L.
28	20568724772 - INVERSIONES ANGARAES E.I.R.L.
29	20568763832 - I.G. BARSAM S.R.L.
30	20568780923 - COMPAÑIA HOTELERA DEL CENTRO S.A.C.
31	20568854552 - INVERSIONES MAGUIN S.A.C.
32	20568854552 - INVERSIONES MAGUIN S.A.C.
33	20568859279 - INVERSIONES LAFESE S.A.C.
34	20569038872 - INVERSIONES GENERALES MAGGGEL E.I.R.L.
35	20569038872 - INVERSIONES GENERALES MAGGGEL E.I.R.L.
36	20573810865 - INVERSIONES VILLARANDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
37	20573912781 - RYUTA S.R.L.
38	20600241029 - COMPAÑIA HOTELERA BELZUSARRI & VILLENA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
39	20600276060 - INVERSIONES PERUANAS DEL CENTRO E.I.R.L.
40	20600406800 - LAS TORRES DE TORRE TORRE E.I.R.L.
41	20600543629 - HOTEL EMPERADOR SUITE E.I.R.L.
42	20600890191 - CORPORACION WANKA HOLDING S.A.C.
43	20601239737 - EMPRESA INDUSTRIAS Y SERVICIOS MULTIPLES S.A.
44	20601285631 - INVERSIONES LA PONDEROSA E.I.R.L.
45	20602257518 - IKER & JOE INVERSIONES S.A.C.
46	20603104626 - INVERSIONES E Y E ROMERO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
47	20603111266 - IMPERIUM GROUP SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
48	20603656220 - TEXTILES MANOS CREATIVAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
49	20603932511 - CORPORACION MIOTECHS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CORPORACION MIOTECHS S.A.C.
50	20603942389 - CORPORACIÓN OMAP S.R.L.
51	20604069689 - INVERSIONES MUNIVE VALENTIN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA - INVERSIONES MUNIVE VALENTIN S.A.C.
52	20604736316 - CORPORACION EL QUINDE E.I.R.L.
53	20605240144 - SELMARCE GROUP CHAN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
54	20605583891 - LUCK BUSINESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - LUCK BUSINESS S.A.C.
55	20605601473 - HOSPEDAJE BELLAVISTA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
56	20605668543 - FUNDACION AGEPERÚ E.I.R.L.
57	20605697861 - REPRESENTACIONES ZAFIRO AZUL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
58	20606612223 - TENDRESSE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
59	20606639032 - CORPORACION GREDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
60	20606709600 - INVERSIONES OCESAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
61	20607116637 - RS EL TOPO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
62	20607200956 - PAQARI GOLD PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
63	20607210161 - EPAKARI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
64	20607327336 - GRUPO HOTELERO TUKI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
65	20607568945 - AMUSEMENT R.T. EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
66	20608628054 - BIJELU SOCIEDADD ANONIMA CERRADA
67	20608894889 - SERVICIOS YURAK K'DA E.I.R.L.
68	20609462630 - HPALLANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
69	20609526034 - CASAHUANCA COMPAÑIA HOTELERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
70	20609705613 - GRUPO EMPRESARIAL ANTONELLA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
71	20610137572 - COMPAÑIA DE TELECOMUNICACIONES E INVERSIONES DIGITALES CONECTA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD
72	20610278508 - R & KI E.I.R.L.
73	20610462589 - INVERSIONES GENERALES STV EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
74	20611002832 - GRUPO TAY PAO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Anexo 6: Población (solicitado a SUNAT)

RELACION DE PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL DISTRITO DE HUANCAYO, DEDICADAS A LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS CIU 5510, 5590 Y 6311: RUC Y APELLIDOS, NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
1	10038793204	CARCAMO CANALES PEDRO ALEXIS
2	10040646324	CABALLERO CHAVEZ MARTHA JUANA
3	10042029454	MEZA CARLOS BENEDICTA
4	10062533710	TINOCO ROJAS ALBERTO HUMBERTO
5	10063503041	FERNANDEZ ORTEGA CHRISTOPER
6	10071075422	PALOMINO ROMERO CARMEN LUZ
7	10072031658	MAITA BELTRAN LUZ ELVIRA
8	10076188721	SALAZAR ESPIRITU ROCIO IRENE
9	10081284135	VILLANUEVA HURTADO MARCOS PAUL
10	10081722621	SANDOVAL ERQUINIO JANETH ESTHER
11	10086455116	ROSAL ES URBANO JUDIT ULMA
12	10090761876	RAMOS SALAZAR ROSA OLIMPIA
13	10091446664	ZARATE DOMINGUEZ DANIEL GUSTAVO
14	10093632431	GONZALES FLORES YUDY MARIA
15	10096783308	HIGA ARANDA PAMELA JEANETTE
16	10097777271	MALDONADO ROMERO RENEE YRAIDA
17	10098261856	REYMUENDO VICTORIA ROLANDO
18	10100324356	HUAMANI HUAYHUARIMA RITA SUSY
19	10101364203	QUISPILAYA GALVEZ ESTEBAN PERCY
20	10104746590	CASTRO CERRON RAUL
21	10104829762	TICSE SOCUALAYA VDA DE LARA DOMITILA
22	10163072331	DIONISIO OLIVERA CERMILA JULIA
23	10164712490	RETAMOZO BERNAL ANA CECILIA
24	10176395899	QUIROZ DELGADO ROLLY ALBERTO
25	10198014350	GARCIA AVELLANEDA EDILBERTO
26	10198035225	ALVAREZ CHIPANA LUIS MATEO
27	10198072945	SUCESION INDIVISA CARDENAS DE APUMAYTA JUANA IRMA
28	10198107676	ROJAS MENDOZA GLADYS SOLEDAD
29	10198109288	PHILCO HUAMAN MARIO
30	10198138326	YAURI CONTRERAS CARMEN ELENA
31	10198166206	MARAVI CORDOVA AVILIO
32	10198166621	SALOME BUJAIJO JUAN TEODOSIO
33	10198185600	MORALES RODRIGUEZ JOSE ANDRES
34	10198188099	QUISPE RAMIREZ JUDITH ESTHER
35	10198226969	CANO SAMANIEGO NANCY
36	10198236638	CANO SAMANIEGO PILAR
37	10198244363	NINANYA GONZALEZ GLADYS
38	10198266308	LLANCARI CARPIO DANIEL
39	10198276257	LLANCARI NESTARES PANFILO EUSEBIO
40	10198299737	VASQUEZ VALENZUELA ROSARIO OFELIA
41	10198313756	CANO HINOSTROZA VIVIANA OLIMPIA
42	10198325681	CANCHO MACHA CARMEN ROSA
43	10198340699	GUERRA PALOMINO CRISTINA GAUDENCIA
44	10198344759	POMA OSORES MARCELINA AMANDA
45	10198351470	UBALDO MEZA DE IGNACIO LUZ ANGELICA
46	10198374038	DAVILA MEZA ROSA PETRONILA



N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
47	10198374402	SUCESION INDIVISA RAMIREZ VDA DE ESPINOZA VICTORIA
48	10198390220	SOTELO DE ROJAS NELLY RUTH
49	10198421842	CUADROS MONTES CESAR AUGUSTO
50	10198448031	LOZANO PORTA MOISES
51	10198472579	VALENTIN GUERRA MARINO MAXIMO
52	10198482825	PARRA LAZARO BLADIMIRO LORENZO
53	10198489455	VILCHEZ BARZOLA WALTER ROLANDO
54	10198518722	GUTARRA GUERRA LILA ENRIQUETA
55	10198538936	HERRERA JIMENEZ JUSTINA JULIA
56	10198538936	HERRERA JIMENEZ JUSTINA JULIA
57	10198552394	GUIA PIANO MOISES BARTOLOME
58	10198557515	NEGRETE ESPIRITU AUGUSTO
59	10198564589	ESPIRITU DE ESPINOZA MARIA CLEOFE
60	10198565925	PORRAS MONTES HIDA
61	10198571623	SORIANO PEREA VICTOR ALEJANDRO
62	10198581289	HUALI ZANABRIA ISABEL
63	10198584148	PERALTA YAURI JULIA LORENZA
64	10198622023	PAUCAR DIAZ FELICIA LUCIA
65	10198623615	MEZA ALMONACID GLADIS PRIMITIVA
66	10198624255	CERVANTES COLCA YOLANDA ASUNCION
67	10198625553	MARAVI QUISPE JULIO DANIEL
68	10198628722	HUAMAN MUÑOZ RIGOBERTO
69	10198634307	DAMAS PORRAS BASILIO
70	10198747225	MACHA ROMAN PLACIDA NICOLAZA
71	10198848722	MENDOZA PEREZ VICTOR ALBERTO
72	10198897337	RUIZ CONDE OSCAR NICANOR
73	10198899411	CAMARENA LIMACO JORGE ALBERTO
74	10199028346	MARTICORENA VDA DE GALVAN TEOFILA ANTONIA
75	10199287953	SEGURA URCO ADRIAN EDWIN
76	10199360138	LLANCARI CARPIO TARCILA
77	10199360731	QUISPE COILA HENRY
78	10199363382	CHAMORRO TICLLAS ROY AURELIO
79	10199395748	ALIAGA ARAUICO MARIA ESTHER
80	10199423342	TICSE TOVAR LUIS RODRIGO
81	10199612986	VEGA CARHUANCHO ROSARIO ISABEL
82	10199634696	GARCIA ROMERO JAIME RONALD
83	10199730709	CANTARO CASTILLO ABEL
84	10199820864	CRISTOBAL ROJAS EUGENIA
85	10199915121	TICSE PONCE DE PAUCAR JUANA EUDOSIA
86	10199923388	ORCHAN CASAÑA JESUS ALFREDO
87	10199924082	SANDOVAL AQUINO ROLANDO CESAR
88	10199937958	GONZALES CESPEDES ANA MARIA
89	10199956103	QUISPE MEZA FELIX
90	10199960691	MORALES RODRIGUEZ MARIA ELENA
91	10199962171	CASTILLO SALAZAR BLANCA FELICIA
92	10199962171	CASTILLO SALAZAR BLANCA FELICIA
93	10199964572	ARROYO MAYTA ROSA MARIA
94	10199966354	AGUIRRE MARAVI JOSE ARTURO
95	10199968403	ROJAS COLONIO OLINDA



N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
96	10200014648	JIMENEZ MACEDO YNES AMPARO
97	10200078336	BARZOLA LAZARO SOLEDAD PRUDENCIA
98	10200164020	CASTRO FLORES PATRICIA MARLENI
99	10200218308	ALMEYDA MARCELO GRACIELA LEONOR
100	10200281531	PINO PRADO SONIA BEATRIZ
101	10200294578	ORTIZ CHIRINOS NANCY MARIA
102	10200299146	TOVAR MEDINA MARIA HERMELINDA
103	10200348503	URUHUAYO JANAMPA JENNY SOLEDAD
104	10200357260	RAMON LULLUY MIGUEL
105	10200370011	PINEDA CARDENAS ELIZABETH
106	10200370401	DURAND CORDERO ARACELI DINA
107	10200380458	LOPEZ SANABRIA KETTY MARLENE
108	10200395919	CARDENAS SANTIVANEZ LILIAM
109	10200401048	NIETO LAZO PEDRO AQUILES
110	10200415774	PEÑALOZA HINOSTROZA RAUL SEBASTIAN
111	10200421197	CANCHARI MENDOZA DAVID
112	10200432423	CORDOVA POMA JAMES MARCELINO
113	10200477494	GUERRA TOCASCA JESUS ALBERTO
114	10200495468	BRAVO ROJAS ISMAEL JORGE
115	10200504955	GAMARRA RIVERA LUIS RICARDO
116	10200516163	AYALA GRANADOS JANET ROSALVINA
117	10200519405	RAMIREZ REYNOSO EDYNSON EUSTAQUIO
118	10200528994	QUISPE PORTA HERLINDA
119	10200538591	UNTIVEROS RICSE MARLENI HAYDEE
120	10200542199	MARCOS FABIAN ALFREDO WILDER
121	10200547841	MATOS ARTICA KATIA ERIKA
122	10200549801	PEÑA PICHILE LUIS GERARDO
123	10200562572	FLORES BAUTISTA YANET MARIBEL
124	10200569046	PUCUHUARANGA ESPINOZA BECQUER ROMAN
125	10200590746	ROCA ORIHUELA ORLANDO
126	10200642401	AYRE CRISTOBAL WASHINGTON WILLIAM
127	10200643416	VARGAS MEDINA MERY LUZ
128	10200643416	VARGAS MEDINA MERY LUZ
129	10200677914	POMA HUALI NINO
130	10200687359	PEREZ LOPEZ LOURDES ROCIO
131	10200717070	ORIHUELA SANTIVANEZ LUCY NOEMI
132	10200739138	MEZA CORDOVA DORIS ROCIO
133	10200776009	MUNIVE VALENTIN ELIANA
134	10200794716	TORRES GARCIA GLORIA MERCEDES
135	10200839434	CABALLERO ORIHUELA CARLOS CASANAVE
136	10200885011	NUÑEZ RAGGIO AURELIO EUGENIO
137	10200893137	CENTENO DIAZ TEOBALDO JOSUE
138	10200929981	MELO MENDIZABAL EDY CONSUELO
139	10200969176	MENESES HUARI ELSA
140	10200971090	ARCE NOA JUAN CARLOS
141	10201002651	CAJAHUARANGA BUENDIA WILLY
142	10201032844	VIZARRETA PARRA DE AVELLANEDA LUZ PATRICIA
143	10201069438	GARCIA ORTEGA ROCIO DEL PILAR
144	10201113496	ROJAS GUZMAN LOURDEZ



N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
145	10201126911	HUAMAN ESCOBAR CARLA MAURILIA
146	10201193015	HUAMANI ESPINOZA DE HUACHO NELIDA
147	10201194585	CARDENAS RAMOS REYNA MARGARITA
148	10204194772	MORALES LAZO EDISON
149	10204298152	SUCESION INDIVISA LAZO MANRIQUE SEBASTIAN
150	10205841828	LIZARBE ALCANTARA AMERICA
151	10205925797	AMPUERO CASTAÑEDA JUAN
152	10206474853	NAVARRO TORRES DE SOLORZANO MARIA ROSA
153	10206586775	GARCIA SANCHEZ JULIO JUAN
154	10206616577	MERCADO ALANYA DE ROQUE CLEOFE TEODORA
155	10206708781	MARTICORENA ROJAS JOSE ANTONIO
156	10206809626	EGOAVIL TACZA MIRMA ZADITH
157	10206862179	SOTO DE LA CRUZ ROLAND MCHER
158	10206926576	TOVAR VALENCIA SAMUEL
159	10207076207	QUISPE DELGADO HAYDEE MARIA
160	10207234899	URCO ARENALES BRISEIDA
161	10212403976	HUANCA ALVAREZ GLADYS GLORIA
162	10212639287	YUPANQUI VDA DE CASTRO CRISTINA ELSA
163	10212765347	SOTO PIO MARIA TATIANA
164	10212823177	REYES ROSALES ISIDRA ANDREA
165	10232581552	AGUIRRE BREÑA JESUSA
166	10232698646	PEÑARES RAYMUNDO RUTTY
167	10232713548	QUISPE MOLINA JUAN DE DIOS
168	10232717187	POMA PEÑARES GIOVANA
169	10235699031	NUÑEZ CONDE JULIO AUGUSTO
170	10236876549	HUMAREDA JAVIER FELICES
171	10236956763	LIZARBE ALCANTARA EULOGIA
172	10237113352	ROMANI VIVANCO MAGNO
173	10282984771	CHAVEZ AMESQUITA ERIKA SOLEDAD
174	10283148292	SALAZAR PALOMINO CARLOS ALBERTO
175	10400803175	AGUIRRE ALVARADO JOSUE ARTURO
176	10401241189	RAMOS CANCHURICRA SAUL
177	10402428304	LOZANO ROMERO LORGIO
178	10403562055	ROJAS TOVAR WILLIAM ROY
179	10407110671	CANTARO CANCHANYA BRAULIA CARMEN
180	10407811581	SAUÑI SOTOMAYOR VICTORIA ADELA
181	10408110705	APOLINARIO CAMPOS AQUIRA
182	10408249291	RIVAS SANTA MARIA JOSE ANGEL
183	10408320653	FERNANDEZ ASTO HENRY LEO
184	10410742131	UNTIVEROS RICSE NILTON CESAR
185	10412414611	VELASQUEZ YAURI RAYMUNDO LUIS
186	10413063537	PARRAGA TINEO JORGE ALBERTO
187	10413456351	SERPA RAMIREZ LIDIA LEONOR
188	10414189593	PATILLA SALAZAR TEODOLINDA
189	10414547511	PATILLA DE LA CRUZ OLIBIA ECIDORA
190	10414695324	CHOCCE APARCO JHONNY
191	10414988127	CURI AYALA GIOMAR ANTONIO
192	10415205070	QUISPE SOTO LUZ MARIA
193	10417498465	SANTOS GARCIA RONAL ORLANDO



N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
194	10417641055	RICSE ALZAMORA WUILDER
195	10418344321	HUAMAN SEDANO HEBER
196	10420224333	CAMPOS HUAMANTICA ANTONIA
197	10423507611	ROJAS JEREMIAS RAUL JESUS
198	10424824360	NAVARRO MAITA RICHARD PAUL
199	10426647945	JULCARIMA LOPEZ JESSICA DIANE
200	10428807893	CASALLO POMA MARCO ANTONIO
201	10430805768	PAUCAR CARHUAMACA ROSARIO
202	10432552549	DELGADO CAMPOS ALEX
203	10433165395	ARECHE CARDENAS CLARISA
204	10433414735	ALEGRE GUTARRA ROSARIO AMELIA
205	10435178524	PAUCAR SOSA DONATO
206	10435437309	MENDOZA ROJAS KARLA KATHERINE
207	10436126935	VILCAPOMA CAPCHA MANDY BELGICA
208	10436131599	QUISPE CERVANTES ANDREA EDITH
209	10436348016	BRAVO ESPINOZA LIZBETH ROSSANA
210	10438216613	CHAVEZ BACILIO MARIA ELENA
211	10439878733	DE LA CRUZ VEGA JHONY ENRIQUE
212	10439987885	APARCO HUINCHO NICOLASA
213	10440090333	LOPEZ CAMPOS DE PALOMINO NIZARETH DELTA
214	10440552515	CAJAHUAMAN VELIZ FRANKLIN WILLIAM
215	10440954826	PARAGUAY GARCIA JOSSY JENNIFER
216	10444552251	ESPINOZA SALVATIERRA MICHAEL ABEL
217	10444994059	CORONEL ALVA JAMIS
218	10445456484	AGUIRRE AGUIRRE JOSE LUIS
219	10446719691	CASTILLO BALVIN FELIX
220	10447840575	JUÑO GALA ROXANA
221	10448758775	ALFONSO EGOAVIL LOURDES AYDEE
222	10449028673	MANZANARES NUÑEZ EDUARD ADOLFO
223	10449427632	QUINTO MIGUEL PATRICIA DIANA
224	10449601870	MUÑOZ CELIS DAVIS RAFAEL
225	10450566344	QUISPE CERRON MEYER MIKE
226	10452026746	VASQUEZ MENENDEZ MONICA HERMELINDA
227	10452833218	BOCANEGRA QUIÑONEZ AMERICO
228	10453727900	MENDOZA PRIETO ITALO GUSTAVO
229	10455243314	VALERO CAINICELA MARIBEL KENDY
230	10455849549	PATILLA SALAZAR NADIA
231	10456077361	GOMEZ DIEGO ELENA
232	10456329654	HUAMAN DE LA CRUZ RAUL
233	10457544516	MALLASCA MONGE SUCY PAMELA
234	10458650743	VALENTIN DAMAS LUCIO MORE
235	10459039622	FLORES TARAZONA LADY VANESSA
236	10460178016	HUAMAN SEDANO EFRAIN
237	10460640305	LAZO PEÑALOZA PAMELA BEATRIZ
238	10463166388	LAZO PAUCAR PABEL CESAR
239	10465682146	ROSSI RIVERA RICARDO ANDRES
240	10468342958	CARDENAS HUACACHI EDITH MELVA
241	10468553444	ARROYO BREÑA RONALD
242	10471621710	SALVADOR VILA ZAIDA SHERLY



N.°	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
243	10472563381	MEZA LAZO KEVIN JESUS
244	10473982647	TAPIA NAVARRO EMPERATRIZ JHOANA
245	10474062797	PATIÑO QUINTO VICTOR CARLOS
246	10474262681	GUERRERO CARHUAMACA DENYSS MAYUMI
247	10474262681	GUERRERO CARHUAMACA DENYSS MAYUMI
248	10475973360	PATILLA SALAZAR GIOVANA LUCY
249	10477957264	PORRAS REYES CARLOS ADRIAN
250	10478682714	REYES POMA JACKELYN IVON
251	10478894690	LAZO PAUCAR RIDER POOL
252	10479547250	CASTILLO CONDORI LORGIO
253	10480402184	QUISPE MOZO JORCH BILL
254	10480456829	ORE TORRES GRECIA OLIMPIA
255	10481677110	HUAYRA LARA JUAN JOSE
256	10482849712	RAYMUNDO HUAMANI ANIBAL EUSEBIO
257	10484244176	MUÑOZ CORNEJO NICOLAS
258	10484936388	PALOMINO MELCHOR KAROL MABEL
259	10486861199	PALACIOS ROSALES JOSEPH SAMIR
260	10487513607	PARIONA YAIRIMAN EVELYN ROXANA
261	10490678404	MEZAHUAMAN PADILLA JOE EVANS
262	10700191937	HINOJOSA CAMASI JUNIOR JONATHAN
263	10700413093	AGUIRRE GARCIA JOEL EDUARDO
264	10701393584	LAZARO ESTRADA ALVARO KILDER
265	10702286145	MEZA MEZA YULI ANGELICA
266	10702346539	HUAMAN HUALPA CRISTIAN
267	10702951688	PAUCAR LUQUE ROSARIO GABRIELA
268	10702990519	LLACTAHUAMAN NAHUI MARCOS
269	10703440709	PUNTE BRICEÑO STEFANY ANDREA
270	10703469031	RAMIREZ DE LA CRUZ KELLY ROSARIO
271	10705018079	CANTARO BONIFACIO JHON FRANKLIN
272	10709065110	CANO RIVERA NICOLE
273	10710396448	RODRIGUEZ MALLQUI ROLANDO MAYCOL
274	10712193684	ALIAGA MENESES LEONARDO GABRIEL
275	10715293663	QUISPE ARDNE NOEMI VICTORIA
276	10715536388	AGUIRRE CRUZ ROSMERY
277	10717253961	AROTOMA ROMERO NELIDA
278	10717468258	COZ MUNIVE DEIVIS EDUARDO
279	10718438913	AZAÑEDO QUISPE JEAN PIERRE
280	10722615196	CARDENAS HUARCAYA NOEMI
281	10723286641	HUAMAN SANTIAGO SHEYLA PATRICIA
282	10730051358	SAENZ MOY CARLO ALESSANDRO
283	10732155371	ALANIA GUADALUPE BRIANA ASTRID
284	10738060224	PEREZ CHANCA AYDEE
285	10738917770	CASTAÑEDA MUNIVE GUSTAVO ANGEL
286	10742985623	RODRIGUEZ MALLQUI JAHIR OWEN
287	10746538036	TRINIDAD CHAMBERGO YAZMIN SHAYLA
288	10747287029	GUERRA CAMPANA MARCIA CORAYMA DANIELA
289	10747734068	AYALA ROSALES KAINA DORA
290	10748748283	JURADO ROMANI CLAUDIA ESTEFANIA
291	10748748283	JURADO ROMANI CLAUDIA ESTEFANIA



N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
292	10751137236	MORALES SAUÑI ANGELA JASMIN
293	10755118023	MONTE DE LA CRUZ VILMA
294	10755251637	NUÑEZ HUAYNALAYA KEVIN ANTONI
295	10755419368	CASTRO SANTOS YOSELYN LIZETH
296	10762953787	CHANCO CHAMBERGO GAGNE
297	10765327003	DE LA CRUZ GUTIERREZ NISBETH
298	10765378066	ZUÑIGA RODRIGUEZ RUBEN JHONATAN
299	10766680424	GUTIERREZ ARONI MARLENE
300	10769035023	BASURTO SALVATIERRA SHEILA PAMELA
301	10774789630	ROJAS DE LA CRUZ PAUL MARCELL
302	10775634851	COCHACHEZ DAMAS ANGELA ZENAIIDA
303	10785512222	INFANTE ALVA LUIS ANTHONY
304	10800317733	MENDEZ MENDEZ MARINA
305	10800728041	ESTEBAN SOLIS MARIA ESTHER
306	10903234496	MALLQUI DE LA CRUZ JUAN JOSE
307	15129572628	SUCESION VICTOR FIDEL COZ POMA
308	15486014056	PEREZ PALOMINO PASCUAL JULIO
309	15486111841	CHAMANE LLANCO ELIO HUGO
310	17318854343	ROMERO FRANCO CECILIA
311	20129570254	HOTEL KIYA S.A.
312	20129623633	TOURISM SANTA FELICITA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
313	20140228991	HOSTAL PLAZA SRLTDA
314	20281291573	INVERSIONES RETAMA S.R.LTDA.
315	20282307376	HOTEL RESIDENCIAL Y TURISMO LA BREVA S.R.L.
316	20402335042	INVERSIONES CASTILLO LAZO SRL
317	20486097249	INVERSIONES LAZO S.A.C.
318	20486097249	INVERSIONES LAZO S.A.C.
319	20486482665	J & H COMUNICACIONES SAC.
320	20487187101	HOTELES ANDINOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - HOTELAN S.R.L.
321	20487327639	HOSPEDAJE CENTRO S.A.C.
322	20541321820	SERVICIOS MULTIPLES YERILUZ E.I.R.L.
323	20541402587	INVERSIONES L & L ESPINOZA E.I.R.L. - INVERLES E.I.R.L.
324	20541414755	GLOBE BUSSINES CREA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GB CREA S.A.C.
325	20568045794	INVERSIONES TERBULLINO CARBAJAL SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
326	20568064829	CONTROL M & B S.R.L.
327	20568109175	GRUPO AGAPE HOTEL E.I.R.L.
328	20568254873	PANTOJA CONTRATISTAS GENERALES E.I.R.L.
329	20568371161	INVERSIONES Y SERVICIOS MARWILL E.I.R.L.
330	20568401418	HOSTAL KÖNIG E.I.R.L.
331	20568443170	C&M FRAVISA INVERSIONES S.R.L.
332	20568453728	INVERSIONES D'GMG SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
333	20568480296	GALIO HOTEL E.I.R.L.
334	20568520425	CORPORACION EDGARD & LYZ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - COREDLY S.A.C.
335	20568563582	INVERSIONES VIRMA CASA DE REPOSO PARA PERSONAS ADULTAS Y ESPECIALES E.I.R.L.
336	20568657641	EMPRESA DE SERVICIOS TURISTICOS Y AFINES MONTEBLANCO E.I.R.L.
337	20568697431	GRUPO NOLUSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
338	20568724772	INVERSIONES ANGARAES E.I.R.L.
339	20568724772	INVERSIONES ANGARAES E.I.R.L.
340	20568763832	I.G. BARSAM S.R.L.



N.°	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL
341	20568780923	COMPAÑIA HOTELERA DEL CENTRO S.A.C.
342	20568854552	INVERSIONES MAGUIN S.A.C.
343	20568854552	INVERSIONES MAGUIN S.A.C.
344	20568859279	INVERSIONES LAFESE S.A.C.
345	20569038872	INVERSIONES GENERALES MAGGEL E.I.R.L.
346	20569038872	INVERSIONES GENERALES MAGGEL E.I.R.L.
347	20573810865	INVERSIONES VILLARANDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
348	20573912781	RYUTA S.R.L.
349	20600241029	COMPAÑIA HOTELERA BELZUSARRI & VILLENA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
350	20600275090	INVERSIONES PERUANAS DEL CENTRO E.I.R.L.
351	20600406800	LAS TORRES DE TORRE TORRE E.I.R.L.
352	20600543629	HOTEL EMPERADOR SUITE E.I.R.L.
353	20600890191	CORPORACION WANKA HOLDING S.A.C.
354	20601239737	EMPRESA INDUSTRIAS Y SERVICIOS MULTIPLES S.A.
355	20601285631	INVERSIONES LA PONDEROSA E.I.R.L.
356	20602257518	KER & JOE INVERSIONES S.A.C.
357	20603104626	INVERSIONES E Y E ROMERO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
358	20603111266	IMPERIUN GROUP SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
359	20603656220	TEXTILES MANOS CREATIVAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
360	20603932511	CORPORACION MIOTECHS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CORPORACION MIOTECHS S.A.C.
361	20603942389	CORPORACIÓN OMAP S.R.L.
362	20604069689	INVERSIONES MUNIVE VALENTIN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA - INVERSIONES MUNIVE VALENTIN S.A.C.
363	20604736316	CORPORACION EL QUINDE E.I.R.L.
364	20605240144	SELMARCE GROUP CHAN SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
365	20605583891	LUCK BUSINESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - LUCK BUSINESS S.A.C.
366	20605601473	HOSPEDAJE BELLAVISTA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
367	20605668543	FUNDACION AGEPERÚ E.I.R.L.
368	20605697861	REPRESENTACIONES ZAFIRO AZUL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
369	20606612223	TENDRESSE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA
370	20606639032	CORPORACION GREDA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
371	20606709600	INVERSIONES OCESAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
372	20607116637	RS EL TOPO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
373	20607200956	PAQARI GOLD PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
374	20607210161	EPAKARI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
375	20607327336	GRUPO HOTELERO TUKI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
376	20607568945	AMUSEMENT R.T. EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
377	20608628054	BIJELU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
378	20608894889	SERVICIOS YURAK K'DA E.I.R.L.
379	20609462630	HPALLANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
380	20609526034	CASAHUANCA COMPAÑIA HOTELERA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
381	20609705613	GRUPO EMPRESARIAL ANTONELLA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
382	20610137572	COMPAÑIA DE TELECOMUNICACIONES E INVERSIONES DIGITALES CONECTA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD
383	20610278508	R & KI E.I.R.L.
384	20610462589	INVERSIONES GENERALES STV EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
385	20611002832	GRUPO TAY PAO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA



Anexo 7: Evidencia fotográfica



