

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Contabilidad

Tesis

**Principio de causalidad y gastos de representación en  
empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023**

Mabel Lorena Jacinto Porras  
Noemi Soledad Meza Gala

Para optar el Título Profesional de  
Contador Público

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



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

## INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**A** : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa  
**DE** : Magíster Tatiana Giovana Quincho Rojas  
Asesor de trabajo de investigación  
**ASUNTO** : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación  
**FECHA** : 12 de setiembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

**Título:**

Principio de Causalidad y Gastos de Representación en Empresas de Publicidad del Distrito de El Tambo 2023

**Autor:**

Mabel Lorena Jacinto Porras – EAP. Contabilidad  
Noemi Soledad Meza Gala – EAP. 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 20 % de similitud 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  
Nº de palabras excluidas (**en caso de elegir "SI"**): 15 SI  NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI  NO

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

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

Tatiana G. Quincho Rojas  
Asesor de trabajo de investigación

### **Dedicatoria**

A Dios, por protegerme y guiarme en cada paso que damos para lograr culminar nuestra carrera. A nuestros maravillosos padres Santiago, Lucia, Elena y Rufino, quienes con sus palabras de aliento me fortalecen para seguir adelante y ser siempre perseverante y así cumplir con nuestros ideales, siendo todos parte fundamental en nuestras vidas, ayudándonos a lograr nuestros objetivos.

Mabel y Noemi

## **Agradecimiento**

A Dios, por permitirnos llegar hasta este punto con vida y salud.

A nuestras familias, especialmente a nuestros padres, por su paciencia, comprensión y su apoyo incondicional.

Un especial agradecimiento a nuestra asesora, Mag. Tatiana Quincho Rojas, por compartirnos sus conocimientos, brindarnos su tiempo y guiarnos a lo largo del desarrollo de la investigación.

A la Universidad Continental, facultad de Ciencias de la Empresa E. A. P. de Contabilidad y a los docentes, por impartir conocimientos a lo largo de estos años de estudio para ser profesionales competitivos.

Mabel y Noemi

## Índice de Contenidos

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>iv</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>v</b>
<b>Índice de Contenidos.....</b>	<b>vi</b>
<b>Lista de Tablas .....</b>	<b>ix</b>
<b>Lista de Figuras.....</b>	<b>x</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Capítulo I.....</b>	<b>16</b>
<b>Planteamiento del Estudio.....</b>	<b>16</b>
1.1. Delimitación de la Investigación.....	16
1.1.1. Territorial.....	16
1.1.2. Temporal.....	16
1.1.3. Conceptual.....	16
1.2. Planteamiento del Problema.....	17
1.2.1. Diagnóstico.....	22
1.2.2. Causas.....	22
1.2.3. Pronóstico.....	23
1.2.4. Control al Pronóstico.....	24
1.3. Formulación del Problema .....	25
1.3.1. Problema General.....	25
1.3.2. Problemas Específicos.....	25
1.4. Objetivos de la Investigación .....	25
1.4.1. Objetivo General.....	25
1.4.2. Objetivos Específicos.....	25
1.5. Justificación de la Investigación .....	26
1.5.1. Justificación Teórica.....	26
1.5.2. Justificación Práctica.....	27
<b>Capítulo II .....</b>	<b>28</b>
<b>Marco teórico .....</b>	<b>28</b>
2.1. Antecedentes de Investigación .....	28
2.1.1. Artículos Científicos.....	28
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	29

2.1.3. Antecedentes Nacionales. ....	31
2.2. Bases Teóricas.....	33
2.2.1. Principio de Causalidad. ....	33
2.2.1.1. Criterio de Necesidad.....	35
2.2.1.2. Criterio de Razonabilidad. ....	36
2.2.1.3. Criterio de Proporcionalidad.....	38
2.2.1.4. Criterio de Generalidad. ....	40
2.2.1.5. Criterio de Normalidad. ....	42
2.2.2. Gastos de Representación. ....	44
2.2.2.1. Implicancias en el IGV.....	45
2.2.2.2. Implicancias en el Impuesto a la Renta.....	48
2.3. Definición de Términos Básicos .....	51
2.3.1. Actividad Económica.....	51
2.3.2. Actividad Monetaria. ....	51
2.3.3. Base Imponible. ....	51
2.3.4. Capital.....	52
2.3.5. Comprobante de Pago.....	52
2.3.6. Condición de no Habido. ....	52
2.3.7. Costo. ....	52
2.3.8. Fisco.....	52
2.3.9. Gasto. ....	53
2.3.10. Impuesto.....	53
2.3.11. Ingresos Brutos.....	53
2.3.12. Retribución.....	53
2.3.13. Sunat.....	53
2.3.14. Sustancial.....	54
2.3.15. UIT. ....	54
<b>Capítulo III.....</b>	<b>55</b>
<b>Hipótesis y Variables .....</b>	<b>55</b>
3.1. Hipótesis.....	55
3.1.1. Hipótesis General.....	55
3.1.2. Hipótesis Específicas. ....	55
3.2. Identificación de las Variables .....	55
3.2.1. Principio de Causalidad. ....	55
3.2.1.1. Definición Operacional.....	55
3.2.2. Gastos de Representación. ....	56

3.2.2.1. Definición Operacional.....	56
3.3. Operacionalización de Variables.....	57
<b>Capítulo IV .....</b>	<b>60</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>60</b>
4.1. Enfoque de la Investigación .....	60
4.2. Tipo de Investigación.....	60
4.3. Nivel de Investigación.....	60
4.4. Métodos de Investigación.....	61
4.4.1. Método General .....	61
4.5. Diseño de la Investigación .....	62
4.5.1. En el Tipo Correlacional.....	62
4.6. Población y Muestra.....	63
4.6.1. Población. ....	63
4.6.2. Muestra. ....	63
4.6.2.1. Unidad de Análisis. ....	63
4.6.2.2. Tamaño de la Muestra.....	64
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	71
4.7.1. Técnicas. ....	71
4.7.2. Instrumentos.....	71
4.7.2.1. Diseño. ....	71
4.7.2.2. Confiabilidad.....	72
4.7.2.3. Validez. ....	74
4.8. Técnicas Estadísticas de Análisis de Datos.....	76
<b>Capítulo V.....</b>	<b>79</b>
<b>Resultados.....</b>	<b>79</b>
5.1. Descripción del Trabajo .....	79
5.1.1. Presentación de Resultados.....	79
5.1.1.1. Análisis Descriptivo de la Variable Principio de Causalidad y sus Dimensiones..	80
5.1.1.2. Análisis Descriptivo de la Variable Gastos de Representación. ....	88
5.2. Contratación de Resultados .....	92
5.3. Discusión de Resultados.....	101
<b>Conclusiones .....</b>	<b>106</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>108</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>110</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>127</b>



## Lista de Tablas

Tabla 1. Variable X: principio de causalidad.....	57
Tabla 2. Variable Y: gastos de representación.....	59
Tabla 3. Muestra del estudio .....	66
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad variable 1: principio de causalidad.....	73
Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad variable 2: gastos de representación.....	74
Tabla 6. Interpretación del cálculo del coeficiente de validez del contenido .....	75
Tabla 7. Recuento y porcentajes de la variable Principio de causalidad.....	80
Tabla 8. Recuento y porcentajes de la dimensión 1: criterio de necesidad.....	82
Tabla 9. Recuento y porcentajes de la dimensión 2: criterio de razonabilidad.....	83
Tabla 10. Recuento y porcentajes de la dimensión 3: Criterio de proporcionalidad .....	84
Tabla 11. Recuento y porcentajes de la dimensión 4: criterio de generalidad.....	86
Tabla 12. Recuento y porcentajes de la dimensión 5: criterio de normalidad .....	87
Tabla 13. Recuento y porcentajes de la variable gastos de representación.....	88
Tabla 14. Recuento y porcentajes de la dimensión 1: implicancias en el IGV .....	90
Tabla 15. Recuento y porcentajes de la dimensión 2: implicancias en el Impuesto a la Renta .....	91
Tabla 16. Principio de causalidad y gastos de representación .....	94
Tabla 17. Correlación de Spearman: principio de causalidad y los gastos de representación .....	94
Tabla 18. Principio de causalidad e implicancias en el IGV.....	97
Tabla 19. Correlación de Spearman: principio de causalidad e implicancias en el IGV .....	97
Tabla 20. Principio de causalidad e implicancias en el Impuesto a la Renta.....	100
Tabla 21. Correlación de Spearman: principio de causalidad e implicancias en el Impuesto a la Renta .....	100

## Lista de Figuras

Figura 1. Ingresos por IRC y tasas nominales .....	18
Figura 2. Recaudación de tributos administrados por Sunat.....	20
Figura 3. Recaudación por tributo.....	20
Figura 4. Criterios que conforman el principio de causalidad .....	34
Figura 5. Tipos de causalidad .....	35
Figura 6. Parámetros para establecer el criterio de generalidad.....	40
Figura 7. Criterios aplicables para identificar gastos deducibles .....	45
Figura 8. Requisitos formales .....	47
Figura 9. Adiciones tributarias.....	49
Figura 10. Adiciones y deducciones para el impuesto a la renta anual.....	50
Figura 11. Etapas de método científico.....	61
Figura 12. Esquema de diseño de la investigación .....	62
Figura 13. Fórmula para el cálculo de una muestra de una población finita.....	64
Figura 14. Aplicación de la fórmula para la determinación de la muestra.....	65
Figura 15. Estadígrafo de alfa de Cronbach.....	73
Figura 16. Baremos de medición de confiabilidad para la variable X .....	73
Figura 17. Estadígrafo de validez de Hernández Nieto.....	75
Figura 18. Determinación de la validez del instrumento por expertos.....	76
Figura 19. Pruebas estadísticas por criterios del estudio.....	77
Figura 20. Principio de causalidad.....	81
Figura 21. Criterio de necesidad .....	82
Figura 22. Criterio de razonabilidad .....	83
Figura 23. Criterio de proporcionalidad .....	85
Figura 24. Criterio de generalidad .....	86
Figura 25. Criterio de normalidad.....	87
Figura 26. Gastos de representación .....	89
Figura 27. Implicancias en el IGV .....	90
Figura 28. Implicancias en el Impuesto a la Renta .....	91
Figura 29. Ritual de la significancia estadística.....	92
Figura 30. Fórmula de la prueba no paramétrica de correlación de Spearman .....	93
Figura 31. Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis general.....	95
Figura 32. Fórmula de la prueba no paramétrica Correlación de Spearman.....	96
Figura 33. Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis específica 1.....	98

Figura 34. Fórmula de la prueba no paramétrica Correlación de Spearman.....	99
Figura 35. Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis específica 2.....	101

## Resumen

La presente investigación titulada «Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023», tuvo como objetivo general determinar la relación del principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; realizada bajo una metodología con enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, con nivel correlacional, para ello se utilizó el método científico y el diseño fue no experimental de corte transversal. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento al cuestionario, el cual fue aplicado a la unidad de análisis que fueron 92 contadores que provienen de la muestra que fueron 92 empresas de publicidad del distrito de El Tambo. Los resultados muestran que se rechaza la hipótesis nula con un valor  $p = .000$  y se acepta la hipótesis alterna, en el sentido que existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con el resultado ( $p = 0.000 < 0.05$ ) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. En el sentido que, cuando se aplica correctamente el principio de causalidad, se utilizan adecuadamente los gastos de representación.

**Palabras claves:** gastos de representación, principio de causalidad

## Abstract

The general objective of this research entitled «Principle of causality and representation expenses in advertising companies in the district of El Tambo, 2023» was to determine the relationship of the principle of causality and representation expenses in advertising companies in the district of El Tambo, 2023; carried out under a methodology with a quantitative approach, of an applied type, with a correlational level, for this the scientific method was used and the design was non-experimental and cross-sectional. For data collection, the survey technique was used, and the questionnaire was used as an instrument, which was applied to the unit of analysis, which were 92 accountants who came from the sample, which were 92 advertising companies in the district of El Tambo. The results show that the null hypothesis is rejected with a p-value = .000 and the alternative hypothesis is accepted, in the sense that there is a direct relationship between the principle of causality and representation expenses in advertising companies in the district of El Tambo. 2023; verified with the result ( $p = 0.000 < 0.05$ ) with a probability of error of 5% and confidence level of 95%. In the sense that, when the principle of causality is correctly applied, representation expenses are appropriately used.

**Keywords:** principle of causality, representation expenses

## Introducción

La presente tesis aborda las principales problemáticas detectadas, dentro de las cuales se encuentra a las múltiples notificaciones por parte de Sunat por realizar gastos que son considerados dentro de las declaraciones, incremento de los impuestos para pagar por la documentación sustentadora que no cumple con los requisitos y características mínimas, falta de liquidez debido a salidas de dinero por parte de la gerencia sin sustento, la información contable no refleja la realidad de la empresa por no concordar el volumen de las operaciones (ventas), entre otras. Por ello, es preciso señalar que, al no tomar alguna medida de solución, las empresas sujetas del estudio podrían enfrentar fiscalizaciones por parte de Sunat, pérdida de rentabilidad, déficit en la liquidez que podrían ocasionar su cierre definitivo. Por tanto, se formula el problema de investigación como: ¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?

La investigación en desarrollo servirá para mejorar las dificultades que vienen presentando las empresas de publicidad del distrito de El Tambo. Es importante resaltar que identificar aquellas deficiencias que tienen respecto a la determinación de los gastos que pueden deducir del IGV e Impuesto a la Renta permitirá a la entidad tener un mayor control tributario. Por tanto, se plantea la siguiente hipótesis: «Existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023».

El desarrollo de la tesis está compuesto por cinco capítulos, los que se desarrollan a continuación:

Capítulo I: Planteamiento de estudio, se ha sintetizado la descripción de la problemática de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, provincia de Huancayo, región Junín.

Comenzando por el entorno más amplio hasta el más cercano, así mismo, se realizó la formulación del problema general y específicos, los objetivos, justificación teórica y práctica.

Capítulo II: Marco teórico, se exponen los antecedentes de la investigación, considerando artículos científicos, antecedentes internacionales y nacionales, así como, las bases teóricas que permiten desarrollar la investigación ampliamente con base en la teoría científica y conceptual y la definición de los términos básicos.

Capítulo III: Hipótesis y variables, se dilucidó el objetivo general y específicos de la investigación. Del mismo modo, se muestra la identificación de las variables, sus dimensiones e indicadores, donde se añade la matriz de operacionalización de las variables.

Capítulo IV: Metodología, se mencionó el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación; la población y muestra empleada, así como, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, los cuales antes de su aplicación a la muestra de estudio, tuvieron que pasar por la prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach.

Capítulo V: Resultados, se ejecutó la prueba de hipótesis, bajo la prueba estadística de correlación de Spearman para su comprobación; por ser variables de tipo categóricas, de naturaleza cualitativa y escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra está constituida por un solo grupo. Además, que con esta prueba estadística se planteó determinar la relación de las variables de estudio.

Por último, se presenta la matriz de consistencia y otros en el apartado de apéndices.

## Capítulo I

### Planteamiento del Estudio

#### 1.1. Delimitación de la Investigación

##### 1.1.1. Territorial.

La presente investigación se desarrolló en el distrito de El Tambo, provincia de Huancayo y región Junín, específicamente, en las empresas de publicidad.

##### 1.1.2. Temporal.

El presente estudio se realizó tomando en consideración el periodo 2023.

##### 1.1.3. Conceptual.

La investigación estudió el principio de causalidad y los gastos de representación:

De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023), «a fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la generación de ganancias de capital» (p. 44). En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.

Según Chávez (2006), los gastos de representación «son aquellos egresos que realiza la empresa con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.



## 1.2. Planteamiento del Problema

El artículo 37.º de la ley de impuesto a la renta precisa que el principio de causalidad delimita que un costo o gasto será deducible del impuesto a la renta solo cuando esta cumpla con el objetivo de generar rentas o mantener la fuente que genera esas rentas; la mala interpretación y aplicación de esta norma es un factor de riesgo para la deducción de uno de los gastos en los que más incurren las empresas que son los gastos de representación que tienen por finalidad ampliar y fortalecer el vínculo con los clientes y proveedores, lo cual permitirá incrementar sus ingresos a partir del mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.

A nivel internacional, el tratamiento de los gastos de representación en el impuesto a la renta puede influir en las decisiones empresariales y en la planificación fiscal de las empresas. Algunos países permiten una amplia deducción de los gastos de representación, lo que puede incentivar a las empresas a realizar mayores inversiones en actividades de promoción y relaciones públicas. Como el caso de España, que de acuerdo con Teruel (2021), «el importe destinado a los gastos de representación deducibles no puede ser superior al 1 % del importe neto de las ventas» (p. 1).

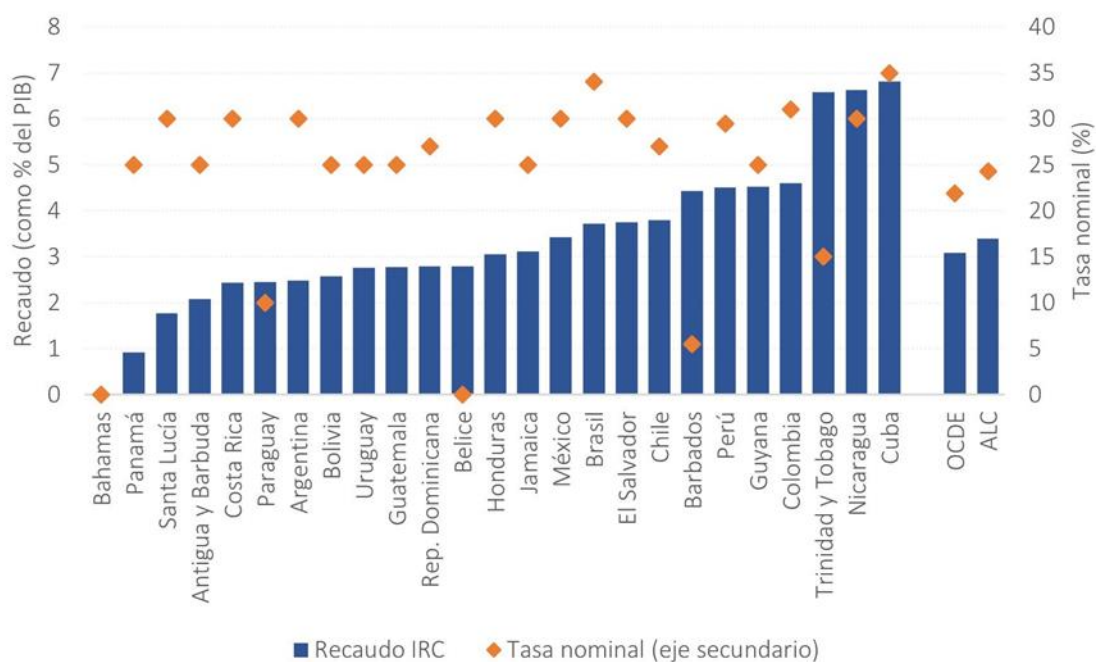
Por otro lado, otros países pueden tener restricciones más estrictas sobre la deducibilidad de los gastos de representación, limitando la cantidad o el tipo de gastos que pueden ser reclamados como deducciones fiscales. Se encuentra el caso de México que mediante la normativa establece respecto a los gastos de representación que «en hospedaje el tope diario es 180 dólares en el extranjero, en alimentación es de 800 pesos al día dentro del país y 80 dólares durante viajes al exterior, en renta de autos, la cantidad máxima es de 850 pesos» (Enred, 2022, p. 1).

Es cierto también que las empresas simulan este tipo de gastos solo con el fin de pagar menos impuestos. González et al. (2019) expresan que una de las causas particulares para la evasión de impuestos es la técnica de las deducciones y descuentos, ya que «el contribuyente

se ve tentado a aumentar los costos y deducciones con el fin de disminuir la base gravable y a incurrir en descuentos tributarios para disminuir el impuesto neto por pagar» (p. 12). Todo ello se ve reflejado en los índices de recaudación del Impuesto a la Renta de los países.

Figura 1

*Ingresos por IRC y tasas nominales*



Nota. Recuperada de: Rasteletti (2023)

<https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/reducir-impuestos-renta-corporativa-estimular-inversion-crecimiento/>

En el Perú, el principio de causalidad establecido en la Ley del Impuesto a la Renta, que establece la necesidad de que los gastos que sean deducibles para el cálculo del impuesto a la renta sean los realizados necesariamente para el funcionamiento de la empresa y debe cumplir los criterios de la normalidad, proporcionalidad y razonabilidad, los cuales deben evaluarse en cada caso en concreto. Existe aún confusión por parte de los empresarios acerca de la interpretación de la norma, tal como explica Castillo (2005), «en el Perú existe actualmente desconocimiento y una errada interpretación de las normas tributarias, hecho que incide en el rendimiento económico de las empresas. El efectuar una equivocada aplicación de las normas tributarias en las operaciones normales del negocio» (p. 7). Ya que se suele

confundir los gastos de dietas, viajes, costos de hotel y alimentación, cuotas de desplazamiento y gastos de manutención como gastos de representación a pesar de que estos no se realizan para fortalecer los lazos con clientes o la imagen de la empresa.

En algunos otros casos utilizan la posibilidad de deducción para reducir sus impuestos por pagar, sin tomar en cuenta que la normativa establece topes. De acuerdo con Hassan et al. (2021) explican que «muchas empresas tratan de deducir la mayor cantidad posible de gastos, sin tener en cuenta las infracciones en las que pueden incurrir en su afán por pagar menos impuestos y sin considerar los principios contables y tributarios vigentes». Es importante aclarar que el cumplimiento de las obligaciones tributarias contribuye a que los gobiernos dispongan de liquidez para cubrir el presupuesto público.

Así mismo, Sunat en diversas fiscalizaciones realizadas a empresas, ha podido evidenciar que sus operaciones no resultan fehacientes dado que los contribuyentes no han presentado la documentación mínima sustentadora que a su criterio respalde que la operación se haya realizado y que está relacionada con las actividades normales de la entidad, incumpliendo con el principio de causalidad, por lo que tuvieron que realizar reparos tributarios y sanciones e infracciones. Es relevante resaltar que hasta noviembre del 2021, la Sunat presentó un importante crecimiento de 43.4 % en la recaudación; estando representado por un 153,2 % principalmente a los mayores pagos de multas, asociados a acciones de control de la Sunat. Así, se muestra:

Figura 2

## Recaudación de tributos administrados por Sunat



Nota. Recuperada de Sunat (2022)

<https://gestion.pe/economia/sunat-recaudacion-de-noviembre-crece-434>

Figura 3

## Recaudación por tributo

	Noviembre		Diferencia	Var% Real	Aporte al	Acumulado a Noviembre		Diferencia	Var% Real	Aporte al
	2020 (A)	2021 (B)	(B - A)		Crecimiento	2020 (A)	2021 (B)	(B - A)		Crecimiento
Ingresos Gobierno Central (Bruto)	10,159	14,538	4,380	35.5		99,289	144,040	44,750	39.7	
Ingresos Gobierno Central (Neto)	8,603	13,034	4,431	43.4	43.4	83,751	126,253	42,501	45.2	45.2
<b>Impuesto a la Renta</b>	<b>2,781</b>	<b>4,164</b>	<b>1,382</b>	<b>41.7</b>	<b>13.5</b>	<b>35,109</b>	<b>49,456</b>	<b>14,347</b>	<b>35.9</b>	<b>15.0</b>
Tercera Categoría y RMT	1,424	2,135	711	41.9	6.9	13,482	22,169	8,687	58.3	9.4
Tercera Categoría	1,283	1,939	656	43.0	6.4	12,476	20,443	7,968	57.7	8.6
Régimen MYPE Tributario	140	196	55	32.0	0.5	1,006	1,725	719	64.9	0.8
Regularización	93	157	64	59.2	0.6	4,395	8,159	3,764	80.8	4.2
Quinta Categoría	654	775	121	12.1	0.9	8,479	9,268	789	5.4	0.6
No domiciliados	307	610	303	87.9	3.1	5,354	3,939	-1,415	-29.1	-1.9
Resto Rentas	303	486	184	52.1	1.8	3,398	5,920	2,522	67.9	2.8
<b>A la Producción y al Consumo</b>	<b>6,185</b>	<b>8,343</b>	<b>2,158</b>	<b>27.7</b>	<b>19.9</b>	<b>55,563</b>	<b>78,660</b>	<b>23,097</b>	<b>36.3</b>	<b>24.1</b>
Impuesto General a las Ventas	5,424	7,481	2,057	30.5	19.3	49,397	70,318	20,921	37.0	21.9
Interno	3,217	4,145	927	21.9	8.2	29,233	38,482	9,249	26.8	9.4
Importaciones	2,207	3,336	1,129	43.1	11.1	20,164	31,836	11,671	51.9	12.5
Impuesto Selectivo al Consumo	759	851	93	6.2	0.5	6,096	8,271	2,174	30.6	2.2
Interno	423	498	75	11.3	0.6	3,585	4,766	1,181	28.0	1.2
Importaciones	335	353	18	-0.2	0.0	2,511	3,505	994	34.4	1.0
Otros a la Producción y al Consumo	2	11	9	462.9	0.1	69	71	2	-1.8	0.0
<b>A la importación</b>	<b>112</b>	<b>147</b>	<b>35</b>	<b>23.8</b>	<b>0.3</b>	<b>1,037</b>	<b>1,298</b>	<b>261</b>	<b>20.4</b>	<b>0.3</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>1,080</b>	<b>1,885</b>	<b>804</b>	<b>65.1</b>	<b>8.2</b>	<b>7,581</b>	<b>14,626</b>	<b>7,045</b>	<b>85.2</b>	<b>7.7</b>
Fraccionamientos	111	178	67	51.8	0.7	1,002	4,233	3,231	303.5	3.6
Casinos y Tragamonedas	0	16	16	6,958.1	0.2	69	111	42	53.3	0.0
Multas	185	494	309	153.2	3.3	632	1,630	999	147.4	1.1
ITAN	530	595	64	6.1	0.4	4,229	5,339	1,110	21.5	1.1
Otros	254	602	348	124.2	3.7	1,650	3,313	1,664	93.6	1.8

Nota. Recuperada de: Sunat (2022).

<https://gestion.pe/economia/sunat-recaudacion-de-noviembre-crece-434>

Por otro lado, las empresas de publicidad del distrito de El Tambo dedicadas a crear, ejecutar y distribuir campañas publicitarias mediante medios electrónicos y físicos, vienen presentando deficiencias en la interpretación de la norma y el incumplimiento de los límites establecidos para la deducción de los gastos de representación, ya que existe un exceso de compras atribuidas a ese concepto.

Como respaldo a lo contextualizado se tiene la investigación de Reyes (2023) titulado «El principio de causalidad y gastos de representación en la empresa de distribución de licores, periodo 2021-2022», donde concluyó que el principio de causalidad es fundamental para los gastos de representación, ya que afecta directamente la determinación de la renta imponible. Los gastos serán deducibles si son necesarios, no están prohibidos por ley y califican para mantener la fuente productora, según el Artículo 37.º del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR).

Así mismo, con la investigación de Vega (2019) «Aplicación del principio de causalidad en los gastos de representación y su efecto en la determinación del impuesto a la renta de la empresa de asesoramiento empresarial, Trujillo, 2018», donde concluyó que si la empresa aplicaría el principio de causalidad le saldría impuesto de S/ 63 972.00, y una multa de S/ 1593.00 soles, sin la aplicación del principio de causalidad generó una utilidad de S/ 54 051.00 y por ello pagó un impuesto de S/ 6006.00, queda claro que esto afecta a la empresa porque la renta por pagar es más alta que la utilidad declarada en la declaración correspondiente sin hacer uso del principio, pero sabiendo aplicar bien el principio de causalidad se evitará tener futuros inconvenientes tributarios en las fiscalizaciones por omitir pagar más renta al ente recaudador Sunat.

### **1.2.1. Diagnóstico.**

Dentro de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo se vienen mostrando múltiples problemas relacionados con el cumplimiento del principio de causalidad haciendo que los gastos en los que incurren sean no deducibles, como en los casos siguientes:

- Se presentan múltiples notificaciones por parte de Sunat por realizar gastos personales como: alimentación, salidas familiares, entre otros que son considerados dentro de las declaraciones.
- Incremento de los impuestos por pagar por la documentación sustentadora que no cumple con los requisitos y características mínimas.
- Falta de liquidez debido a salidas de dinero por parte de la gerencia sin sustento.
- La información contable no refleja la realidad de la empresa por no concordar el volumen de las operaciones (ventas).
- Baja productividad y deserción de los colaboradores que se sienten desmotivados por no ser reconocidos por su desempeño.
- Frecuentes reparos tributarios, que al final del año se tienen que incrementar como adiciones para el cálculo del impuesto a la renta.
- Frecuentes sanciones por infracciones al incumplir con lo establecido en el artículo 37.º de la ley del impuesto a la renta.

### **1.2.2. Causas.**

Las causas vinculadas a los problemas anteriormente descritos son:

- Inciden en gastos personales como: alimentación, salidas familiares, entre otros que son considerados dentro de las declaraciones.
- Gastos cuya documentación sustentadora no cumpla con los requisitos y características mínimas, realizan compras con boletas de venta a contribuyentes que se encuentran dentro

del RUC o solicitan comprobante que no se encuentran permitidas dentro del reglamento de pago como proformas, notas de venta, etc.

- No existe un control adecuado para las salidas y entradas del dinero.
- Al tener gastos personales e incrementarse el total de gastos, estos no concuerdan con el volumen de las operaciones (ventas).
- Existen gastos que no cumplen con el criterio de generalidad puesto que los trabajadores no tienen asignado su sueldo de acuerdo con su desempeño sino al parentesco que puedan tener con los dueños de la empresa.
- A pesar de que el asesor contable explica a los contribuyentes respecto a los gastos deducibles, los dueños de la empresa realizan todo tipo de compras con su RUC con el fin de pagar menos impuestos por no ser gastos vinculados con el giro del negocio.
- Los gastos de representación y de viáticos no cumplen con los límites establecidos en la norma tributaria.
- La empresa no cuenta con una planilla de movilidad, pero aun así deducen los gastos de movilidad.

### **1.2.3. Pronóstico.**

De continuar estos problemas en las empresas de publicidad de las empresas del distrito de El Tambo se manifestarán múltiples deficiencias como:

- Fiscalizaciones por parte de Sunat
- Pérdida de rentabilidad
- Déficit en la liquidez
- Información deficiente para la toma de decisiones

- Pérdida del valor de la empresa frente a sus potenciales clientes por manifestarte servicios de baja calidad, además que al tener colaboradores que renuncian con frecuencia la empresa está expuesta a malos elementos.
- Incremento de multas por considerar gastos no deducibles.

#### **1.2.4. Control al Pronóstico.**

Como control al pronóstico ante los problemas evidenciados se puede referir:

- Implementación de políticas dentro de las diversas áreas de la empresa vinculadas a la contabilidad para el control de los gastos deducibles y no deducibles.
- Desarrollar como mínimo una vez al año las ratios de rentabilidad para tener un control adecuado sobre ella.
- Implementar el flujo de caja para el control de efectivo.
- Efectuar periódicamente la auditoría tributaria preventiva como mecanismo de control de las operaciones contables y tributarias de la empresa para la mejora de la toma de decisiones.
- Establecer un ROF dentro de las organizaciones, será de suma importancia para el cumplimiento de los deberes de los colaboradores, y este a su vez permitirá controlar su desempeño y asignar incentivos que mejoren su productividad.

Por tanto, se deja manifestada la importancia de la pesquisa en relación con el estudio de las variables consignadas dentro de la problemática, porque con sus resultados se dará un aporte relevante para su mejora. Por ello, se planteó el objetivo de determinar la relación del principio de causalidad y los gastos de representación de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo.



### **1.3. Formulación del Problema**

#### **1.3.1. Problema General.**

¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?

#### **1.3.2. Problemas Específicos.**

¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?

¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?

### **1.4. Objetivos de la Investigación**

#### **1.4.1. Objetivo General.**

Determinar la relación del principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

#### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

Determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

Determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

## **1.5. Justificación de la Investigación**

### **1.5.1. Justificación Teórica.**

La importancia teórica de la pesquisa se centra en señalar que servirá para incrementar el conocimiento científico, con la búsqueda de información sobre las variables de estudio y la exhaustiva recopilación, que permitirá conocer el grado de exploración de la problemática de estudio. Es por lo que se enmarca dentro de las variables los siguientes conceptos:

La variable principio de causalidad está sustentada por la teoría de Aristóteles que de acuerdo con Mota (2020) consideraba a la causalidad con la noción de «explicación». Pero, ¿qué tipos de explicación buscamos cuando nos preguntamos por qué algo es cómo es? Al intentar abarcar todas las maneras de explicar (esto es, contestar a preguntas del tipo «por qué» respecto de) los fenómenos naturales, el autor de la Física llega a su teoría de las cuatro causas, a saber: cuatro tipos de explicación (o conocimiento de las causas) de lo que sucede en la naturaleza. La doctrina aristotélica de las cuatro causas se encuentra en varios de sus textos; la exposición contenida en el capítulo 3 del libro II de la Física es la más conocida y tal vez la más elaborada.

Así mismo, la variable gastos de representación está sustentada por la teoría de Costes de Cambio establecida por Jones y Sasser (1995) que explican que los costes de cambio son una variable mediadora en el vínculo satisfacción-lealtad, pues explican por qué los clientes meramente satisfechos, que tienen la libertad de realizar elecciones, y sus costes de cambio percibidos son bajos, desarrollan un comportamiento de cambio. Por lo que es importante fidelizarlos mediante acciones en el contexto en el que se encuentren. En ese sentido, los gastos de representación pueden considerarse como parte del costo de realizar transacciones comerciales. Al invertir en actividades de relaciones públicas o en la construcción de relaciones comerciales, una empresa puede reducir la incertidumbre y los costos asociados con la negociación y el mantenimiento de acuerdos comerciales a largo plazo.

### **1.5.2. Justificación Práctica.**

La pesquisa beneficia directamente en las prácticas contables de las 139 empresas de publicidad del distrito de El Tambo, puesto que con base en los resultados y comprobación de la relación de las variables Principio de causalidad y Gastos de representación se proporciona información relevante del buen tratamiento de las normas tributarias, no solo para cumplir con los criterios y principios exigidos por el ente recaudador y fiscalizador, sino que además apoya en el control y gestión adecuado de los gastos haciéndolos más eficientes para la determinación de la rentabilidad de la empresa, respecto a la provisión de los gastos de representación, según se dé su desenvolvimiento normal en las operaciones cotidianas de la empresa.

Del mismo modo, la pesquisa es de mucho beneficio para otras empresas, por presentar en muchos casos deficiencias similares en el incumplimiento de la normativa al considerar como gastos de representación que no cumplen con el principio de causalidad, ostentando en muchos casos una nula razonabilidad, lo que afecta a los informes financieros; por ende, no permite tomar decisiones con base en información real y exacta; es así que a partir de la comprobación de la relación del principio de causalidad y los gastos de representación en las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, se sustenta la necesidad de la aplicación correcta de la norma.

## Capítulo II

### Marco teórico

#### 2.1. Antecedentes de Investigación

##### 2.1.1. Artículos Científicos.

Baptiste (2020) realizó el artículo científico «Los requisitos generales para la deducibilidad de gastos en el impuesto sobre la renta: causalidad, necesidad y proporcionalidad», donde su objetivo principal fue determinar los requisitos para la deducibilidad de gastos en el impuesto sobre la renta. Siendo una investigación básica de tipo descriptiva, correlacional, con un diseño no experimental; la técnica de recolección de datos utilizada fue el análisis documental. Se concluyó que, en definitiva, las expresiones que emplea el artículo 107.º del ET para limitar las erogaciones que son deducibles del impuesto sobre la renta a título de gasto (causalidad, necesidad y proporcionalidad) constituyen conceptos jurídicos indeterminados cuya delimitación corresponde al juez de lo contencioso administrativo, concretamente, a la sección cuarta del consejo de Estado, en tanto órgano de cierre en litigios de naturaleza tributaria. No obstante, la naturaleza propia de ese tipo de conceptos impide el planteamiento de una definición unívoca de cada una de las nociones invocadas, lo que implica que la jurisprudencia de la Sección Cuarta le haya dado distintos alcances en cada uno de los casos que ha analizado.

Ramos et al. (2022), realizaron el artículo científico «Los gastos deducibles y no deducibles como factor de cumplimiento de las obligaciones tributarias en empresas del sector agrícola en Perú», donde su objetivo principal fue determinar los gastos deducibles y no deducibles como factor de cumplimiento de las obligaciones tributarias en empresas del sector agrícola del departamento de Piura, Perú. La investigación presentó una metodología de diseño no experimental con enfoque cuantitativo; la muestra fue seleccionada mediante un muestreo

no probabilístico por conveniencia, el cual arrojó 30 personas que laboraban en las áreas de gerencia, administración y logística. Las técnicas aplicadas fueron la encuesta y el análisis documental, y como resultado se obtuvo que el 30 % de los encuestados conoce gastos deducibles para efectos tributarios. Se concluyó que, los gastos deducibles y no deducibles son un factor de cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas, y entre los gastos deducibles se encuentran la depreciación, los intereses financieros, gastos operativos, gastos de representación y viáticos, entre otros.

Villanueva (2023) realizó el artículo «El principio de causalidad y el concepto de gasto necesario», donde su objetivo principal fue analizar cómo se configura el principio de causalidad en el ordenamiento, a partir de su división subjetiva y objetiva. La investigación presentó una metodología de diseño no experimental con enfoque cuantitativo; la técnica aplicada fue el análisis documental. Donde concluyó que, la causalidad, regulada como condición la deducción de gastos, recoge dos teorías de la causalidad estudiadas en Alemania: la causalidad objetiva y la causalidad subjetiva. En virtud de la primera, son deducibles los gastos que guarden relación objetiva con la actividad empresarial. En el lenguaje de la Ley, son los gastos necesarios para mantener la fuente que se complementa con el criterio de normalidad. Empero, en virtud de la segunda, son deducibles los gastos que se incurran con la finalidad o con el propósito de generar rentas gravadas, que se complementa con el criterio de la razonabilidad o proporcionalidad entre la cuantía del gasto y los ingresos generados.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales.**

Morales (2020) realizó la tesis «La deducibilidad de los gastos y su impacto en el impuesto a la renta en las empresas constructoras de la ciudad de Quito», donde tuvo como objetivo analizar los gastos deducibles y su influencia en el impuesto a la renta de las empresas constructoras del Distrito Metropolitano de Quito (D. M. Q.). Teniendo como metodología, el

tipo de investigación explicativa, no experimental con un enfoque mixto y se analizaron datos cualitativos y cuantitativos, utilizando análisis descriptivos, explicativos y correlacional. Entre los principales resultados que se obtuvieron de la investigación se determinó que la correlación entre las variables analizadas es positiva moderada debido a que se mantiene en un margen de 0,20 a 0,60, situación que permitirá a empresas del sector de la construcción establecer la carga impositiva que deben determinar en cada ejercicio fiscal. Otro aspecto importante que resume esta tesis es la presentación de una guía para la correcta aplicación de la conciliación tributaria con la finalidad de que este tipo de empresas deduzcan del impuesto a la renta de forma correcta los gastos y minimicen el riesgo tributario.

Guamán (2018) realizó la tesis «Evaluación tributaria de los gastos deducibles y no deducibles y su incidencia en la determinación del impuesto a la renta», donde su objetivo principal fue evaluar la incidencia de la deducibilidad de los gastos que se genera en el pago del impuesto a la renta de la empresa Kuadri S. A. Siendo una investigación aplicada de tipo descriptiva, explicativa, correlacional, con un diseño no experimental, se tuvo para el trabajo de campo como muestra al presidente, la contadora y a la asistente de impuestos; ya que tienen competencia directa con el departamento contable y tributario de la empresa Kuadri S. A. Las técnicas de recolección de datos utilizada fue la observación, entrevista y el análisis documental. Concluyó que, en la evaluación de la deducibilidad de los gastos; la partida conciliatoria tributaria para el ejercicio económico del 2016; debió de considerarse ciertos rubros como gastos no deducibles; se menciona a continuación: a) En los gastos de viaje, se hallaron liquidaciones sin ningún tipo de sustento tributario; rubro que asciende a US\$ 2150.20. b) En el 2016 se canceló al personal administrativo bonos por US\$ 54 000.00 el cual se contabilizó en la cuenta de sueldos unificados, bajo el concepto de incentivo; y fueron cancelados de forma mensual, y que no fueron aportados al IESS. c) Con respecto a los gastos

de mantenimiento y energía eléctrica, se evidenció valores que no poseen los comprobantes de ventas autorizados por un valor de US\$ 13 520.50 y US\$ 11 410,42, respectivamente.

López (2019) realizó la tesis «Deducibilidad de los gastos y su efecto en la determinación del impuesto a la renta de la empresa Certicfrav S. A.», donde su objetivo principal fue determinar la deducibilidad de los gastos y su efecto en el cálculo del impuesto a la renta de la compañía Certicfrav S. A., por el periodo 2016-2017. Siendo una investigación aplicada de tipo descriptivo, explicativo, correlacional, con un diseño no experimental; se tuvo para el trabajo de campo como muestra a 9 personas que tienen mayor competencia de acuerdo con el tema de análisis; las técnicas de recolección de datos utilizada fue la entrevista y el *checklist*. Se concluyó, que basado en la problemática de que los gastos al no ser respaldados influyen sobre la determinación del impuesto a la renta, se pudo identificar la necesidad de la empresa de una herramienta que ayude a controlar los gastos, analizando cada uno para que cumpla con el principio de causalidad y deje saber si el gasto debe registrarse como deducible o no.

### **2.1.3. Antecedentes Nacionales.**

Reyes (2023) realizó la tesis «El principio de causalidad y gastos de representación en la empresa de distribución de licores, periodo 2021-2022», donde su objetivo principal fue determinar de qué manera influye el principio de causalidad en los gastos de representación en la empresa de distribución de licores, periodo 2021-2022. Se enmarcó en una metodología de nivel descriptivo con enfoque cualitativo, con un diseño no experimental, la muestra se conformó por 14 trabajadores de la empresa; para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento al cuestionario, así mismo, se utilizó la técnica de la revisión documental. El autor concluye que el principio de causalidad es fundamental para los gastos de representación, ya que afecta directamente la determinación de la renta imponible. Los

gastos serán deducibles si son necesarios, no están prohibidos por ley y califican para mantener la fuente productora, según el Artículo 37.º del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR).

Vega (2019), elaboró la tesis «Aplicación del principio de causalidad en los gastos de representación y su efecto en la determinación del impuesto a la renta de la empresa de asesoramiento empresarial, Trujillo, 2018», que tuvo como objetivo determinar el efecto de la aplicación principio de causalidad en los gastos de representación en la determinación del impuesto a la renta de la empresa de asesoramiento empresarial, Trujillo, 2018, la metodología utilizada es de enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recolección de datos utilizada fue la revisión bibliográfica por lo que la población estuvo conformada por los estados financieros de la empresa Asesoramiento Empresarial desde mayo del 2018 a abril del 2019. El autor concluyó que si la empresa aplicara el principio de causalidad le saldría impuesto de S/ 63 972.00, y una multa de S/ 1593.00 soles, sin la aplicación del principio de causalidad generó una utilidad de S/ 54 051.00 y por ello pagó un impuesto de S/ 6006.00, queda claro que esto afecta a la empresa porque la renta por pagar es más alta que la utilidad declarada en la declaración correspondiente sin hacer uso del principio, pero sabiendo aplicar bien el principio de causalidad se evitará tener futuros inconvenientes tributarios en las fiscalizaciones por omitir pagar más renta al ente recaudador Sunat.

Apaza (2018) realizó la tesis «El principio de causalidad y su influencia en los gastos deducibles para la determinación de la renta neta de las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna, en el 2016», donde su objetivo principal fue determinar el grado del cumplimiento del principio de causalidad para que los gastos sean deducibles para la determinación de la renta neta de las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna, en el 2016. Siendo una investigación aplicada de tipo descriptivo, explicativo, correlacional, con



un diseño no experimental, se tuvo para el trabajo de campo una población que estuvo constituida por las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna; las técnicas de recolección de datos utilizada fue la encuesta, con respecto a los instrumentos, se utilizó el cuestionario. Concluyó que, el poco cumplimiento del principio de causalidad reduce significativamente los gastos deducibles para la determinación de la renta neta de las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna, en el 2016, ya que se evidenció en los resultados, que todavía existe la poca razonabilidad y proporcionalidad de las operaciones para que los gastos sean deducibles y estén vinculadas a la actividad de la empresa, lo que conlleva a efectuar deducciones de gastos de manera incorrecta, ya sea porque no se cumplió con la formalidad exigida en las operaciones, desconocimiento de las normas o porque se cuestiona su veracidad.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Principio de Causalidad.**

De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023) «a fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la generación de ganancias de capital» (p. 44). En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.

Figura 4

*Criterios que conforman el principio de causalidad*



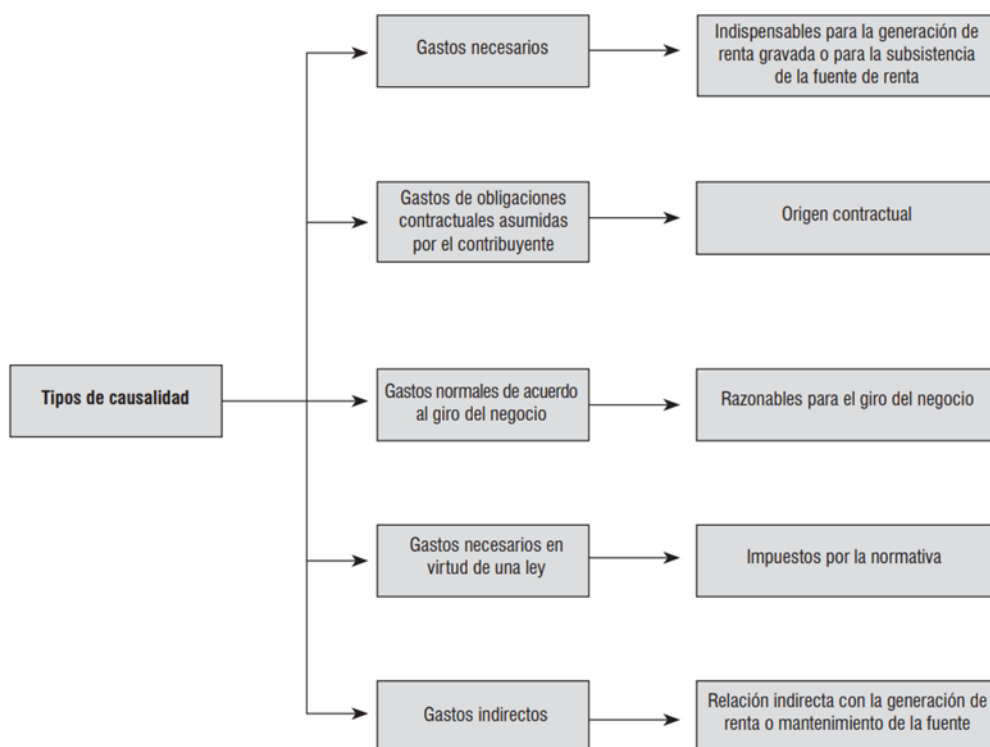
*Nota.* Recuperada de: Panta (2017)  
<https://www.soyconta.com/viaticos-o-gastos-de-viaje/>

De acuerdo con la Resolución del Tribunal Fiscal N.º 07739-11-2020 enmarca dentro de sus definiciones el Principio de Causalidad como.

La relación de la necesidad que debe establecerse entre los gastos y la generación de renta o el mantenimiento de la fuerza, noción que en la legislación es de carácter amplio, pues, se permite la sustracción de erogaciones que no guardan relación de manera directa; es decir, que no son necesariamente en un sentido estricto (p. 2).

Del mismo modo, Alva (2009) indica que es «(...) la relación existente entre un hecho (egreso, gasto o costo) y su efecto deseado o finalidad (generación de rentas gravadas o el mantenimiento de la fuente)» (p. 1). Debe tenerse presente que este principio no se considerará incumplido con la falta de consecuencia del efecto buscado con el gasto o costo, es decir, se considerará que un gasto cumplirá con el principio de causalidad, aun cuando no se logró la generación de la renta.

Figura 5

*Tipos de causalidad*

Nota. Recuperada de: Cachay (2013)

**2.2.1.1. Criterio de Necesidad.**

Ulloa (2020) refiere que el criterio de necesidad, es cuando «es imprescindible el gasto para generar rentas o mantener la fuente productora. Por otro lado, de forma amplia, es el gasto que podrá ser deducido si tiene relación potencial e indirecta con el giro del negocio, teniendo vínculo razonable» (p. 19).

De acuerdo con Zúñiga (2023) el criterio de necesidad «implica que sin la realización del mencionado desembolso no habría renta o la fuente no podría subsistir; vale decir, la necesidad sería directa» (p. 1).

«En las empresas cuando se adquiere un bien o un servicio, este criterio se refiere es que se espera obtener ingresos gravados que pueda mantener la fuente productora de renta» (Lalanguí, 2020, p. 3).

### *A. Generación de Rentas.*

Roldán (2021) refiere que es el precio de «los insumos de oferta fija como lo son por ejemplo la tierra, el capital o incluso de un talento único. Se trata de un flujo de ingresos que se reciben por el uso o alquiler de dichos insumos» (p. 2).

De acuerdo con el sitio del Ministerio Público Fiscalía de la Nación (2023) «se puede decir que es el ingreso que constituye una ganancia, beneficio, utilidad etc., que genere enriquecimiento» (p. 1).

«Utilidad o beneficio que rinde anualmente algo, o lo que de ello se cobra. En materia tributaria, importe neto de los rendimientos» (Real Academia Española, 2023, p. 1).

### *B. Fuente Productora.*

Sepúlveda (2007) asevera que, se entenderá por fuente productora a «los bienes o derechos situados, colocados o utilizados económicamente en un estado contratante, la realización en su territorio de cualquier acto o actividad y los hechos ocurridos dentro de los límites susceptibles de producir ganancias, rentas o beneficios» (p. 38).

«La expresión “fuente productora” se refiere a la actividad, derecho o bien que genere o pueda generar una renta» (Sistema de Información sobre Comercio Exterior, 2023, p. 1).

«Las fuentes productoras de renta son el capital y el trabajo. La unión de estas dos fuentes da lugar a una tercera: la empresa» (Medrano, 1974, p. 183).

#### ***2.2.1.2. Criterio de Razonabilidad.***

De acuerdo con Villanueva (2007) el criterio de razonabilidad «debe evaluarse en función a los ingresos del contribuyente. Este criterio es complementario de la causalidad subjetiva, en el sentido de que son gastos destinados a generar rentas gravadas, los cuales deben ser razonablemente proporcionales a los ingresos generados» (p. 103).

Para Carrillo (2022) el criterio de razonabilidad «implica demostrar que el gasto resulta proporcional en comparación con los ingresos generados en la empresa, lo cual deberá evaluarse cada caso en concreto y atendiendo a la oportunidad en la cual se incurrió en el gasto» (p. 3).

Ulloa (2020) refiere que el criterio de razonabilidad, se entiende «como el criterio de medición cuantitativa para fijar la deducibilidad de los egresos, y estos deben tener relación y concordancia con los ingresos del contribuyente» (p. 18).

#### *A. Gastos Destinados a Generar Rentas Gravadas.*

El término gasto hace referencia a «las transacciones que disminuyen la utilidad y representan los consumos que el negocio ha registrado durante un período de tiempo. Es decir, lo consumido, ejecutado o causado por el negocio respecto a un bien o servicio utilizado» (Avolio y Zambrano, 2024, p. 1).

Por otro lado, CUAED UNAM (2024) explica que «los ingresos gravados son aquellos determinados por la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR) y que están sometidos al pago del impuesto, luego de haber aplicado las deducciones legalmente establecidas, en el caso de haberlas» (p. 1).

Cupara (2023) sostiene que «constituye renta gravada de las empresas, cualquier ganancia o ingreso derivado de operaciones con terceros, así como, el resultado por exposición a la inflación determinado conforme a la legislación vigente» (p. 3). También constituye renta gravada de una persona natural, sucesión indivisa o sociedad conyugal que optó por tributar como tal, cualquier ganancia o ingreso que provenga de operaciones realizadas con instrumentos financieros derivados.

#### *B. Ingresos del Contribuyente.*

«Un ingreso es toda aquella ganancia que se recibe por la venta de un bien o servicio, que generalmente se hace efectiva mediante un cobro monetario» (Gil, 2020, p. 1).

BBVA (2022) refiere que «los ingresos representan cualquier cantidad de dinero que entre a formar parte de la economía de una persona y suponen un incremento (inversiones) o patrimonio» (p. 1).

De acuerdo con Campuzano (2023) los ingresos son el «importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio» (p. 1).

### ***2.2.1.3. Criterio de Proporcionalidad.***

Cáceres (2021) refiere que el criterio de proporcionalidad «alude a un parámetro meramente cuantitativo, centrado en verificar si la salida de dinero realizado por una empresa guarda debida proporción con el volumen de sus operaciones y su giro de negocio» (p. 2).

De acuerdo con Lalangui (2020) el criterio de proporcionalidad «mide la razonabilidad de los gastos, es decir que la proporción de los gastos guarde relación con los ingresos» (p. 6). Por ejemplo: se compra materiales para reparar las máquinas, para 4 de ellas y su costo es el 2 % del costo de ventas, es decir por ser suministros los gastos son bajos. No guardaría relación si, por ejemplo: se compra máquinas para reemplazar las anteriores a pesar de que solo necesitaban reparación y solo tenía 6 meses de uso y el precio es 4 veces más de las anteriores y los ingresos por ventas que tiene esta entidad son muy bajos.

De acuerdo con la Resolución del Tribunal Fiscal N.º 0484-5-2006 (2026) el criterio de proporcionalidad.

... según el principio de causalidad, todo ingreso debe estar relacionado con un gasto cuya causa sea la obtención de dicha renta o el mantenimiento de su fuente productora, noción que sin embargo debe analizarse, en cada caso en particular, considerando los criterios de razonabilidad y proporcionalidad, atendiendo a la naturaleza de las operaciones realizadas por cada contribuyente, el volumen de estas (...) (p. 2).

### *A. Giro de Negocio.*

Desde el punto de vista de Rodríguez (2022), «un giro de negocio, es la clasificación que se le da a un emprendimiento, dependiendo de las actividades que realiza. Es decir, este concepto hace referencia a la actividad económica a la que se dedica una determinada empresa» (p. 1).

Para Torres (2024) «es el ciclo de actividades que va desde la inversión en los recursos y el personal para trabajar, hasta la obtención de ingresos por la vía del comercio con lo producido o generado» (p. 1).

Así mismo, Moreno (2024) expresa que «los giros empresariales pueden ser muy diversos y cambiantes. A medida que se desarrollan nuevas tecnologías aparecen nuevas posibilidades y necesidades» (p. 2).

### *B. Volumen de las Operaciones.*

De acuerdo con la Agencia Estatal Española de Administración Tributaria (2023) «se entiende por volumen de operaciones el importe total de las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por el contribuyente durante el año natural, incluidas las exentas del impuesto» (p. 1).

Mientras que para Biplaza (2021), el volumen de operaciones está constituido por el importe de «ventas y prestaciones de servicios realizadas en el año natural, incluyendo las entregas a cuenta recibidas, independientemente de que estos importes de entregas a cuenta ya incluidos en un ejercicio pasen a formar parte de la cifra de negocios en el ejercicio siguiente» (p. 11).

«Se entenderá por volumen de operaciones el importe total de las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por el sujeto pasivo durante el año natural anterior, excluido el propio impuesto sobre el Valor Añadido» (Super Contable, 2023, p. 2).

#### 2.2.1.4. Criterio de Generalidad.

«Es una limitación a la deducción de gastos que cumplen con el principio de causalidad. Su exigencia solo es aplicable a los gastos de los incisos I y II del artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta» (Villanueva, 2007, p. 105). La generalidad en el caso del inciso I del artículo 37.º es condición para su deducción. En cambio, en el caso del inciso II del artículo 37.º, la generalidad es condición para que los gastos incurridos en favor de trabajadores no constituyan renta de quinta categoría y sean deducibles directamente por la compañía como gastos corrientes.

Para Carrillo (2022) es un criterio aplicable en la deducción de los gastos en favor del personal, por el cual se exige que sí «la empresa decide otorgar un beneficio a favor del trabajador, se lo otorgue al resto de trabajadores, salvo que se pueda identificar un criterio de diferenciación objetiva» (p. 4). Como la jerarquía dentro de la empresa, antigüedad del trabajador, área, sección o departamento de trabajo y el rendimiento laboral.

Figura 6

*Parámetros para establecer el criterio de generalidad*



Nota. Recuperada de Cefre Perú (2021)  
<https://twitter.com/CefrePeru/status/1434570381004840965>

Cáceres (2021) establece que, legislativamente, se establece que el presente criterio debe ser cumplido cuando «el gasto se encuentre vinculado con servicios de salud, gastos recreativos, aguinaldos, bonificaciones, etc.; de esta forma el beneficio debe ser de carácter



“general” para todos los trabajadores teniendo en cuenta su posición dentro de la estructura organizacional de la empresa» (p. 2).

#### *A. Jerarquía dentro de la Empresa.*

Contreras (2022) refiere que la jerarquía de empresa tiene que ver con «la disposición de personas dentro de una organización. Existen muchos tipos de jerarquía organizacional, la mayoría divide el trabajo y la autoridad en grupos o departamentos dirigidos por presidentes, directores, supervisores y gerentes» (p. 1).

De acuerdo con la escuela de negocios ELBS (2023), «hace referencia a la organización y distribución de los empleados de esta según su estatus y su función. Esta estructura sirve para dividir la autoridad dentro de una empresa, negocio, entidad y organización de cualquier tipo» (p. 3).

Para la escuela de negocios Esneca (2021) el concepto de jerarquía empresarial hace referencia «a la forma de organizar y clasificar a los distintos empleados de una compañía. Su objetivo es conseguir que los más experimentados guíen, en su desempeño profesional, a los que no tienen tanta destreza o experiencia en el negocio» (p. 2).

#### *B. Antigüedad del Trabajador.*

«La antigüedad en el ámbito laboral es el tiempo de servicio efectivo que un trabajador tiene en su lugar de trabajo, desde su ingreso o vinculación laboral» (Beatriz y Alba, 2015, p. 2).

Para Work Meter (2022) la antigüedad de un trabajador en una empresa es «un derecho de cada uno de ellos y no es vulnerable. Con ello, se hace referencia a que todos los trabajadores cuentan con un recorrido determinado de tiempo que se calcula dependiendo de la duración de los contratos laborales» (p. 1).

Ivette (2021) asevera que «la antigüedad laboral es el tiempo que una persona ha permanecido laborando para una organización pública o privada» (p. 1).

### *C. Área, Sección o Departamento de Trabajo.*

Para Yirda (2020) el ámbito laboral se refiere «al espacio o ambiente en donde las personas realizan diferentes labores. El ámbito laboral está compuesto por todos los aspectos que influyen en las actividades que se desarrollan dentro de la oficina, fabrica, etc.» (p. 1).

Trenza (2019) asevera que «los departamentos de una empresa u organización son cada una de las partes en la que están divididas las actividades que realiza. El conjunto de estas actividades hace posible el funcionamiento de esta» (p. 7).

«El área laboral agrupa las diversas ocupaciones del mercado laboral. Sirve como elemento de conectividad entre la oferta y la demanda de empleos. En otras palabras, es el vínculo profesional entre el empleador y el candidato» (Pivot, 2023, p. 1).

### *D. Rendimiento Laboral.*

«La idea de rendimiento laboral es el resultado alcanzado en un entorno de trabajo con relación a los recursos disponibles» (Pérez y Merino, 2014, p. 1).

«El rendimiento laboral es el producto del trabajo de un empleado o de un grupo de empleados, mientras que el concepto del desempeño estima la manera en que se cumplen las tareas y funciones encomendadas» (La Ley, 2023, p. 1).

Así mismo, Sesame (2023) hace referencia que es el vínculo existente entre «los medios que emplea para conseguir unos objetivos y el resultado que se consigue. A la hora de hablar del rendimiento laboral estás midiendo el resultado logrado en un entorno de trabajo» (p. 3).

#### ***2.2.1.5. Criterio de Normalidad.***

Ulloa (2020) por normalidad se refiere a «los gastos vinculados con el giro del negocio, siendo este el criterio cualitativo del gasto. Se basa en los gastos que realicen los contribuyentes con la finalidad de generar rentas, corresponderá guardar relación con las operaciones del contribuyente» (p. 19).

Villanueva (2007) refiere que, la normalidad es un criterio complementario de la causalidad objetiva, en el sentido que «los gastos deducibles son aquellos vinculados con la actividad empresarial. Este criterio, recuerda a una de las corrientes doctrinarias para la definición de la causalidad, conforme al cual el gasto necesario es el gasto habitual o normal» (p. 105).

«Implica sustentar que el desembolso efectuado es usual en el giro del negocio de la empresa, esto es, un gasto que resulta normal en el devenir de la actividad de la empresa» (Carrillo, 2022, p. 2).

#### *A. Gastos Vinculados con el Giro del Negocio.*

«Son aquellos gastos que, por su finalidad, son útiles, necesarios y pertinentes para generar utilidad y beneficios para el negocio» (Vara, 2022, p. 3).

De acuerdo con la Universidad ESAN (2023), se entenderá como gastos vinculados con el giro del negocio a:

(...) los gastos de representación de la empresa, si se toma en cuenta que el límite tributario señala que, en conjunto, no debe superar el 0.5 % de los ingresos netos o, en su caso, no supere las 40 UIT, lo que resulta menor. Estos gastos están vinculados con el giro del negocio (objeto social), siempre que permitan representar a la empresa fuera de sus oficinas u otorgar una imagen que permita originar una mejor posesión en el mercado. (p. 5)

#### *B. Operaciones del Contribuyente.*

«Se define contribuyente tributario como aquella persona física con derechos y obligaciones, frente a un agente público, derivados de los tributos» (Fam, 2019, p. 2).

De acuerdo con lo anterior, para la Escuela de Negocios Euroinnova (2021), es toda acción que «una empresa o persona lleva a cabo con la finalidad de producir y comercializar sus bienes o servicios. A través de estos, crea ingresos a la empresa y, por lo tanto, genera un volumen monetario para agrandar sus ganancias» (p. 2).

Así mismo, Pérez y Gardey (2015) refieren que «se conoce como actividades del contribuyente, a las acciones que desarrolla una compañía para obtener ganancias. Las actividades empresariales son muy diversas y dependen de las características de cada organización» (p. 2).

### **2.2.2. Gastos de Representación.**

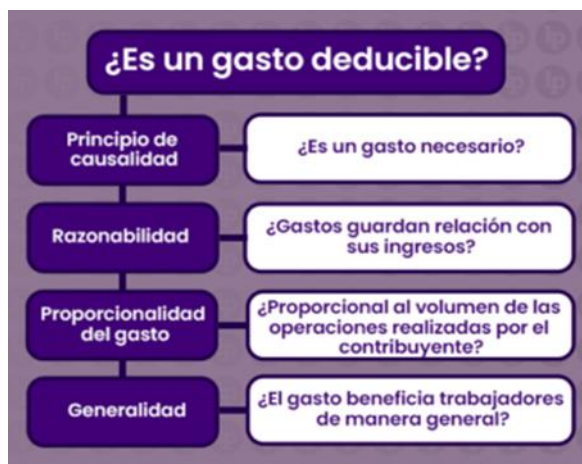
Según Chávez (2006) los gastos de representación «son aquellos egresos que realiza la empresa con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.

Para Naveros (2023) los gastos de representación «también se rigen bajo una legislación que indica cuáles se pueden deducir. Según la normativa, solo aquellos que sean estrictamente necesarios para el buen funcionamiento de la empresa y que, a su vez, generen una rentabilidad para la compañía» (p. 1). Los que cumplen con estos requisitos son: gastos relacionados con las relaciones públicas con proveedores o clientes, gastos relacionados con la publicidad realizada para la venta de bienes o servicios, gastos de personal relacionados con actividades de representación, gastos de los beneficios obtenidos por la acción de representación.

Dobaño (2023) precisa que los gastos de representación son «aquellos que, sin mantener una relación aparentemente estrecha con la actividad económica, se realizan con el objetivo de conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales mejorando además la imagen de la empresa para con ellos» (p. 4).

Este tipo de gastos se consideran deducibles para los impuestos. Fernández (2022) explica que «los gastos deducibles son aquellos gastos que son aceptados por Sunat y se deducirán en el cálculo del impuesto a las ganancias o impuesto a la renta. Mientras que gastos no deducibles, no se usaron en el giro del negocio» (p. 59).

Figura 7

*Crterios aplicables para identificar gastos deducibles*

Nota. Recuperada de: Chanamé (2022)

<https://lpderecho.pe/que-conceptos-laborales-son-deducibles-para-el-calculo-de-la-renta-de-tercera-categoria/>

Torres (2023) explica que no se consideran gastos de representación a «gastos por concepto, gastos de propaganda dirigido a masa de consumidores reales o potenciales, los gastos ocasionados por la visita de instituciones educativas, sociales, etc.; las muestras de productos» (p. 1).

Así mismo, el RTF N.º 9999-8-2011 establece jurisprudencia acerca de los obsequios de polos, eventos, agasajos a favor de personal de las farmacias donde se expenden sus productos en el que se define que estos no constituyen gastos de representación, puesto que se realiza a favor de personas que no se encuentran habilitadas para influir en la adquisición de un determinado producto en los consumidores, ni tampoco se encuentra sustentado ni acreditado que ellos puedan objetivamente influir en el incremento de las ventas. Ampliando así el concepto de causalidad para la generación de renta en las actividades comerciales.

### **2.2.2.1. Implicancias en el IGV.**

Sunat (2024) expresa que el IGV «es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir, se cobra en la compra final del bien o servicio» (p. 1). Y

el término implicancia hace referencia a las repercusiones o efectos, por ello se puede decir que las implicancias en el IGV son los requisitos o límites que establece la normativa para que el crédito fiscal del gasto de representación pueda ser utilizado. Siendo estos el cumplimiento de los requisitos formales y sustanciales.

Lozano (2014) agrega que «el IGV es un impuesto indirecto que el vendedor traslada al comprador. Solo si el comprador tiene un negocio o empresa podrá restar este crédito fiscal al momento de calcular el impuesto mensual que debe pagar» (p. 7).

Los gastos de representación. «Contribuyen con una mayor generación de ingresos, así como, mantener la fuente productora; cumple con el principio de causalidad, por ende, son deducibles para determinar la renta neta, y otorgan el derecho a poder aplicar el crédito fiscal del IGV» (PeruContable, 2024, p. 1). Además de cumplir con los criterios de razonabilidad, proporcionalidad y generalidad.

#### *A. Requisitos Formales.*

Delgado (2003) manifiesta que entre los requisitos formales se encuentra que «el impuesto debe ser consignado por separado en el comprobante de pago que sustenta la operación, estos deben ser emitidos de acuerdo con las disposiciones en materia y anotados en su registro de compras dentro del plazo establecido» (p. 274).

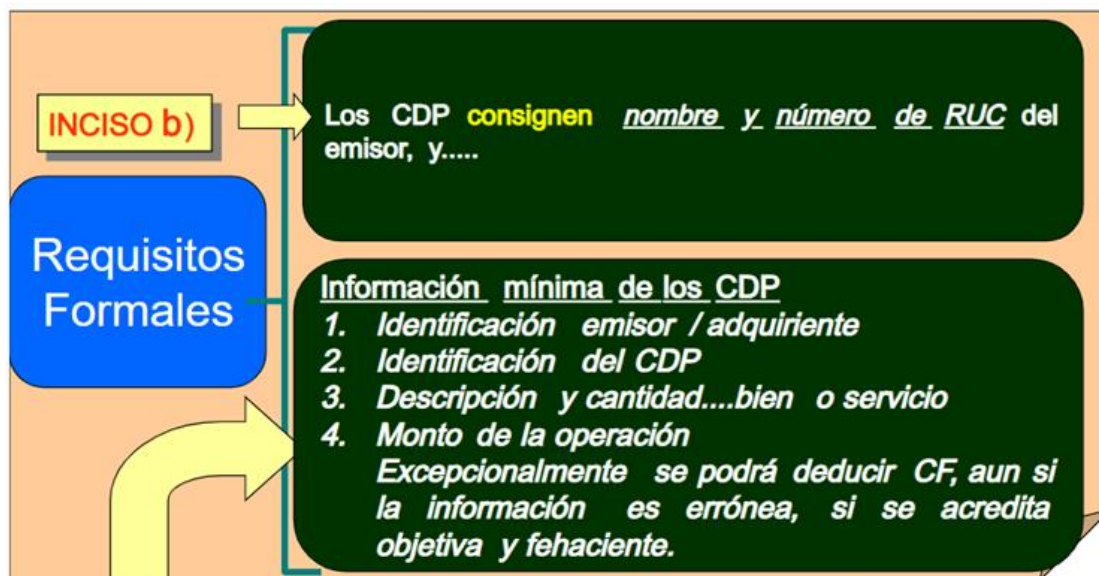
Huisa (2021) afirma que «el registro de compras deberá estar legalizado antes de su uso. El incumplimiento o el cumplimiento parcial, tardío o defectuoso de los deberes formales relacionados con el registro de compras, no implicará la pérdida del derecho al crédito» (p. 8). El cual se ejercerá en el periodo al que corresponde la adquisición.

Isidro (2015) agrega que «no será deducible el gasto sustentado en comprobante de pago emitido por contribuyente que, a la fecha de emisión del comprobante, tenía la condición de no habidos según la publicación realizada por la Administración Tributaria» (p. 15). Salvo

que, al 31 de diciembre del ejercicio, el contribuyente haya cumplido con levantar tal condición.

Figura 8

*Requisitos formales*



**LEY N° 29215** Art.1° adiciona al inciso b) del Art. 19° TUO-IGV

97

Nota. Recuperada de: Chuy (2015)

De acuerdo con lo establecido en el inciso «j» del artículo 44 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (2007), «los gastos cuya documentación sustentadora no cumpla con los requisitos y características mínimas establecidos por el Reglamento de Comprobantes de Pago» (p. 54).

*B. Requisitos Sustanciales.*

Los requisitos sustanciales del crédito fiscal están establecidos en el artículo 18 de la Ley del IGV señala que lo requisitos que deben reunir son «que sean permitidos como gasto o costo de la empresa, de acuerdo con la legislación del Impuesto a la Renta, aun cuando el contribuyente no esté afecto a este último impuesto» (p. 1). Tratándose de gastos de representación, el crédito fiscal mensual se calculará de acuerdo con el procedimiento que para tal efecto establezca el Reglamento.

Así mismo, el reglamento sostiene que los gastos no excedan del medio por ciento (0.5 %) de los ingresos brutos acumulados en el año calendario hasta el mes en que corresponda aplicarlos, con un límite máximo de cuarenta Unidades Impositivas Tributarias acumulables durante un año calendario.

Cachay (2013) explica que la norma establece que «los requisitos sustanciales no pueden ser omitidos en ninguna circunstancia; deben verificarse de manera conjunta, por lo que de no cumplirse con ello el impuesto trasladado al agente intermediario de la cadena de producción y comercialización no podría ser deducido» (p. 8-9).

#### ***2.2.2.2. Implicancias en el Impuesto a la Renta.***

El Ministerio de Economía y Finanzas (2024) explica que «el impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, tiene vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre» (p. 1). El término implicancia hace referencia a las repercusiones o efectos, por ello se puede decir que las implicancias del IR son las consideraciones que hay que tener en cuenta para su cálculo anual, entre ellas se tiene a las adiciones tributarias, las deducciones tributarias y los reparos tributarios.

Herrera (2021) menciona que «el impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, gravando las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble» (p. 2).

El artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2007) establece que a fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla siendo estos «los gastos de representación propios del giro o negocio, en la parte que, en conjunto, no exceda del medio por ciento (0.5 %) de los ingresos brutos, con un límite máximo de cuarenta Unidades Impositivas Tributarias» (p. 45).



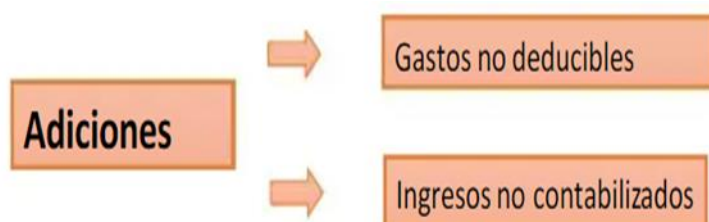
### A. Adiciones Tributarias.

Según Gutiérrez (2019), «se entiende como adiciones tributarias a todos aquellos montos que fueron contabilizados como gastos, pero que para fines tributarios estos no permiten su deducción» (p. 45).

Desde el punto de vista de Alva (2012), «estas generalmente están conformadas por todos aquellos montos que fueron contabilizados como gastos, pero que para fines tributarios estos no permiten su deducción» (p. 1).

Figura 9

#### *Adiciones tributarias*



*Nota.* Recuperada de: Ramos (2023)

### B. Deducciones Tributarias.

Según Gutiérrez (2019), «las deducciones tributarias permiten que los contribuyentes puedan substraer algunos gastos de sus ingresos y así reducir su factura fiscal total» (p. 46). En relación con los gastos de representación Sunat acepta el gasto siempre y cuando no exceda del 0.5 % de los ingresos brutos, con un límite máximo de 40 UIT.

Minciencias (2024) expresa que «son aquellos gastos que se descuentan de los ingresos y que afectan la utilidad, generando un menor impuesto para pagar por parte del contribuyente de renta» (p. 1).

Figura 10

*Adiciones y deducciones para el impuesto a la renta anual*

Nota. Recuperada de: Hirache (2012)

De acuerdo al Banco Santander (2022), «es la aminoración de la carga impositiva de una persona por el cumplimiento de ciertos requisitos. Ya sea una persona física o jurídica» (p. 1).

De acuerdo al sitio web *Business and more* (2021), «son gastos contabilizados que la Sunat no acepta en el ejercicio, existen adiciones temporales los cuales pueden ser aceptados en ejercicios posteriores y las adiciones permanentes que nunca serán aceptados».

### *C. Reparos Tributarios.*

Según Gutiérrez (2019), «un reparo tributario es un gasto no aceptado por la administración tributaria presentado mediante las declaraciones juradas mensuales y anuales» (p. 45).

Flores (2020) menciona que «son las adiciones y deducciones tributarias que una empresa presenta en su declaración jurada anual del impuesto a la renta» (p. 35). Es decir, son modificaciones que realiza la administración tributaria a la declaración jurada presentada por un contribuyente, con el objetivo de corregir errores o inconsistencias en la información proporcionada.

Figueredo (2017) añade que «el reparo tributario es la adición o deducción al resultado contable, con el objeto de determinar la renta imponible o pérdida tributaria del ejercicio gravable» (p. 26). Es decir, ajustan el resultado contable declarado por el contribuyente, considerando las normas y criterios tributarios establecidos por la ley. Estos ajustes pueden aumentar o disminuir la base imponible del impuesto, lo que impacta directamente en el monto de impuesto por pagar.

## **2.3. Definición de Términos Básicos**

### **2.3.1. Actividad Económica.**

«Actividad económica es toda aquella forma mediante la que se produce, se intermedia o se vende un bien o servicio destinado a satisfacer una necesidad o deseo» (López, 2019, p. 1).

### **2.3.2. Actividad Monetaria.**

«La política monetaria o actividad monetaria es la disciplina de la política económica que controla los factores monetarios para garantizar la estabilidad de precios y el crecimiento económico» (Sevilla, 2020, p. 1).

### **2.3.3. Base Imponible.**

«La base imponible o base tributaria es el monto de capital y la magnitud que representa el hecho imponible, esto es, la base que se utiliza en cada impuesto para medir la capacidad económica de una persona» (Donoso, 2020, p. 1).

#### **2.3.4. Capital.**

«El capital sirve para generar valor. Esto, mediante la fabricación de otros bienes o servicios o mediante la obtención de ganancias o utilidades sobre la tenencia o venta de valores» (Roldán, 2020, p. 1).

#### **2.3.5. Comprobante de Pago.**

«Son documentos que acreditan la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios entre otros; también son otorgados en determinados casos por personas que no tienen negocios» (Sunat, 2023, p. 1).

#### **2.3.6. Condición de no Habido.**

«Es una condición de domicilio fiscal que indica que la dirección, dentro del país, que figura en tu RUC no está actualizada y no lo regularizaste cuando te cambiaron la condición a no hallado» (Sunat, 2023, p. 1).

#### **2.3.7. Costo.**

«Se define como coste o costo al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica» (Sánchez, 2020, p. 1).

#### **2.3.8. Fisco.**

«El fisco es el término utilizado para hacer referencia al Estado como persona jurídica que tiene la facultad de recaudar impuestos, los cuales sirven a su vez para financiar el gasto público» (Westreicher, 2020, p. 1).

### **2.3.9. Gasto.**

«Un gasto o egreso es el consumo de un bien o servicio a cambio de una contraprestación, que suele hacerse efectiva mediante un pago monetario» (Pedrosa, 2020, p. 1).

### **2.3.10. Impuesto.**

«El impuesto es un tributo o carga que las personas están obligadas a pagar a alguna organización (gobierno, rey, etc.) sin que exista una contraprestación directa» (Roldán, 2020), p. 1).

### **2.3.11. Ingresos Brutos.**

«El ingreso bruto es la cantidad total de dinero que se incorpora al presupuesto o patrimonio de una entidad, sea esta pública o privada, individual o grupal» (López, 2019, p. 1).

### **2.3.12. Retribución.**

«Es la compensación que un individuo u organización recibe como contraprestación de un bien o servicio ofrecido. Puede ser realizada de múltiples maneras, tanto tangibles como intangibles» (Sánchez, 2020, p. 1).

### **2.3.13. Sunat.**

«Es la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, una institución adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas que tiene como encargo recaudar los impuestos en el país, además de orientar y asistir a los contribuyentes» (BBVA, 2023, p. 1).

**2.3.14. Sustancial.**

«Sustancial es aquello que se refiere a la sustancia, o esencia de algo, a lo que es en sí, y no a sus contingencias o cualidades accidentales» (Fingermann, 2020, p. 1).

**2.3.15. UIT.**

«La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es el valor en soles establecido por el Estado para determinar impuestos, infracciones, multas y otros aspectos tributarios» (MEF, 2023, p. 1).

## Capítulo III

### Hipótesis y Variables

#### 3.1. Hipótesis

##### 3.1.1. Hipótesis General.

Existe relación directa entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

##### 3.1.2. Hipótesis Específicas.

Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

#### 3.2. Identificación de las Variables

Para la investigación se han considerado 2 variables, las cuales intervienen directamente.

##### 3.2.1. Principio de Causalidad.

###### 3.2.1.1. Definición Operacional.

De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023), «a fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la generación de ganancias de capital» (p. 44). En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los

motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.

### **3.2.2. Gastos de Representación.**

#### ***3.2.2.1. Definición Operacional.***

Según Chávez (2006), los gastos de representación «son aquellos egresos que realiza la empresa con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.



### 3.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1

*Variable X: principio de causalidad*

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable Independiente Principio de causalidad	De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023). «A fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la generación de ganancias de capital» (p. 44) En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.	Criterio de necesidad	Ulloa (2020) refiere que el criterio de necesidad, es cuando. «Es imprescindible el gasto para generar rentas o mantener la fuente productora. Por otro lado, de forma amplia, es el gasto que podrá ser deducido si tiene relación potencial e indirecta con el giro del negocio, teniendo vínculo razonable» (p. 19).	Generación de rentas Fuente productora
		Criterio de razonabilidad	De acuerdo con Villanueva (2007) el criterio de razonabilidad. «Debe evaluarse en función a los ingresos del contribuyente. Este criterio es complementario de la causalidad subjetiva, en el sentido de que son gastos destinados a generar rentas gravadas, los cuales deben ser razonablemente proporcionales a los ingresos generados» (p. 103).	Gastos destinados a generar rentas gravadas Ingresos del contribuyente
		Criterio de proporcionalidad	Cáceres (2021) refiere que el criterio de proporcionalidad. «Alude a un parámetro meramente cuantitativo, centrado en verificar si la salida de dinero realizado por una empresa guarda debida proporción con su giro de negocio y el volumen de sus operaciones» (p. 2).	Giro de negocio Volumen de las operaciones

---

Criterio de generalidad	<p>Para Carrillo (2022) es un criterio aplicable en la deducción de los gastos en favor del personal, por el cual se exige que sí. «La empresa decide otorgar un beneficio a favor del trabajador, se lo otorgue al resto de trabajadores, salvo que se pueda identificar un criterio de diferenciación objetiva» (p. 4). Como la jerarquía dentro de la empresa, antigüedad del trabajador, área, sección o departamento de trabajo y el rendimiento laboral.</p>	<p>Jerarquía dentro de la empresa Antigüedad del trabajador Área, sección o departamento de trabajo Rendimiento laboral</p>
Criterio de normalidad	<p>Ulloa (2020) por normalidad se refiere a. «Los gastos vinculados con el giro del negocio, siendo este el criterio cualitativo del gasto. Se basa en los gastos que realicen los contribuyentes con la finalidad de generación de rentas, corresponderá guardar relación con las operaciones del contribuyente» (p. 19).</p>	<p>Gastos vinculados con el giro del negocio Operaciones del contribuyente</p>

---

*Nota.* Adaptada de bases teóricas

Tabla 2

*Variable Y: gastos de representación*

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Escala
Variable Dependiente Gastos de representación	Según Chávez (2006) los gastos de representación. «Son aquellos egresos que realiza la empresa con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.	Implicancias en el IGV  Implicancias en el Impuesto a la renta	Requisitos formales Requisitos sustanciales  Adiciones tributarias Deducciones tributarias  Reparos tributarios	Cuestionario	Escala de Likert  5 = Siempre 4 = Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca

*Nota.* Adaptado de las bases teóricas.

## Capítulo IV

### Metodología

#### 4.1. Enfoque de la Investigación

La investigación se realizó dentro del **enfoque cuantitativo**, ya que se ejecutó la recolección de datos por medio de un cuestionario, y estos datos se procesaron bajo un tratamiento estadístico para la prueba de hipótesis.

De acuerdo con Alan y Cortez (2018), la investigación cuantitativa «también llamada empírico-analítica, racionalista o positivista es aquella que se basa en los aspectos numéricos para investigar, analizar y comprobar información y datos. Este estudio está orientado a verificar o comprobar de manera deductiva las proposiciones planteadas en la investigación» (p. 69).

#### 4.2. Tipo de Investigación

La tesis fue de **tipo aplicado**, porque se aplicaron los conocimientos generados a partir de los resultados en las unidades de análisis de manera práctica.

Según Rodríguez (2023), en este tipo de investigación «el énfasis del estudio está en la resolución práctica de problemas. Se centra específicamente en cómo se pueden llevar a la práctica las teorías generales» (p. 1). Su motivación va hacia la resolución de los problemas que se plantean en un momento dado.

#### 4.3. Nivel de Investigación

El presente estudio tuvo un nivel de investigación **correlacional**, porque esta estableció la relación entre la variable X principio de causalidad y la variable Y gastos de representación

para servir de apoyo a futuras investigaciones en el mismo nivel, o en niveles superiores de investigación científica.

Según Mousalli (2015), este tipo de investigaciones «busca establecer la intensidad y el sentido de la relación entre dos o más variables, si una aumenta que pasa con la otra o si una disminuye que pasa con la otra, por lo general se habla de dos a más variables» (p. 17). Pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables.

#### 4.4. Métodos de Investigación

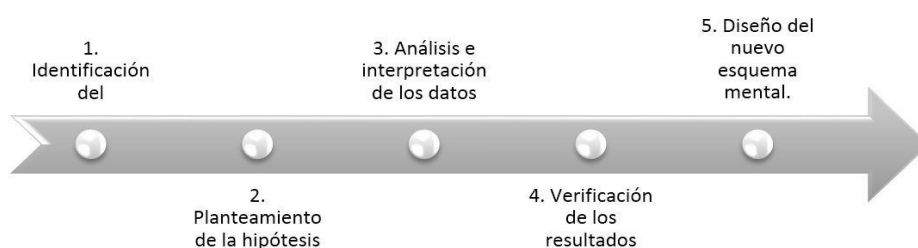
##### 4.4.1. Método General

La investigación empleó el **método científico** como método general, debido a que llevó a cabo un conjunto de procedimientos metódicos y universales para llegar al conocimiento, estos procedimientos son la formulación del problema de investigación, el planteamiento de las hipótesis, para la contratación de las hipótesis y la generalización de los resultados.

Respecto al método científico Proenza y Leyva (2021) afirman que este se refiere al «ciclo de construcción de las abstracciones y explicaciones representativas del mundo de los hechos, a las que llamamos teorías, y a la puesta en contraste de estas con la realidad de los hechos» (p. 6). Desde cualquiera de las perspectivas se reconoce, que lo esencial del método científico es la doble referencia tanto a los hechos, como a los conceptos, a lo teórico, como a lo empírico. Esquemáticamente el método científico se representa de la siguiente manera:

Figura 11

##### *Etapas de método científico*



*Nota.* Recuperada de: De Hoyos (2020)

#### 4.5. Diseño de la Investigación

La presente investigación asumió un diseño **no experimental**.

Según Álvarez (2020), «no existe manipulación de las variables por parte del investigador. Existen dos tipos: transversal (mide una sola vez las variables y con esa información se realiza el análisis), longitudinal (mide en dos o más ocasiones la o las variables estudiadas)» (p. 4).

En ese sentido, la presente investigación se encuadró dentro del diseño **transversal**, porque se recolectaron los datos en un solo momento.

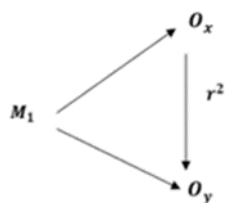
«El elemento clave que define a un estudio transversal es la evaluación de un momento específico y determinado de tiempo, en contraposición a los estudios longitudinales que involucran el seguimiento en el tiempo» (Vega et al., 2021, p. 180).

##### 4.5.1. En el Tipo Correlacional.

Hernández et al. (2014) explican que «estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento establecido. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales)» (p. 103). Ante ello, se presenta:

Figura 12

*Esquema de diseño de la investigación*



M: Empresas de publicidad del distrito de El Tambo  
 Ox: Principio de causalidad  
 Oy: Gastos de representación

*Nota.* Adaptada de: Dzúl (2022)

## **4.6. Población y Muestra**

### **4.6.1. Población.**

Carnacho (2008) aseveró que «la población corresponde a todos los sujetos u objetos que pueden intervenir en el experimento, es decir, todas las unidades (personas, animales, objetos, sucesos etc.) que forman parte de un grupo» (p. 121).

Por tanto, la investigación trabajó con una población de 139 empresas de publicidad del distrito de El Tambo. Información obtenida de la base de datos Sunat mediante solicitud ingresada pidiendo la lista de contribuyentes con CIUU 7310. Apéndice 7.

### **4.6.2. Muestra.**

#### **4.6.2.1. Unidad de Análisis.**

La unidad de análisis de la tesis estuvo conformada por sujetos **contadores** de quienes se recolectaron los datos. Toledo (2024) menciona que «la unidad de análisis es cada uno de los elementos que constituyen la población y por lo tanto la muestra» (p. 67). Por ello, la unidad de análisis estuvo compuesta por los contadores de las empresas que conforman la muestra.

#### **Criterios de inclusión**

- Se incluyeron las empresas que inician con RUC «20» según data de Sunat constituidas como personas jurídicas.

#### **Criterios de exclusión**

- Se excluyeron a las empresas que pertenecen al Régimen Especial de Renta, porque ellos no están obligados a la preparación de estados financieros; por ende, no cuentan con información adecuada respecto a la aplicación del principio de causalidad.

#### 4.6.2.2. *Tamaño de la Muestra.*

La muestra estuvo conformada por 92 empresas de publicidad del distrito de El Tambo.

##### *A. Selección de la Muestra.*

La muestra, se seleccionó bajo un **muestreo probabilístico**, donde Vásquez (2017) sostiene que «el muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en donde los individuos de la población son elegidos aleatoriamente y cada uno cuenta con la misma probabilidad positiva de ser elegidos y formar parte de la muestra» (p. 3). Por consiguiente, es un tipo de muestreo que es más recomendable para las investigaciones, debido a que es más eficiente, preciso y aseguran la representatividad de la muestra extraída, además el investigador debe garantizar que cada individuo de la población posea las mismas oportunidades.

Así mismo, el mismo autor enmarca dentro del muestreo probabilístico el **aleatorio simple**, donde configura que «en esta técnica de muestreo todos los elementos de la población que serán elegidos para la muestra se seleccionan de marea aleatoria de igual manera cada elemento tiene la misma probabilidad de ser seleccionados» (p. 4).

Se muestra la fórmula para el cálculo de la muestra para poblaciones finitas:

Figura 13

*Fórmula para el cálculo de una muestra de una población finita*

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

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

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

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

e = Margen de error permitido (determinado por el investigador, en un 5%). Calculando obtenemos lo siguiente:



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

Dónde:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

p/q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno

(50/50).

Z = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido;

siempre se opera con valor 1,96

e = Margen de error permitido (determinado por el investigador,

en un 5%). Calculando obtenemos lo siguiente:

*Nota.* Recuperada de: Inzunza (2020)

[https://www.youtube.com/watch?v=cya4JCVPc9w&ab\\_channel=GeorginaEInzunzaBustamante](https://www.youtube.com/watch?v=cya4JCVPc9w&ab_channel=GeorginaEInzunzaBustamante)

La muestra de estudio según el cálculo de la fórmula fue de 92 empresas de publicidad del distrito de El Tambo. Según se puede ver:

Figura 14

*Aplicación de la fórmula para la determinación de la muestra*

N	Poblacion	139	
Z	Nivel de confianza	90%	1.64
P	probabilidad de éxito		0.5
q	Probabilidad e fracaso		0.5
e	error de estimacion aceptado		0.05
<b>n</b>	=	$\frac{93.46}{1.0174}$	= <b>92</b>

*Nota.* Adaptada de fórmula para muestreo de poblaciones finitas

Tabla 3

*Muestra del estudio*

N.º	RUC	Apellidos y Nombres/Denominación o Razón Social
1	20568043074	PMT Publicidad Y Marketing Total S. R. L.
2	20568061307	Diario Electrónico 4P. Perú S. A.
3	20568088841	Índigos Producciones Sociedad Anónima Cerrada
4	20568216947	Vian Company S. A. C.
5	20568244649	J.A.M. Vision Publicitaria S. A. C.
6	20568250886	EFAC Inversiones S. A. C.
7	20568281765	Confecciones Famed E. I. R. L.
8	20568288697	3d Company Sociedad Anónima Cerrada
9	20568335521	Engineers Training Technical Mining E. I. R. L.
10	20568364547	Todo Comunik BTL S. A. C.
11	20568383762	Agencia Publicitaria Villegas E. I. R. L.
12	20568498829	Producciones Sanlop Sociedad Anónima Cerrada
13	20568504578	Imagen & Arte Publicistas S. A. C.
14	20568598530	De Cara con la Verdad E. I. R. L.
15	20568612389	Contratistas Generales Atb & Qusa S. A. C.
16	20568673841	Peru Buy & Share S. A. C.
17	20568677243	Grupo Centro, Servicios de Comunicación y Gestión S. R. L.
18	20568726121	Creativa Publicidad y Marketing S. A. C.
19	20568807554	Corporación Inversiones BS S. A. C.

20	20568832745	Movimento E. I. R. L.
21	20568874154	Origin All Perú Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada
22	20568954000	MSL Pencil E. I. R. L.
23	20569010358	Comunicación Impresa S. A. C.
24	20569037558	Alto Enfoque S. A. C.
25	20569038791	Lid. Ross Producciones S. A. C.
26	20569042390	Producciones Generales Esmadi y Maick S. A. C.
27	20573836074	Soluciones Orgánicas C & L E. I. R. L.
28	20573856776	Andes Factory Empresa Individual de Responsabilidad Limitada - Ad Factory E. I. R. L.
29	20573860536	Empresa JMC Producciones de Eventos S. A. C.
30	20573870841	Timeline E. I. R. L.
31	20573874677	Ando Buscando E. I. R. L.
32	20573890362	Visión de Halcón Entertainment S. A. C.
33	20600039955	Yance Producciones E. I. R. L.
34	20600058585	Dirección de Unidades Productivas Acción E. I. R. L.
35	20600084497	Corporación de Alimentos Y Servicios Danval Sociedad Anónima Cerrada
36	20600084861	Agencia De Publicidad Y Marketing Detalles S. A. C.
37	20600097912	Darley Group S. A. C.
38	20600242262	Agencia de Investigación Marketing Y Publicidad-Activa E. I. R. L.
39	20600307534	Ediciones Nacionales Unidas S. R. L.
40	20600370660	Ingenieros Contratistas 3L Sociedad Anónima Cerrada
41	20600433858	Industria Grafica Branding S. R. L.

42	20600537831	Novimark S. A. C.
43	20600653157	Inversiones Infinitum Corporación S. A. C.
44	20600676149	Kdna 15 Unete E. I. R. L.
45	20601023670	Eventos Especiales Villanueva E. I. R. L.
46	20601071437	Neuro Insight E. I. R. L.
47	20601145244	Constructora COG Grupo S. A.C
48	20601317916	Gmx Marketing y Sistemas E. I. R. L.
49	20601353874	Cimark Comunicación Corporativa S. A. C.
50	20601392519	Inversiones Poccori E. I. R. L.
51	20601409471	Manzana Podrida S. A. C.
52	20601433339	Sercons Generales Valsao S. A. C.
53	20601512468	Constructores & Servicios Múltiples Imperio Empresa Individual De Responsabilidad Limitada
54	20601647533	Grupo ALN Merchandising E. I. R. L.
55	20601786827	Empresa de Comunicaciones del Pueblo del Perú E. I. R. L.
56	20601907853	Agencia de Publicidad Mallma S. A. C.
57	20601937337	Creando Agencia de Marketing y Publicidad E. I. R. L.
58	20601960096	Agencia Villegas S. A. C.
59	20601987024	Asesoría Consultoría Servicios R & A Flores Sociedad Anónima Cerrada
60	20602054285	Buhoox E. I. R. L.
61	20602079989	Grupo Publicidad y Gestión S. A. C.
62	20602192041	Crayola Visual S. A. C.
63	20602263224	Primer Nivel Mercad2.0 S. A. C.

64	20602346600	Espacios Rentables E. I. R. L.
65	20602378366	Hook Estudio E. I. R. L.
66	20602383033	Pari's Graph E. I. R. L.
67	20602442307	RS Mercado Group S. A. C.
68	20602479847	M & B COUNSULTING GROUP S. R. L.
69	20602599109	Hispana Grafic S. A. C.
70	20602604064	Grupo De Inversiones Ñ Y V S. R. L.
71	20602658431	Printari Graph S. A. C.
72	20602699821	Realc Service S. A. C.
73	20603266464	Grupo VM S. A. C.
74	20603292848	Ecopubli Empresa Individual De Responsabilidad Limitada
75	20603469110	Grupo Ferran'd S. A. C.
76	20603753390	Corporación Publicitaria JO & LV S. A. C.
77	20604078530	La Merfi Publicidad Sociedad Anónima Cerrada
78	20604281408	Actimarkas BTL Eventos Y Mas Sociedad Anónima Cerrada
79	20604507341	Nation S. A. C.
80	20604528501	Kipu Visual Sociedad Anónima Cerrada
81	20604534641	Inti Cruw E. I. R. L.
82	20604596867	Dragonfly S. A. C.
83	20604664510	Industria Editora Premier Empresa Individual De Responsabilidad Limitada
84	20604742341	Espectracolor Company S. A. C.
85	20605065954	JJC Company S. A. C.

86	20605232354	Empresa Publicitaria Mundo de Avisos Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
87	20605515810	Active Skill Sociedad Anónima Cerrada
88	20605972552	Fbm Group S. A. C.
89	20606003014	Industria Grupo Alpa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
90	20606201061	Nodos Global Media Sociedad Anónima Cerrada
91	20607384933	Vozina LR Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
92	20608165216	VL Sergen Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

---

*Nota.* Adaptada de base de contribuyentes Sunat, apéndice 7

#### 4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La investigación utilizó la técnica de la **encuesta** que, según Casas et al. (2003), «la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz» (p. 527).

##### 4.7.1. Técnicas.

Las técnicas de recolección de datos de acuerdo con Hernández y Danae (2020) «Aluden a procedimientos de actuación concreta y particular de recogida de información relacionada con el método de investigación que se esté utilizando, el uso de unas técnicas u otras van a depender del marco de investigación a realizar» (p. 52).

Por lo tanto, la técnica que se empleó en la exploración fue la **encuesta** que permitió entrar en relación inmediata con las 92 empresas de publicidad del distrito de El Tambo.

##### 4.7.2. Instrumentos.

En la investigación se usó el **cuestionario estructurado en escala de Likert para ambas variables**. De acuerdo con García (2003), «esta consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas» (p. 2).

###### 4.7.2.1. Diseño.

Para medir la variable X: principio de causalidad, se utilizó un cuestionario siendo un instrumento importante para la obtención de la información, evaluar, analizar e interpretar respecto al tema de investigación. Donde el objetivo del cuestionario fue la recolección de la información sobre el principio de causalidad, con las siguientes dimensiones: criterio de

necesidad, criterio de razonabilidad, criterio de proporcionalidad, criterio de generalidad y el criterio de normalidad. El cuestionario en escala Likert de 20 ítems con cinco posibles respuestas: 1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre y (5) Siempre, donde el encuestado solo puede marcar una alternativa.

Para medir la variable Y: gastos de representación, se utilizó un cuestionario siendo un instrumento importante para la obtención de la información, evaluar, analizar e interpretar respecto al tema de investigación. Donde el objetivo del cuestionario fue la recolección de la información sobre los gastos de representación, con las siguientes dimensiones: implicancias en el IGV e implicancias en el Impuesto a la Renta. El cuestionario en escala Likert de 20 ítems con cinco posibles respuestas: 1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre y (5) Siempre, donde el encuestado solo puede marcar una alternativa

#### **4.7.2.2. Confiabilidad.**

De acuerdo con Quero (2010) la confiabilidad es «la ausencia relativa de errores de medición en un instrumento de medida. Expresado más explícitamente, un puntaje observado o medido es la suma de un puntaje real o verdadero más un puntaje de error o error de medición» (p. 248). Es decir, en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales.

Al corresponder al estudio variables de naturaleza numérica, no se realizó la prueba de confiabilidad, debido a que son datos confiables y coherentes tomados de los estados financieros de la empresa, así como, los reportes contables registrados por el contador.

Este análisis de la confiabilidad se determinó por el método de medida de consistencia interna con el estadístico de **alfa de Cronbach**.



Figura 15

*Estadígrafo de alfa de Cronbach*

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s^2}{S_T^2} \right]$$

Donde,

**k** = El número de ítems

$\sum s^2$  = Sumatoria de varianzas de los ítems.

$sT^2$  = Varianza de la suma de los ítems.

$\alpha$  = Coeficiente de alfa de Cronbach

*Nota.* Recuperada de Kerlinger y Lee (2002)

<https://revistas.utp.ac.pa/index.php/clabes/article/download/910/2548?inline=1>

Se tomó en cuenta los baremos establecidos:

Figura 16

*Baremos de medición de confiabilidad para la variable X*

<b>Rangos</b>	<b>Interpretación</b>
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

*Nota.* Recuperada de Kerlinger y Lee (2002)

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/avenferm/article/view/15659/18162>

#### *A. Cálculo de Confiabilidad de la Variable: Principio de Causalidad*

Tabla 4

*Estadísticas de fiabilidad variable 1: principio de causalidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,915	20

*Nota.* Extraída de SPSS

**Análisis:** El resultado de confiabilidad alfa de Cronbach para la variable 1 Principio de causalidad. En el baremo de interpretación el valor  $\alpha$  0,915 indica que el instrumento tiene excelente confiabilidad.

*B. Cálculo de confiabilidad de la variable: Gastos de representación*

Tabla 5

*Estadísticas de fiabilidad variable 2: gastos de representación*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,915	20

*Nota.* Extraída de SPSS

**Análisis:** El resultado de confiabilidad alfa de Cronbach para la variable 2 Gastos de representación. En el baremo de interpretación el valor  $\alpha$  0,915 indica que el instrumento tiene excelente confiabilidad.

**4.7.2.3. Validez.**

Según Hernández et al. (2014) la validez es «el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir además la validez del contenido es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide» (p. 201).

Para el tratamiento de la información de validez, debido al cuestionario que tienen varias alternativas de respuesta se utilizó la **planilla de juicio de 3 expertos**. Posteriormente, mediante el índice de las calificaciones realizadas por los expertos se calculó mediante el Coeficiente de Validez de Contenido planteado por Rafael Hernández Nieto, según detalle:

Figura 17

*Estadígrafo de validez de Hernández Nieto*

## CÁLCULO DEL CVC

### Coefficiente de Validez de Contenido Insegado (CVC<sub>i</sub>)

$$CVC_i = \frac{\text{Promedio de valoración de los expertos}}{\text{Valoración máxima posible de la escala}} = \frac{Mx}{Vmx}$$

### Coefficiente de Validez de Contenido Insegado Corregido (CVC<sub>ic</sub>)

$$CVC_{ic} = \frac{Mx}{Vmx} - Pe = \frac{Mx}{Vmx} - \left(\frac{1}{J}\right)^J$$

### Coefficiente de Validez de Contenido Total (CVC<sub>t</sub>)

$$CVC_t = \frac{\sum CVC_{ic}}{N^{\circ} \text{ de ítems}}$$

### Coefficiente de Validez de Contenido Total Corregido (CVC<sub>tc</sub>)

$$CVC_{tc} = CVC_t - Pe = CVC_t - \left(\frac{1}{J}\right)^J$$

*Nota.* Recuperada de Chipia (2016)

<https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/validez-y-confiabilidad>

Obteniendo el índice calculado de las calificaciones de los 3 expertos con grado de maestría, se tuvo que interpretar mediante el siguiente baremo:

Tabla 6

*Interpretación del cálculo del coeficiente de validez del contenido*

Valor del CVC	Interpretación de la validez y concordancia
De 0 a 0,60	Inaceptable
Mayor a 0,60 y menor o igual a 0,70	Deficiente
Mayor a 0,70 y menor o igual a 0,80	Aceptable
Mayor a 0,80 y menor o igual a 0,90	Buena
Mayor a 0,90	Excelente

*Nota.* Recuperada de Chipia (2016)

<https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/validez-y-confiabilidad>

Aplicación de fórmula para poner a prueba a 3 expertos sobre la construcción del instrumento de la investigación, sobre la validez de expertos.

Figura 18

*Determinación de la validez del instrumento por expertos*

$\sum CVC_{ic}$		<b>34.5852</b>
<b>n = 32</b>	$CVC_t = \frac{\sum CVC_{ic}}{n} =$	<b>1.0808</b>
$P_{ei} = \left(\frac{1}{j}\right)^j =$		<b>0.0370</b>
$CVC_{tc} = CVC_t - P_{ei} = CVC_t - \left(\frac{1}{j}\right)^j =$		<b>1.0438</b>

*Nota.* Adaptada de estadígrafo de validez de Hernández Nieto

El análisis de validez muestra que, el valor del factor de validez de contenido es 1.0438 y de acuerdo con el análisis dado por Hernández Nieto, se considera que el instrumento tiene una validez **excelente**.

#### 4.8. Técnicas Estadísticas de Análisis de Datos

Al respecto Ñaupas et al. (2018) mencionan que «una de las fases más importantes de la investigación cuantitativa, consiste en el procesamiento, análisis e interpretación de los datos recolectados mediante el instrumento respectivo, para lo cual se recurre a la ciencia estadística tanto descriptiva como inferencial» (p. 256).

El procedimiento de análisis de los datos fue bajo el siguiente detalle:

- Se realizó el análisis descriptivo en el sistema estadístico SPSS con tabulaciones y gráficas de barras.

- Para la prueba de hipótesis se siguió los siguientes pasos: planteamiento de hipótesis nula y alterna, establecer el nivel de significancia, elección de la prueba estadística según criterios del estudio, cálculo del valor  $p$  y tomar la decisión con base en el resultado obtenido.
- Según los criterios del estudio se eligió la prueba estadística correlación de Spearman, por ser variables de tipo categóricas, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal; siendo un estudio transversal y la muestra estuvo constituida por un solo grupo. Además, que con esta prueba estadística se planteó determinar la relación de las variables de estudio. Según se puede ver:

Figura 19

*Pruebas estadísticas por criterios del estudio*

Objetivos	VARIABLESCATEGÓRICAS	VARIABLESORDINALES	VARIABLESNUMÉRICAS
( ) Comparar grupos	Chi Cuadrado de Homogeneidad	U Mann -Whitney	t de Student para muestras independientes
( ) Comparar medidas	Chi Cuadrado de McNemar	Wilcoxon	t de Student para muestras relacionadas
( ) Asociar / Correlacionar	<b>Chi Cuadrado de Independencia</b>	<b>Correlación de Spearman</b>	<b>Correlación de Pearson</b>
( ) Medir la fuerza de asociación	Kappa de Cohen, OR, RR	Rho de Spearman	R de Pearson

*Nota.* Recuperada de: Supo (2020)

- Se realizó la prueba de hipótesis con el resultado obtenido con el SPSS. Según Supo (2020), este último paso en el ritual de la significancia estadística no fue planteado originalmente por Fisher, pero cobra vital importancia con la aparición de los *softwares* estadísticos que calculan directamente el valor  $p$ , el cual cuantifica el error tipo I y ayuda a tomar una decisión de rechazo a la hipótesis nula ( $H_0$ ) cuando es menor al nivel de significancia y de no rechazo cuando su valor es mayor al alfa planteado.

- El resultado de estas pruebas estadísticas se muestra mediante tabulaciones y gráficas de barras en el caso del análisis descriptivo. Y los resultados de la prueba de hipótesis se muestran en tablas para su análisis y discusión de resultados.

## **Capítulo V**

### **Resultados**

#### **5.1. Descripción del Trabajo**

La investigación se inició con el registro de las actividades de las empresas y la identificación de los problemas presentes, luego se desarrolló el instrumento para la dos variables con un cuestionario cerrado en escala de Likert, cuestionarios desarrollados en Google Forms, donde los datos fueron recolectados de manera automática, y a las encuestas antes mencionadas se realizaron determinadas acciones como la confiabilidad utilizando el análisis estadístico de alfa de Cronbach y el valor cualitativo con la evaluación de tres expertos con el estadístico propuesto por Hernández Nieto, para aplicar a las unidades de investigación.

Se ha solicitado la autorización a los gerentes de agencia de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, para solicitar la aplicación de la encuesta en una fecha determinada, se pregunta a los participantes de la muestra y se les explica cómo rellenarían la encuesta.

Las encuestas se aplicaron a una muestra no probabilística, porque el estudio debe trabajar con las personas directamente involucradas en el estudio; incluye 92 contadores de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo.

La información obtenida es registrada, codificada y procesada por Excel, y los datos son procesados en el sistema estadístico SPSS, para finalizar presentando los datos obtenidos mediante tablas, estadísticas y anotación de los resultados.

##### **5.1.1. Presentación de Resultados.**

Seguidamente, se comenzó presentando los resultados descriptivos del estudio consistente en tablas de frecuencia y gráficos de barras, que permitieron listar los resultados obtenidos de las encuestas, para cada variable y dimensión del estudio.

**5.1.1.1. Análisis Descriptivo de la Variable Principio de Causalidad y sus Dimensiones.**

Para la medición final de estas variables y sus dimensiones se creó una escala utilizando los percentiles 30 y 70, según se detalla.

**Baremación**

Según investigaciones de Vallejos et al. (2012), las escalas se establecieron en los percentiles 30 y 70, estableciendo las medidas finales para las variables de búsqueda, así como, para cada dimensión de la variable 1.

Con respecto a la valoración total del principio de causalidad (mínimo: 20 y máximo: 100), se ha observado que los trabajadores que enmarcan sus respuestas con una puntuación de 20 a 44 indican que las empresas presenta «deficiente» aplicación del principio de causalidad, por el contrario, los trabajadores que enmarcan sus respuestas en los rangos de 45 a 64 indican que las empresas presenta «regular» aplicación del principio de causalidad; asimismo con «óptima» se encuentran los puntajes de 65 a 100. Como se muestra en el apéndice 9.

**A. Resultados Obtenidos de la Variable Asociativa Principio de Causalidad.**

Tabla 7

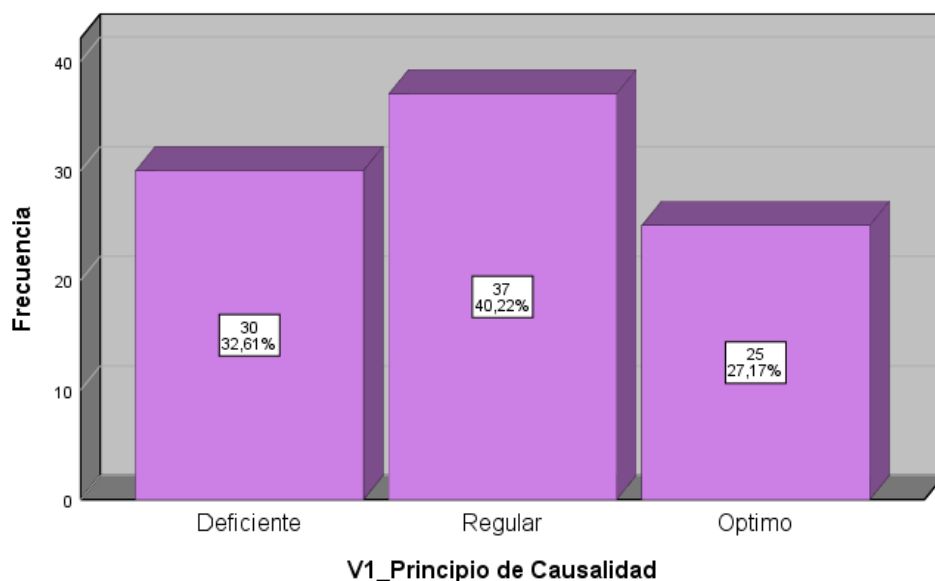
**Recuento y porcentajes de la variable Principio de causalidad**

V1_Principio de causalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	37	40,2	40,2	72,8
	Óptimo	25	27,2	27,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes del principio de causalidad



Figura 20

*Principio de causalidad*

Nota. Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 7 y figura 20 muestran las frecuencias y porcentajes de la variable X: principio de causalidad, donde se observa que un 40.22 % (37 contadores) establecen mediante sus respuestas que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo presentan una aplicación «regular» del principio de causalidad en las operaciones contables. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del principio de causalidad en las operaciones contables. Asimismo, el 27.17 % (25 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del principio de causalidad en las operaciones contables.

*B. Resultados Obtenidos de la Dimensión 1 Criterio de Necesidad.*

Tabla 8

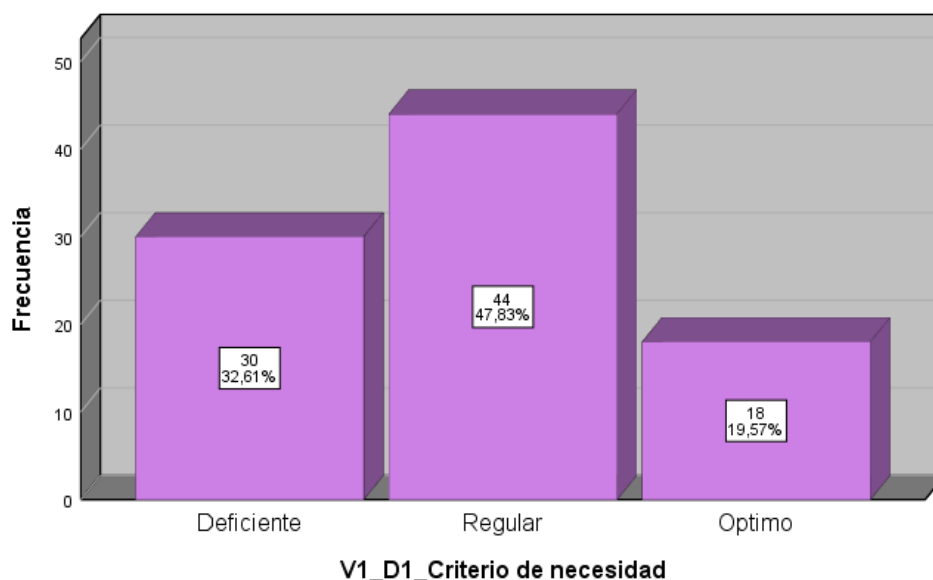
*Recuento y porcentajes de la dimensión 1: criterio de necesidad*

		V1_D1_Criterio de necesidad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	44	47,8	47,8	80,4
	Óptimo	18	19,6	19,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión criterio de necesidad.

Figura 21

*Criterio de necesidad*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 8 y figura 21 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 1: criterio de necesidad, donde se observa que un 47.83 % (44 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» del criterio de necesidad. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante

su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del criterio de necesidad. Asimismo, solo el 19.57 % (18 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del criterio de necesidad.

*C. Resultados Obtenidos de la Dimensión 2 Criterio de Razonabilidad.*

Tabla 9

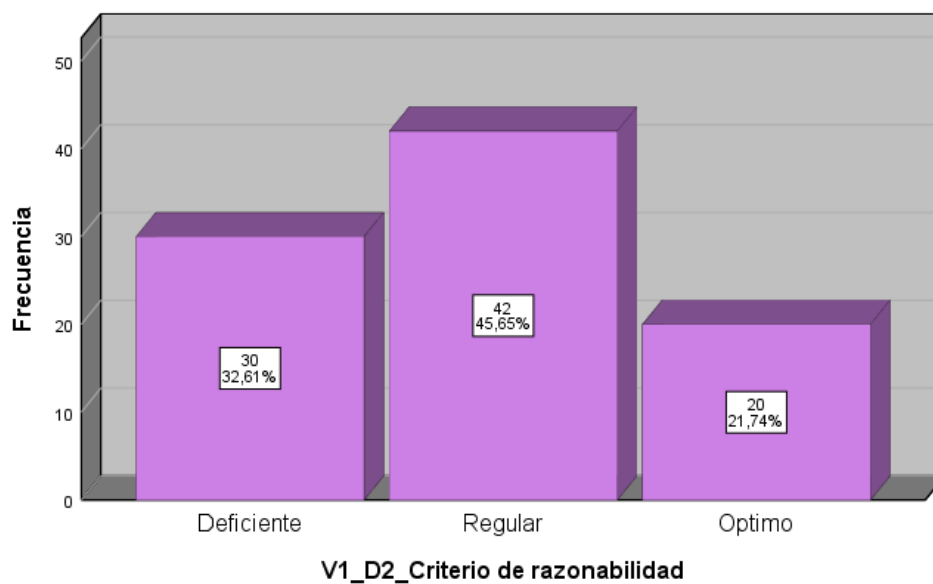
*Recuento y porcentajes de la dimensión 2: criterio de razonabilidad*

V1_D2_Criterio de razonabilidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	42	45,7	45,7	78,3
	Óptimo	20	21,7	21,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión criterio de razonabilidad.

Figura 22

*Criterio de razonabilidad*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 9 y figura 22 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 2: criterio de razonabilidad, donde se observa que un 45.65 % (42 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» del criterio de razonabilidad. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del criterio de razonabilidad. Asimismo, solo el 21.74 % (20 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del criterio de razonabilidad.

*D. Resultados Obtenidos de la Dimensión 3 Criterio de Proporcionalidad.*

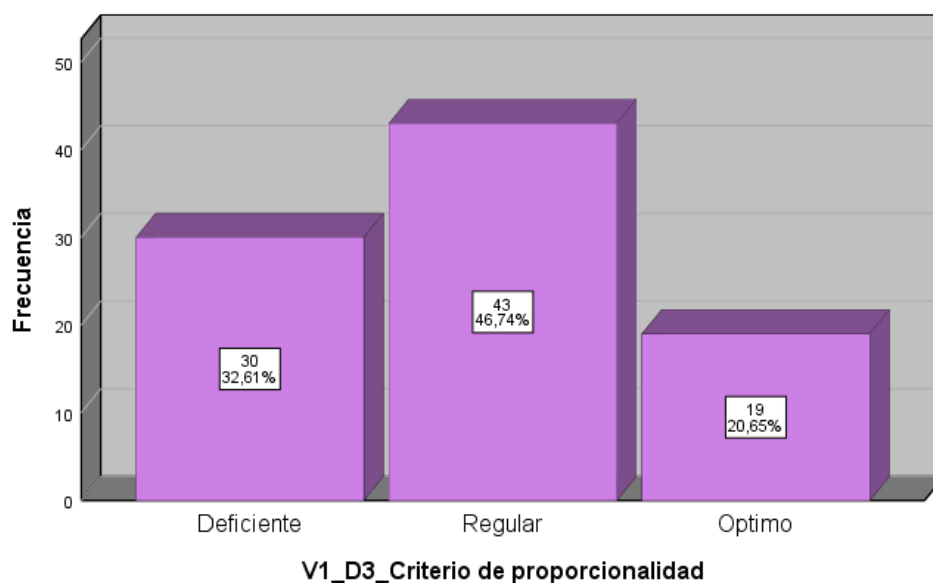
Tabla 10

*Recuento y porcentajes de la dimensión 3: Criterio de proporcionalidad*

V1_D3_Criterio de proporcionalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	43	46,7	46,7	79,3
	Óptimo	19	20,7	20,7	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión criterio de proporcionalidad

Figura 23

*Criterio de proporcionalidad*

*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 10 y figura 23 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 3: criterio de proporcionalidad, donde se observa que un 46.74 % (43 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» del criterio de proporcionalidad. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del criterio de proporcionalidad. Asimismo, solo el 20.65 % (19 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del criterio de proporcionalidad.

*E. Resultados Obtenidos de la Dimensión 4 Criterio de Generalidad.*

Tabla 11

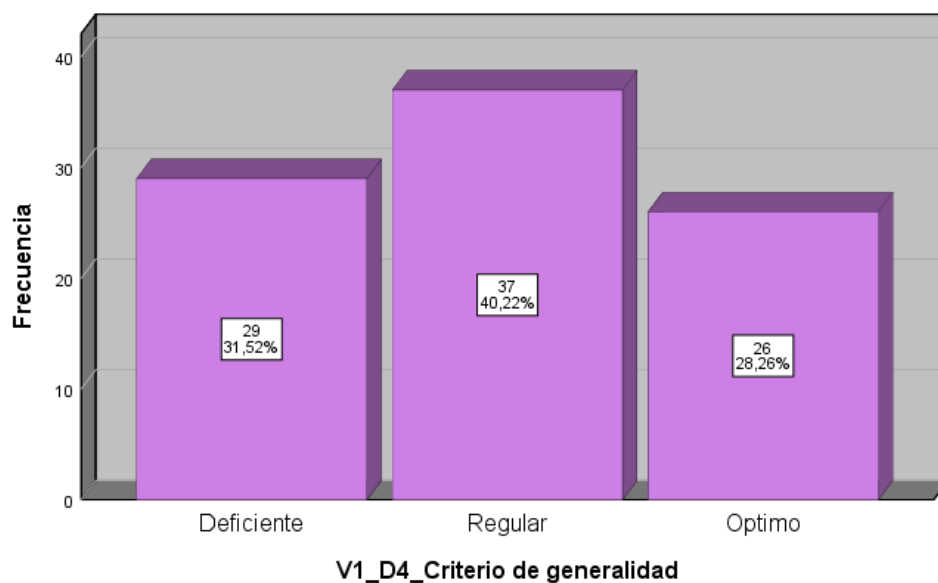
*Recuento y porcentajes de la dimensión 4: criterio de generalidad*

V1_D4_Criterio de generalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	29	31,5	31,5	31,5
	Regular	37	40,2	40,2	71,7
	Óptimo	26	28,3	28,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión criterio de generalidad

Figura 24

*Criterio de generalidad*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 11 y figura 24 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 4: criterio de generalidad, donde se observa que un 40.22 % (37 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» del criterio de generalidad. Mientras el 31.52 % (29 contadores)

establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del criterio de generalidad. Asimismo, solo el 28.26 % (26 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del criterio de generalidad.

*F. Resultados Obtenidos de la Dimensión 5 Criterio de Normalidad.*

Tabla 12

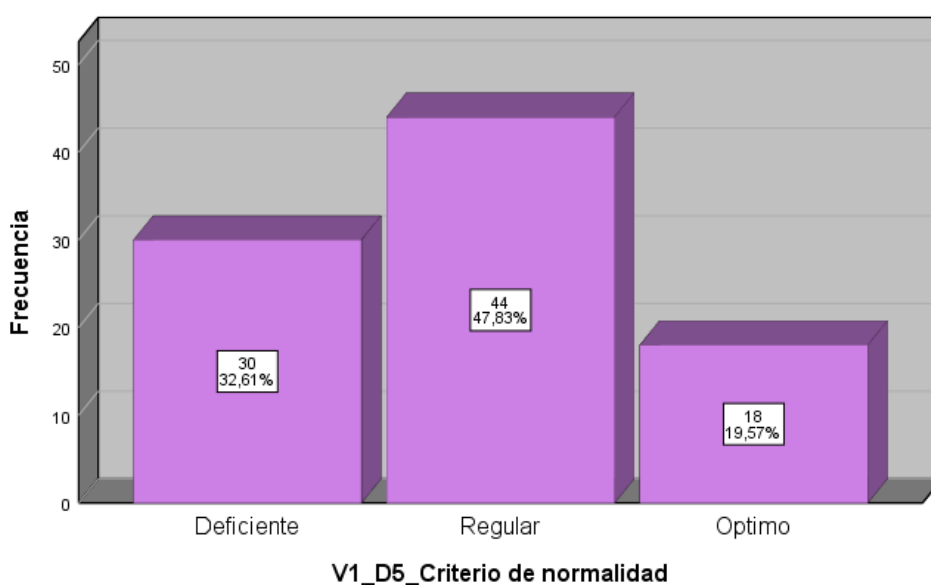
*Recuento y porcentajes de la dimensión 5: criterio de normalidad*

V1_D5_Criterio de normalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	44	47,8	47,8	80,4
	Óptimo	18	19,6	19,6	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión criterio de normalidad.

Figura 25

*Criterio de normalidad*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 12 y figura 25 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 5: criterio de normalidad, donde se observa que un 47.83 % (44 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» del criterio de normalidad. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del criterio de normalidad. Asimismo, solo el 19.57 % (18 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del criterio de normalidad.

#### *5.1.1.2. Análisis Descriptivo de la Variable Gastos de Representación.*

Luego se muestra la descripción resultante de la variable y sus dimensiones correspondientes. La encuesta de campo se realizó aplicando un cuestionario de encuesta a 92 contadores de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo.

#### *A. Resultados Obtenidos de la Variable de Supervisión Gastos de Representación*

Tabla 13

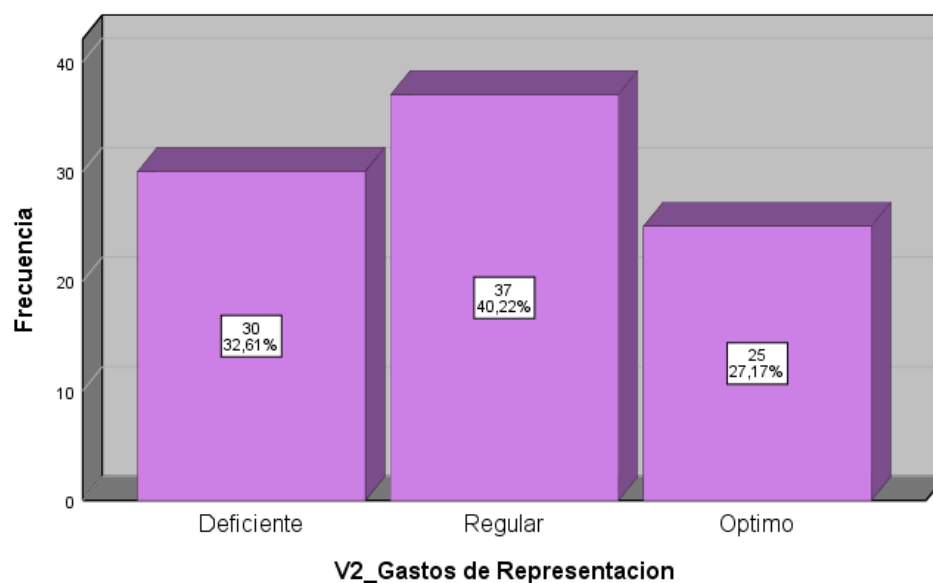
*Recuento y porcentajes de la variable gastos de representación*

		V2_Gastos de Representación			Porcentaje
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	acumulado
Válido	Deficiente	30	32,6	32,6	32,6
	Regular	37	40,2	40,2	72,8
	Óptimo	25	27,2	27,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de gastos de representación



Figura 26

*Gastos de representación*

*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS.

**Análisis.** La tabla 13 y figura 26 muestran las frecuencias y porcentajes de la variable Y: gastos de representación, donde se observa que un 40.22 % (37 contadores) establecen mediante sus respuestas que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo presentan una aplicación «regular» de los gastos de representación en las operaciones contables. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» de los gastos de representación en las operaciones contables. Asimismo, el 27.17 % (25 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» de los gastos de representación en las operaciones contables.

*B. Resultados Obtenidos de la Dimensión 1 Implicancias en el IGV.*

Tabla 14

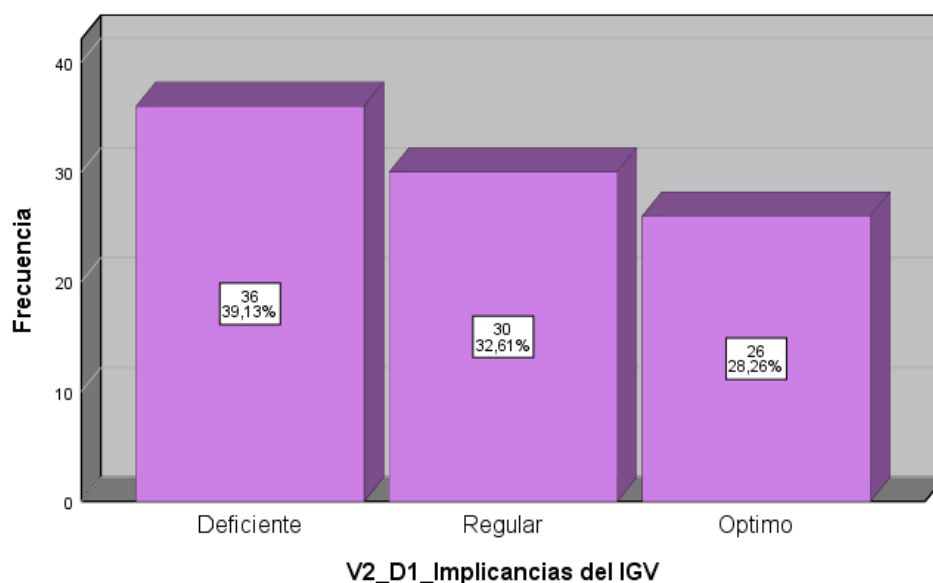
*Recuento y porcentajes de la dimensión 1: implicancias en el IGV*

		V2_D1_Implicancias en el IGV			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Deficiente	36	39,1	39,1	39,1
	Regular	30	32,6	32,6	71,7
	Óptimo	26	28,3	28,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión implicancias en el IGV

Figura 27

*Implicancias en el IGV*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 14 y figura 27 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 1: implicancias en el IGV, donde se observa que un 39.13 % (36 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «deficiente» en las implicancias en el IGV. Mientras el 32.61 % (30 contadores)

establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «regular» en las implicancias en el IGV. Asimismo, solo el 28.26 % (26 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» de las implicancias en el IGV.

*C. Resultados Obtenidos de la Dimensión 2 Implicancias en el Impuesto a la Renta.*

Tabla 15

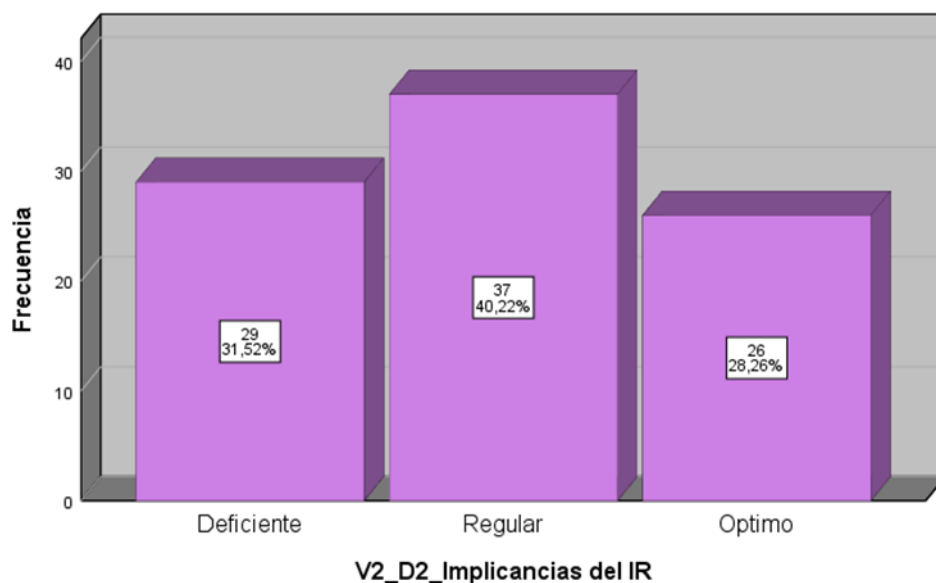
*Recuento y porcentajes de la dimensión 2: implicancias en el Impuesto a la Renta*

V2_D2_Implicancias en el Impuesto a la Renta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	29	31,5	31,5	31,5
	Regular	37	40,2	40,2	71,7
	Óptimo	26	28,3	28,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

*Nota.* Los valores representan frecuencias y porcentajes de la dimensión implicancias en el Impuesto a la Renta

Figura 28

*Implicancias en el Impuesto a la Renta*



*Nota.* Adaptada de base de datos SPSS

**Análisis.** La tabla 15 y figura 28 muestran las frecuencias y porcentajes de la dimensión 2: implicancias en el Impuesto a la Renta, donde se observa que un 49.22 % (37 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» en las implicancias en el Impuesto a la Renta. Mientras el 31.52 % (29 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» en las implicancias en el Impuesto a la Renta. Asimismo, solo el 28.26 % (26 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» en las implicancias en el Impuesto a la Renta.

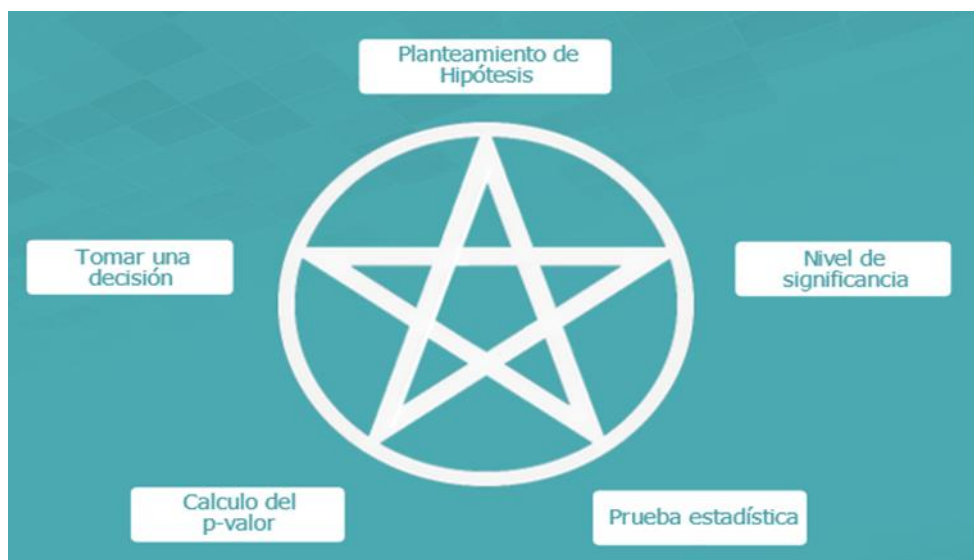
## 5.2. Contrastación de Resultados

Para la prueba de hipótesis se siguió los siguientes pasos: planteamiento de hipótesis nula y alterna, establecer el nivel de significancia, elección de la prueba estadística según criterios del estudio, cálculo del valor  $p$  y tomar la decisión con base en el resultado obtenido.

Según se muestra:

Figura 29

*Ritual de la significancia estadística*



*Nota.* Recuperada de Supo (2020).

## ***A. Contratación de la Hipótesis General***

### **a. Planteamiento de hipótesis.**

#### ***Hipótesis nula (H<sub>0</sub>).***

No existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

#### ***Hipótesis alterna (H<sub>a</sub>).***

Existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

### **b. Establecer la significancia estadística.**

Se consideró un nivel de significancia de  $\alpha = 0.05 = 5 \%$ , con un nivel de confianza del 95 %.

### **c. Elección de la prueba estadística.**

Se utilizó la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, por ser variables de tipo categóricas, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal.

Figura 30

*Fórmula de la prueba no paramétrica de correlación de Spearman*

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

$r_s$  = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d = Diferencia entre los rangos (X menos Y)

n = Número de datos

*Nota.* Recuperada de: Suárez (2022).

### **d. Cálculo del valor p.**

Para obtener la correlación de Spearman calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 20 y del 21 al 40, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 16

*Principio de causalidad y gastos de representación*

V1_Principio de Causalidad*V2_Gastos de Representación					
Recuento					
		V2_Gastos de Representación			Total
		Deficiente	Regular	Óptimo	
V1_Principio de Causalidad	Deficiente	30	0	0	30
	Regular	0	37	0	37
	Óptimo	0	0	25	25
Total		30	37	25	92

*Nota.* Elaborada de la base de datos SPSS

Tabla 17

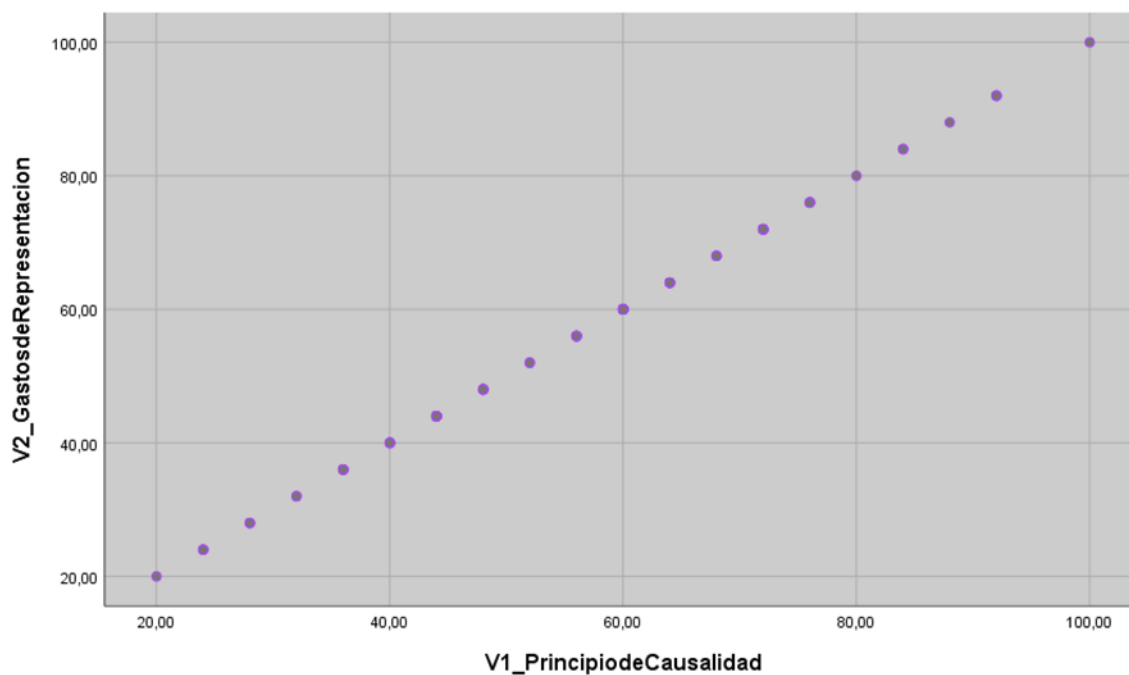
*Correlación de Spearman: principio de causalidad y los gastos de representación*

Correlaciones				
			V1_Principio de Causalidad	V2_Gastos de Representación
Rho de Spearman	V1_Principio de Causalidad	Coefficiente de correlación	1,000	1,000**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	V2_Gastos de Representación	Coefficiente de correlación	1,000**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	92	92

*Nota.* Se observa que el valor de Correlación de Spearman es igual 1.000, y la significancia bilateral (valor  $p = 0.000$ )

Figura 31

*Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis general*



*Nota.* Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis general.

### e. Conclusión estadística

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor  $p = .000$  y se acepta la hipótesis alterna, en el sentido que, existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con el resultado ( $p = 0.000 < 0.05$ ) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. En el sentido que, cuando se aplica correctamente el principio de causalidad, se utilizan adecuadamente los gastos de representación.

### B. Contrastación de la Hipótesis Específica 1

#### a. Planteamiento de hipótesis.

*Hipótesis nula (H<sub>0</sub>).*

**No** existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

***Hipótesis alterna (Ha).***

Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

**b. Establecer la significancia estadística.**

Se consideró un nivel de significancia de  $\alpha = 0.05 = 5 \%$ , con un nivel de confianza del 95 %.

**c. Elección de la prueba estadística.**

Se utilizó la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, por ser variables de tipo categóricas, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal.

Figura 32

*Fórmula de la prueba no paramétrica Correlación de Spearman*

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

$r_s$  = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d = Diferencia entre los rangos ( X menos Y)

n = Número de datos

*Nota.* Recuperada de: Suárez (2022)

**d. Cálculo del valor p.**

Para obtener la correlación de Spearman calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 20 y del 21 al 28, y se estimó la prueba estadística correspondiente.



Tabla 18

*Principio de causalidad e implicancias en el IGV*

V1_Principio de Causalidad*V2_D1_Implicancias en el IGV					
		Recuento			Total
		V2_D1_Implicancias en el IGV			
		Deficiente	Regular	Óptimo	
V1_Principio de Causalidad	Deficiente	30	0	0	30
	Regular	6	30	1	37
	Óptimo	0	0	25	25
Total		36	30	26	92

*Nota.* Elaborado de la base de Datos SPSS.

Tabla 19

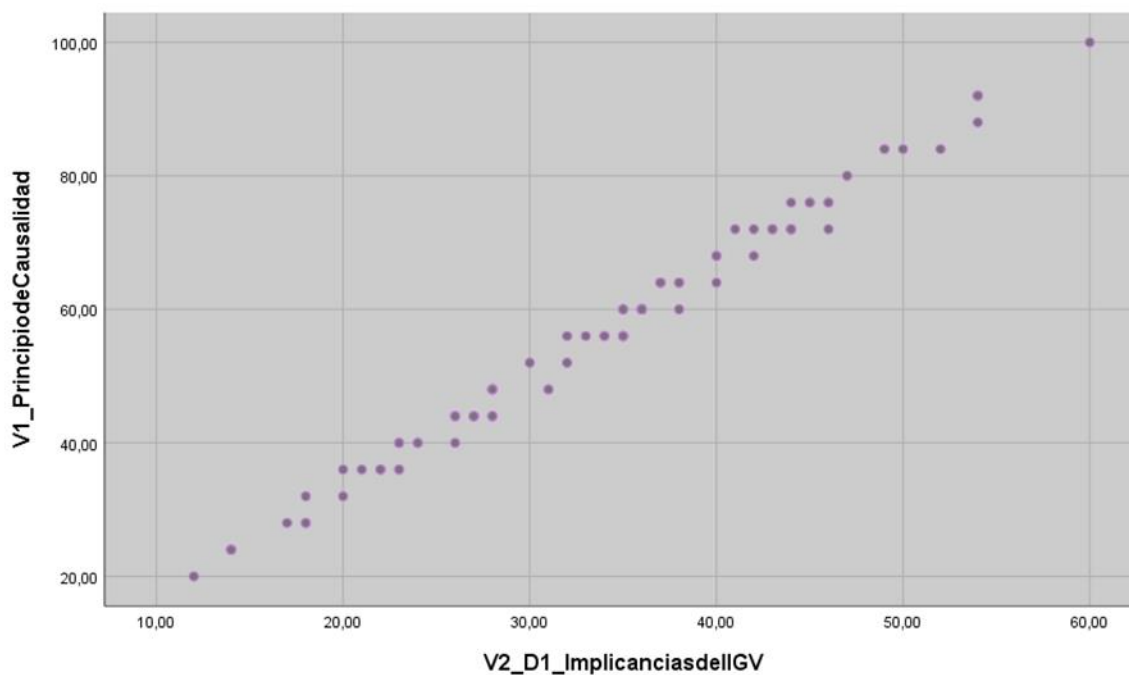
*Correlación de Spearman: principio de causalidad e implicancias en el IGV*

Correlaciones				
			V1_Principio de Causalidad	V2_D1_Implicancias en el IGV
Rho de Spearman	V1_Principio de Causalidad	Coefficiente de correlación	1,000	,939**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	V2_D1_Implicancias en el IGV	Coefficiente de correlación	,939**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

*Nota.* Se observa que el valor de Correlación de Spearman es igual 1.000, y la significancia bilateral (valor  $p = 0.000$ )

Figura 33

*Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis específica 1*



*Nota.* Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 1

#### **e. Tomar una decisión – conclusión estadística**

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor  $p = 0.000$  y se acepta la hipótesis alterna, en el sentido que, existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con el resultado ( $p = 0.000 < 0.05$ ) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el IGV.

### **C. Contrastación de la Hipótesis Específica 2**

#### **a. Planteamiento de hipótesis.**

*Hipótesis nula (H<sub>0</sub>).*

**No** existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

***Hipótesis alterna (Ha).***

Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.

**b. Establecer la significancia estadística.**

Se consideró un nivel de significancia de  $\alpha = 0.05 = 5 \%$ , con un nivel de confianza del 95 %.

**c. Elección de la prueba estadística.**

Se utilizó la prueba no paramétrica de correlación de Spearman, por ser variables de tipo categóricas, de naturaleza cualitativas y de escala ordinal.

Figura 34

*Fórmula de la prueba no paramétrica Correlación de Spearman*

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

$r_s$  = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d = Diferencia entre los rangos ( X menos Y)

n = Número de datos

*Nota.* Recuperada de Suárez, 2022

**d. Cálculo del valor p.**

Para obtener la correlación de Spearman calculado, en el SPSS se realizó una tabla cruzada con las preguntas del 1 al 20 y del 29 al 40, y se estimó la prueba estadística correspondiente.

Tabla 20

*Principio de causalidad e implicancias en el Impuesto a la Renta*

V1_Principio de Causalidad*V2_D2_Implicancias del IR					
Recuento					
		V2_D2_Implicancias del IR			Total
		Deficiente	Regular	Óptimo	
V1_Principio de Causalidad	Deficiente	27	3	0	30
	Regular	2	32	3	37
	Óptimo	0	2	23	25
Total		29	37	26	92

*Nota.* Elaborada de la base de Datos SPSS

Tabla 21

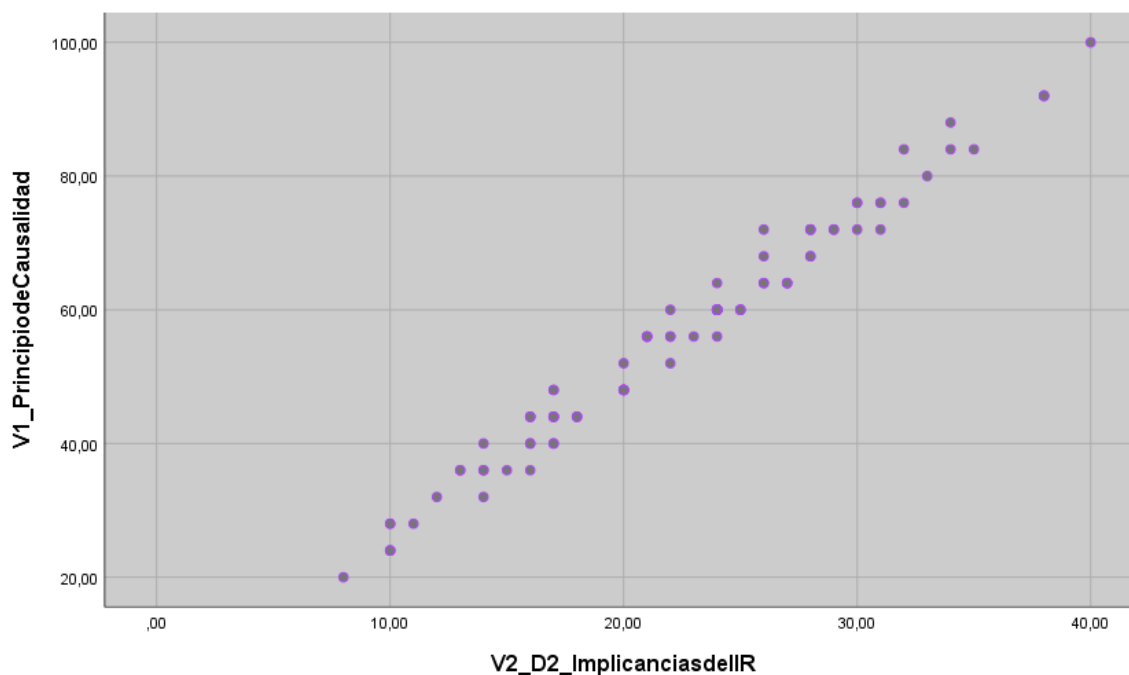
*Correlación de Spearman: principio de causalidad e implicancias en el Impuesto a la Renta*

Correlaciones				
			V1_Principio de Causalidad	V2_D2_Implicancias del IR
Rho de Spearman	V1_Principio de Causalidad	Coefficiente de correlación	1,000	,909**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	V2_D2_Implicancias del IR	Coefficiente de correlación	,909**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

*Nota.* Se observa que el valor de Correlación de Spearman es igual 1.000, y la significancia bilateral (valor  $p = .000$ )

Figura 35

*Gráfico de dispersión de puntos de la hipótesis específica 2*



*Nota.* Se observa la asociación de las variables que corresponden a la hipótesis específica 2.

### **e. Tomar una decisión – conclusión estadística**

Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula con un valor  $p = 0.000$  y se acepta la hipótesis alterna, en el sentido que, existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con el resultado ( $p = 0.000 < 0.05$ ) con una probabilidad de error del 5 % y nivel de confianza del 95 %. En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el Impuesto a la Renta.

### **5.3. Discusión de Resultados**

Con respecto al objetivo general, determinar la relación del principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se puede mencionar que, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula en razón de que,

existe relación directa entre el principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de las variables; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se aplica correctamente el principio de causalidad, se utilizan adecuadamente los gastos de representación. El instrumento de investigación refleja una presencia seria de deficiencias en la determinación de los gastos de representación que son deducibles, vinculados directamente con las actividades primordiales del existir de la empresa; que viene afectando en la aplicación del principio de causalidad, esto manifestado en una inadecuada aplicación del criterio de necesidad, criterio de razonabilidad, criterio de proporcionalidad, criterio de generalidad y el criterio de normalidad. La información presentada en la pesquisa, concuerda con Reyes (2023) quien concluye que el principio de causalidad es fundamental para los gastos de representación, ya que afecta directamente la determinación de la renta imponible. Los gastos serán deducibles si son necesarios, no están prohibidos por ley y califican para mantener la fuente productora, según el Artículo 37.º del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (LIR). Así mismo, concuerda con Villanueva (2023) quien concluyó que, la causalidad, regulada como condición la deducción de gastos, recoge dos teorías de la causalidad estudiadas en Alemania: la causalidad objetiva y la causalidad subjetiva. En virtud de la primera, son deducibles los gastos que guarden relación objetiva con la actividad empresarial. En el lenguaje de la Ley, son los gastos necesarios para mantener la fuente que se complementa con el criterio de normalidad. Empero, en virtud de la segunda, son deducibles los gastos que se incurran con la finalidad o con el propósito de generar rentas gravadas, que se complementa con el criterio de la razonabilidad o proporcionalidad entre la cuantía del gasto y los ingresos generados.

1. En razón al objetivo específico 1, determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se puede

mencionar que, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula en razón de que existe una relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de las variables; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el IGV. El instrumento de investigación refleja una presencia seria de deficiencias en la aplicación de las implicancias en el IGV, vinculados directamente con las actividades primordiales del existir de la empresa; que viene afectando en la aplicación del principio de causalidad, esto manifestado en un inadecuado cumplimiento de los requisitos formales y requisitos sustanciales. La información presentada concuerda con Vega (2019) quien concluyó que si la empresa aplicara el principio de causalidad le saldría impuesto de S/ 63 972.00, y una multa de S/ 1593.00 soles, sin la aplicación del principio de causalidad generó una utilidad de S/ 54 051.00 y por ello pagó un impuesto de S/ 6006.00, queda claro que esto afecta a la empresa porque la renta a pagar es más alta que la utilidad declarada en la declaración correspondiente sin hacer uso del principio, pero sabiendo aplicar bien el principio de causalidad se evitará tener futuros inconvenientes tributarios en las fiscalizaciones por omitir pagar más renta a el ente recaudador Sunat. Así mismo, concuerda con Morales (2020) quien determinó que la correlación entre las variables analizadas es positiva moderada debido a que se mantiene en un margen de 0,20 a 0,60 situación que permitirá a empresas del sector de la construcción establecer la carga impositiva que deben determinar en cada ejercicio fiscal. Otro aspecto importante que resume esta tesis es la presentación de una guía para la correcta aplicación de la conciliación tributaria con la finalidad de que este tipo de empresas deduzcan del Impuesto a la Renta de forma correcta los gastos y minimicen el riesgo tributario.

2. En razón al objetivo específico 2, determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se puede mencionar que, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula en razón de que existe una relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de las variables; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el Impuesto a la Renta. El instrumento de investigación refleja una presencia seria de deficiencias en la aplicación de las implicancias en el Impuesto a la Renta, vinculados directamente con las actividades primordiales del existir de la empresa; que viene afectando en la aplicación del principio de causalidad, esto manifestado en el pago de reparos tributarios, incurrir en adiciones tributarias y mala utilización de las deducciones tributarias que permite la normativa. La información presentada concuerda con la investigación de Apaza (2018) quien concluyó que, el poco cumplimiento del principio de causalidad reduce significativamente los gastos deducibles para la determinación de la renta neta de las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna, en el 2016, ya que se evidenció en los resultados, que todavía existe la poca razonabilidad y proporcionalidad de las operaciones para que los gastos sean deducibles y estén vinculadas a la actividad de la empresa, lo que conlleva a efectuar deducciones de gastos de manera incorrecta, ya sea porque no se cumplió con la formalidad exigida en las operaciones, desconocimiento de las normas o porque se cuestiona la veracidad en las mismas. Así mismo, concuerda con la investigación de López (2019), quien concluyó, que basado en la problemática de que los gastos al no ser respaldados influyen sobre la determinación del Impuesto a la renta, se pudo identificar la necesidad de la empresa de una herramienta que ayude a controlar los gastos,



analizando cada uno para que cumpla con el principio de causalidad y deje saber si el gasto debe registrarse como deducible o no.

## Conclusiones

1. Se ha evidenciado que existe relación directa entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de la variable principio de causalidad y la variable gastos de representación; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se aplica correctamente el principio de causalidad, se utilizan adecuadamente los gastos de representación. Los resultados descriptivos muestran que un 40.22 % (37 contadores) establecen mediante sus respuestas que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo presentan una aplicación «regular» del principio de causalidad en las operaciones contables. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» del principio de causalidad en las operaciones contables. Asimismo, el 27.17 % (25 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» del principio de causalidad en las operaciones contables.
2. Se ha evidenciado que existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de la variable principio de causalidad y la dimensión implicancias en el IGV; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el IGV. Los resultados descriptivos muestran que un 39.13 % (36 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de

publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «deficiente» en las implicancias en el IGV. Mientras el 32.61 % (30 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «regular» en las implicancias en el IGV. Asimismo, solo el 28.26 % (26 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» de las implicancias en el IGV.

3. Se ha evidenciado que, existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023, se acepta la hipótesis alterna y se deniega la hipótesis nula; comprobado con un valor  $p$  de 0,000 para la relación de la variable principio de causalidad y la dimensión implicancias en el Impuesto a la Renta; cotejado con una probabilidad del 5 % y nivel de confianza del 95 %; siendo (valor  $p < 0.05$ ). En el sentido que, cuando se utiliza correctamente el principio de causalidad, se aplican adecuadamente las implicancias en el Impuesto a la Renta. Los resultados descriptivos muestran que un 49.22 % (37 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presentan una aplicación «regular» en las implicancias en el Impuesto a la Renta. Mientras el 31.52 % (29 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «deficiente» en las implicancias en el Impuesto a la Renta. Asimismo, solo el 28.26 % (26 contadores) establecen mediante su respuesta que las empresas de publicidad del distrito de El Tambo, presenta una aplicación «óptima» en las implicancias en el Impuesto a la Renta.

## Recomendaciones

1. Con base en el resultado sobre la existencia de una relación directa entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; reflejado en los inconvenientes presentados en la contabilidad de la organización porque no se refleja la información considerando criterio de necesidad, criterio de razonabilidad, criterio de proporcionalidad, criterio de generalidad y criterio de normalidad a los gastos de representación en los que incurre por su giro de negocio. Se recomienda a la organización que, en conjunto con la asesoría de su contador, debe establecer políticas sobre los gastos destinados a generar su renta y los gastos que ayudan a mantener su fuente, los cuales son los criterios establecidos en la Ley del Impuesto a la Renta sobre que es el gasto. Así mismo, el adiestramiento de los usuarios para evitar gastos que no están sustentados adecuadamente, será de gran relevancia en la rentabilidad para la empresa y esta se pueda proyectar a presentar información financiera razonable, para la mejor toma de decisiones.
2. Con base en el resultado sobre la existencia de una relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023. El cual muestra claramente las dificultades respecto al cumplimiento de los requisitos formales y sustanciales de los gastos de representación, respecto a los desembolsos en alimentación, movilidad, entre otros. Se recomienda implementar una auditoría tributaria preventiva con periodicidad anual, para que se puedan prever contingencias tributarias por la consideración de gastos que no son deducibles para la empresa y determinar las adiciones en las que se pudo haber incurrido, por lo que puede obtener reparos tributarios acompañados de multas e intereses. Así mismo tener un mayor control en la revisión de los requisitos formales para deducir un comprobante de pago, tales como la disgregación del

IGV, la consigna de nombre y número de RUC, la bancarización, y demás establecidos por la normativa tributaria. Así mismo, capacitar al personal que recibe el documento y el responsable de registrar y clasificar los gastos de la empresa. Esto reducirá errores y aumentará la precisión en la determinación de los gastos deducibles.

3. Con base en el resultado sobre la existencia de una relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023; con base en las dificultades presentadas en la organización respecto a inclusión de gastos personales, y gastos que no son necesarios para que la empresa funcione o para la generación de renta. Se recomienda dar a conocer a los gerentes sobre la importancia de separar los gastos personales de los empresariales y los beneficios de utilizar los recursos de manera adecuada. Sensibilizarlos sobre las implicaciones fiscales y financieras de no seguir estas prácticas, ya que como se evidencio estas empresas son vulnerables de incurrir en el cumplimiento de reparos tributarios. Así también, es importante mejorar los métodos de investigación sobre la línea de este resultado, en una investigación de enfoque cualitativo, la cual se enfocaría en insertar a los investigadores al conocimiento científico aún más amplio y de esta manera se pueda obtener como resultado mayor teorización de las variables y dimensiones del estudio.

## Referencias

- Agencia Estatal de Administración Tributaria. (15 de abril de 2023). *Agenda Tributaria*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/ayuda/manuales-videos-folletos/manuales-practicos/manual-gran-empresa/que-volumen-operaciones.html>
- Alan Neill, D., y Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Alva Matteucci, M. (2009). El principio de causalidad y su implicancia en el sustento de los gastos en el Impuesto a la Renta. *Informes tributarios*, 1-3. Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/read/48569359/i-el-principio-de-causalidad-y-su-implicancia-en-el-sustento-de-los->
- Alva, M. (2012). *Aplicación práctica del Impuesto a la Renta ejercicio 2012*. Pacífico Editores.
- Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima.
- Apaza Pari, M. P. (15 de abril de 2018). El principio de causalidad y su influencia en los gastos deducibles para la determinación de la renta neta de las empresas del rubro automotriz de la ciudad de Tacna, en el 2016. Universidad Privada de Tacna.
- Arroyo Torres, E. J., y Surichaqui Huaman, M. E. (16 de marzo de 2020). El devengo y su efecto en la determinación del impuesto a la renta de la empresa Lucarbal Rent a Car E. I. R. L., año 2018. Universidad Continental.
- Avolio Alecchi, B., y Zambrano Aranda, G. (01 de abril de 2024). *vcentrum.pucp.edu.pe*. Obtenido de [https://vcentrum.pucp.edu.pe/promomails/Costo\\_Gasto/index.html](https://vcentrum.pucp.edu.pe/promomails/Costo_Gasto/index.html)

- Baptiste González, M. P. (2020). Los requisitos generales para la deducibilidad de gastos en el impuesto sobre la renta: causalidad, necesidad y proporcionalidad. *Derecho Fiscal N.º 16*, 75-87.
- BBVA. (26 de abril de 2023). *BBVA.pe*. Obtenido de <https://www.bbva.pe/blog/mi-guia-digital/que-es-la-sunat.html>
- Beatriz Rovelli, P., y Alba Sanz, N. (15 de diciembre de 2015). La antigüedad del trabajador: su determinación. categoría propuesta: a) Aportes a la disciplina. Universidad Nacional de la Plata. Obtenido de <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/49/1449/e4f7e02f4f9cc2ed0d18daa2df4688de.pdf>
- Berkowitz Soto, A., Rosas Rodriguez, R., Talamante Lugo, E., y Espinoza Martinez, H. (2022). Concepción o elección del diseño de investigación. *Concepción o elección del diseño de investigación* (pág. 66). Slide ToDoc.
- Biplaza. (20 de mayo de 2021). *Biplaza*. Obtenido de <https://www.biplaza.es/cifra-de-negocio%E2%80%AFvs%E2%80%AFvolumen-de-operaciones/>
- Bravo Paniagua, T., y Valenzuela González, S. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: cuestionarios*. Centro de Medición MIDE UC.
- Business and more. (09 de marzo de 2021). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=iekKhGEHKNs>
- Caceres, S. (12 de abril de 2021). *Studocu*. Obtenido de <https://www.studocu.com/pe/document/instituto-idat/sociedades/principio-de-causalidad-en-contabilidad/22348367>
- Cachay Castañeda, A. (2013). *Reglas para utilizar el crédito fiscal*. Gaceta Jurídica S. A.
- Campuzano, M. (19 de abril de 2023). *El Economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/ingresos>

Carnacho de Báez , B. (2008). *Metodología de la investigación científica: un camino fácil de recorrer para todos*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Carrillo, M. (26 de agosto de 2022). *Blog.PUCP*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/migueltcarrillo/2022/08/26/principales-diferencias-entre-los-gastos-de-representacion-y-los-gastos-de-publicidad/#:~:text=Los%20gastos%20de%20representaci%C3%B3n%20constituyen%20gastos%20en%20favor%20de%20clientes,de%20consumid>

Carrillo, M. (24 de agosto de 2022). *Blog.PUCP*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/migueltcarrillo/2022/08/24/criterios-contenidos-en-el-principio-de-causalidad-para-la-deducccion-de-los-gastos-empresariales/>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., y Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. *Core*, 527-538.

Castillo Dextre, C., Huallparima Bustamante, S., & Alcantaraulloa, E. (05 de enero de 2005). Consultoria tributaria. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/71/CASTILLO\\_D\\_EXTRE\\_CIELO\\_CONSULTORIA%20TRIBUTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/71/CASTILLO_D_EXTRE_CIELO_CONSULTORIA%20TRIBUTARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Castillo, I. (25 de agosto de 2020). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/instrumentos-investigacion-documental/>

Cefre Perú. (05 de septiembre de 2021). *Cefre Perú*. Obtenido de <https://twitter.com/CefrePeru/status/1434570381004840965>

Chanamé Arriola, J. M. (29 de enero de 2022). *LP pasión por el derecho*. Obtenido de <https://lpderecho.pe/que-conceptos-laborales-son-deducibles-para-el-calculo-de-la-renta-de-tercera-categoria/>



- Chávez Gonzáles, M. (2006). Los gastos de representación y gastos de propaganda en el IGV e Impuesto a la Renta. *Derecho & Sociedad*, 321-326. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechosociedad/article/view/17085/17377>
- Chipia Lobo, J. F. (2016). Validez y confiabilidad. *ULA Medicina* (págs. 1-32). ULA Medicina. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/validez-y-confiabilidad-70453164>
- Chox. (2018). *Los Rasgos de Personalidad Y Agresividad en Estudiantes de un Insituto Nacional en Nahuala Nicaragua*.
- Chuy, R. (23 de abril de 2015). *Slideplayer*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/1860029/>
- Clauso Garcia, A. (2010). Análisis documental: el análisis formal. *Revista General de Información y Documentación*, 11-19.
- Consuelo. (2016). *La Relación entre tipos de Personalidad, Agresión y condcutas Antisocial en estudiantes de 11 a 15 años de cinco colegios de la comunidad Castilla y León de España*. Consuelo.
- Contreras, I. (26 de agosto de 2022). *Cinconoticias*. Obtenido de <https://www.cinconoticias.com/jerarquia-de-una-empresa/>
- CUAED UNAM. (15 de abril de 2024). *Programas.cuaed.unam.mx*. Obtenido de [https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1221/mod\\_resource/content/1/contenido/index.html#:~:text=Los%20ingresos%20gravados%20son%20aquellos,en%20el%20caso%20de%20haberlas.](https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1221/mod_resource/content/1/contenido/index.html#:~:text=Los%20ingresos%20gravados%20son%20aquellos,en%20el%20caso%20de%20haberlas.)
- Cupara Huillca, S. R. (02 de marzo de 2023). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/640993458/RENTAS-GRAVADAS-CON-EL-IMPUESTO-A-LA-RENTA>

- De Hoyos Benítez, S. M. (2020). El método científico y la filosofía como herramientas para generar conocimiento. *Revista Filosofía UIS*, 229-245. doi:<http://dx.doi.org/10.18273/revfil.v19n1-2020010>
- Delgado Ratto, C. (2003). *Impuesto General a las Ventas. Tratamiento del crédito fiscal*.
- Dobaño, R. (01 de febrero de 2023). *Quipu blog*. Obtenido de <https://getquipu.com/blog/gastos-de-representacion/#>
- Dobaño, R. (14 de enero de 2023). *Quipu.Blog*. Obtenido de <https://getquipu.com/blog/gastos-deducibles/>
- Donoso Sánchez, A. (01 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/base-imponible.html>
- Dulzaides Iglesias, M. E., y Molina Gómez, A. M. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Scielo*, 1-4.
- Dzul Escamilla, M. (2022). Diseño no experimental. *Aplicación básica de los metodos científicos* (págs. 1-13). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- ELBS. (01 de febrero de 2023). *Escuela de Liderazgo ELBS*. Obtenido de <https://escuelaelbs.com/jerarquia-empresarial/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20jerarqu%C3%ADa%20empresarial,y%20organizaci%C3%B3n%20de%20cualquier%20tipo.>
- Enred. (07 de marzo de 2022). *Enred*. Obtenido de <https://www.edenred.mx/blog/identifica-y-deduces-tus-gastos-de-representacion-facilmente-gastos-de-viaje>
- ESAN. (01 de febrero de 2023). *ESAN*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cinco-conceptos-que-debes-tomar-en-cuenta-para-la-declaracion-jurada-anual-ir-2022>
- Esneca. (02 de julio de 2021). *Esneca*. Obtenido de <https://www.esneca.com/blog/tipos-jerarquia-empresarial/>

Etecé. (22 de septiembre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/gasto/>

Euroinnova. (23 de febrero de 2021). *Euroinnova*. Obtenido de

<https://www.euroinnova.pe/actividad-empresarial#:~:text=La%20actividad%20empresarial%20es%20toda,agrandar%20sus%20ganancias%20y%20ganar.>

Fam Montufar, T. (29 de enero de 2019). *Slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/FamMontufarTeo1/contribuyente-y-factura>

Fernández Canta, Y. (11 de febrero de 2022). *Los gastos deducibles y no deducibles en la determinación del impuesto a la renta de una empresa inmobiliaria de San Isidro - Lima, 2020*. Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2061/Fern%C3%A1ndez%20Canta%2C%20Yarli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Figueredo, E. R. (25 de abril de 2017). *Reparos tributarios y su influencia en la rentabilidad de la empresa grupo constructor Leon S. A. C. periodo 2016*. Huanuco, Huanuco, Peru.

Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/84497038.pdf>

Fingermann, H. (08 de julio de 2020). *Deconceptos*. Obtenido de

<https://deconceptos.com/general/sustancial>

Flores, J. M. (25 de abril de 2020). Los reparos tributarios del impuesto a la renta y la rentabilidad en las empresas del sector agroindustrial. Obtenido de

<https://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/5339/ESPINOZA%20FLORES%20FCC%20MAESTRO%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García Muñoz, T. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*.

Almendralejo: Centro Universitario Santa Ana. Obtenido de

[http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)

Gestión. (20 de septiembre de 2022). *Gestión*. Obtenido de

<https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/cuales-son-los-gastos-deducibles-del-impuesto-a-la-renta-nnda-nnlt-noticia/>

Gil, S. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>

González Mata, E., Romero Márquez, I., y Padilla Pérez, R. (2019). *Buenas prácticas aplicadas en países de América Latina para reducir la evasión por saldos a favor en el IVA*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Gutiérrez García, T. G. (2019 de noviembre de 2019). *Adiciones y deducciones tributarias en la determinación*. 129. Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de

<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cc04f5d7-ea18-4fe3-83b1-09275f8da504/content>

Hassan, I., Naeem, A., y Gulzar, S. (2021). *Voluntary tax compliance behavior of individual taxpayers in Pakistan*. Pakistan: Financial Innovation.

Hernández Mendoza, S. L., y Danae Duana, A. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 51-53.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

Herrera, S. (08 de noviembre de 2021). *Prezi*. Obtenido de

<https://prezi.com/p/nygnch7rdiuk/impuesto-a-la-renta/>

Hirache Flores, L. (2012). Adiciones y deducciones tributarias-contabilización. *Actualidad Empresarial*, 8-10.

Huisa, J. (22 de julio de 2021). *Scribd*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/presentation/516796940/Credito-fiscal-Requisitos-y-sustanciales>

Inzunza Bustamante, G. (16 de mayo de 2020). *YouTube*. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=cya4JCVpc9w&ab\\_channel=GeorginaEInzunzaBustamante](https://www.youtube.com/watch?v=cya4JCVpc9w&ab_channel=GeorginaEInzunzaBustamante)

Ivette, A. (01 de marzo de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/antiguedad-laboral.html>

Jones, M., y Sasser, W. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 88-99.

Kerlinger, F., y Lee, H. (2002). *Metodos de investigacion en ciencias sociales*.

La Ley. (15 de abril de 2023). *La Ley*. Obtenido de [https://guiasjuridicas.laley.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAASNTU3NztlLUouLM\\_DxbIwMDS0NDQ7BAZlqlS35ySGVBqm1 aYk5xKgCJkTQPNQAAAA==WKE#:~:text=El%20rendimiento%20laboral%20es%20el,las%20areas%20y%20funciones%20encomendadas](https://guiasjuridicas.laley.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAASNTU3NztlLUouLM_DxbIwMDS0NDQ7BAZlqlS35ySGVBqm1 aYk5xKgCJkTQPNQAAAA==WKE#:~:text=El%20rendimiento%20laboral%20es%20el,las%20areas%20y%20funciones%20encomendadas).

Lalangui D. (28 de septiembre de 2020). *Emprendimiento contable Perú*. Obtenido de <https://www.emprendimientocontperu.com/criterios-que-pertenecen-al-principio-de-causalidad-y-casos-de-sentencias-judiciales/#:~:text=Los%20criterios%20que%20integran%20el,%2C%20razonabilidad%2C%20proporcionalidad%20y%20generalidad>.

Ley del Impuesto a la Renta. (2013). *Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de diciembre de 2013*. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión.

López Cobia, D. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-deducibles.html>

López, J. F. (16 de agosto de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/actividad-economica.html>

López, J. F. (30 de abril de 2019). *economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/ingreso-bruto.html>

Lozano, A. (02 de febrero de 2014). *Prezi*. Obtenido de

<https://prezi.com/r0owmanhasmm/impuesto-general-a-las-ventas-igv-peru/#:~:text=El%20IGV%20es%20un%20impuesto,impuesto%20mensual%20que%20debe%20pagar.&text=A%20las%20ventas%20realizadas%20fuera,se%20les%20aplica%20el%20IGV>.

Medrano Cornejo, H. (1974). El concepto de renta en la Legislación Tributaria. *Dialnet*, 183-189.

MEF. (26 de abril de 2023). *Gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/435-valor-de-la-uit>

Minciencias. (24 de abril de 2024). *Minciencias.gov.co*. Obtenido de

<https://minciencias.gov.co/glosario/deduccion-tributaria#:~:text=Son%20aquellos%20gastos%20que%20se,parte%20del%20contribuyente%20de%20renta>.

Ministerio de Economía y Finanzas. (13 de febrero de 2024). *Gob.pe*. Obtenido de

<https://www.gob.pe/664-impuesto-a-la-renta-ir>

Ministerio Público Fiscalía de la Nación;. (13 de abril de 2023). *Ministerio Público Fiscalía de la Nación*. Obtenido de

[https://www.mpf.n.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/667\\_exporenfiscaliafin.pdf](https://www.mpf.n.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/667_exporenfiscaliafin.pdf)

Morán, Carmona, y Fínez. (2016). *La relación de la personalidad y conductas antisociales en escolares*. Morán, Carmona y Fínez.

Moreno Cardona, A. L. (01 de abril de 2024). *Scribd*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/document/475369729/GIRO-DE-LA-EMPRESA#:~:text=El%20giro%20de%20una%20empresa,negocio%20que%20desar>

rolla%20la%20misma.&text=auxiliares.&text=desarrollan%20nuevas%20tecnolog%  
C3%ADas%20aparecen%20nuevas%20posibilidades%20y%20necesidades

Mota Pinto, S. (2020). Hume contra Aristóteles, Locke y Leibniz sobre la causalidad. *Revista de Filosofía*, 367-396. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/trf/n59/0188-6649-trf-59-367.pdf>

Mousalli Kayat, G. (2015). *Métodos y diseños de investigación cuantitativa*. Researchgate. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Gloria-Mousalli/publication/303895876\\_Metodos\\_y\\_Disenos\\_de\\_Investigacion\\_Cuantitativa/links/575b200a08ae414b8e4677f3/Metodos-y-Disenos-de-Investigacion-Cuantitativa.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Gloria-Mousalli/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa/links/575b200a08ae414b8e4677f3/Metodos-y-Disenos-de-Investigacion-Cuantitativa.pdf)

Naveros, B. (25 de enero de 2023). *Tickelia.com*. Obtenido de <https://tickelia.com/co/blog/gestion-de-gastos/gastos-representacion/#11-%c2%bfque-gastos-de-representacion-son-deducibles-para-las-empresas>

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa*. Ediciones de la U. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Ortega, C. (14 de junio de 2018). *Question pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/#:~:text=El%20muestreo%20no%20probabil%20C3%ADstico%20es,hacer%20la%20selecci%20B3n%20al%20azar.>

Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Universidad de Tarapaca, Chile*, 232. Obtenido de

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext&tlng=pt)

Panta, O. (29 de julio de 2017). *El blog del Contador*. Obtenido de

<https://elblogdelcontador.com/y-como-vas-con-el-cierre-tributario-2016-a-proposito-del-principio-de-causalidad/>

Pedrosa, S. J. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

Pérez Porto, J., y Gardey, A. (23 de junio de 2015). *Definiciones.de*. Obtenido de

<https://definicion.de/actividad-empresarial/>

Pérez Porto, J., y Merino, M. (20 de marzo de 2014). *Definición.de*. Obtenido de

<https://definicion.de/rendimiento-laboral/>

PeruContable. (03 de abril de 2024). *Perucontable.com*. Obtenido de

<https://www.perucontable.com/tributaria/gastos-de-representacion-tratamiento-tributario-dj-anual/>

Pivot. (15 de abril de 2023). *Pivot*. Obtenido de

<http://www1.pivot.com.py/Estadisticas/Oferta-de-Curriculums/%C3%81reas-Laborales#:~:text=AREA%20LABORAL%2D%20%C2%BFQUE%20ES%3F,profesional%20empleador%20y%20el%20candidato.>

Practical Business Skills. (14 de abril de 2023). *Practical Business Skills*. Obtenido de

<https://www.practicalbusinessskills.com/sp/managing-a-business/financial-statements/cash-flow-statement#:~:text=Salidas%20de%20efectivo%2C%20que%20son,en%20suministros%2C%20pr%C3%A9stamos%20y%20personal.>



- Proenza Garrido, Y. C., y Leyva Leyva, L. M. (2021). El método científico: validación y confirmación del resultado investigado. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 1-20. Obtenido de <https://observatorioturisticobahia.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3356/2107>
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 248-252.
- Questionpro. (21 de febrero de 2020). *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/help/correlation-analysis-spearman-rho.html>
- Quintanilla, G., y Portillo Garcia. (2016). *Relación entre la Personalidad y Agresividad en estudiantes salvadoreños*. Quintanilla, Gutiérrez; Portillo Garcia.
- Quispe. (2018). *Personalidad y Agresividad en estudiantes de secundaria de Socos Ayacucho 2018*.
- Ramos Cuba, J. (22 de febrero de 2023). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/627235068/Adiciones-y-Deducciones-Del-Impuesto-a-La-Renta-1>
- Ramos Farroñán, E. V., Tacilla Ramos, L. J., y Alburqueque Atoche, C. I. (2022). Los gastos deducibles y no deducibles como factor de cumplimiento de las obligaciones tributarias en empresas del sector agrícola en Perú. *Scielo*, 1-13.
- Rasteletti, A., Hanappi, T., Nieto Parra, S., y Orozco, R. (08 de diciembre de 2023). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/reducir-impuestos-renta-corporativa-estimular-inversion-crecimiento/>
- Real Academia Española. (13 de abril de 2023). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/renta>

Reglamento Ley del Impuesto a la Renta. (2023). *Reglamento Ley del Impuesto a la Renta* . El Peruano.

Reyes Abad, C. (23 de abril de 2023). *El principio de causalidad y gastos de representación en la empresa de distribución de licores, periodo 2021-2022*. Universidad César Vallejo. Obtenido de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/133038/Reyes\\_AC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/133038/Reyes_AC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rinde Gastos;. (01 de febrero de 2023). *Rindegastos.com*. Obtenido de

<https://blog.rindegastos.com/pe/entradas-y-salidas-de-efectivo>

Rodríguez, D. (23 de octubre de 2023). *Jimcontent.com*.

Rodríguez, H. (05 de abril de 2022). *Crehana*. Obtenido de

<https://www.crehana.com/blog/negocios/que-es-giro-negocio/>

Roldán, P. N. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/capital.html>

Roldán, P. N. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/impuesto.html>

Roldán, P. N. (01 de septiembre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/renta.html#:~:text=La%20renta%20en%20econ%C3%ADa%20es,o%20alquiler%20de%20dichos%20insumos.>

RTF N.º 07739-11-2020 . (2020). *Resolución del Tribunal Fiscal N.º 07739-11-2020* . Lima:

El Peruano.

RTF N° 0484-5-2006. (2006). *Resolución del Tribunal Fiscal N° 0484-5-2006*. El Peruano.

Sánchez Galán, J. (1 de octubre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/retribucion.html>

Sánchez Galán, J. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>

Santander. (04 de abril de 2022). *Santander*. Obtenido de

<https://www.santander.com/es/stories/que-son-las-deducciones-fiscales-y-como-se-puede-obtenerlas>

Sepúlveda Zavala, A. (09 de agosto de 2007). *Slideplayer*. Obtenido de

<https://slideplayer.es/amp/3923649/>

Sesame. (15 de abril de 2023). *Sesame*. Obtenido de

<https://www.sesametime.com/assets/productividad/rendimiento-laboral/>

Sevilla Arias, A. (01 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/politica-monetaria.html>

Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (13 de abril de 2023). *Sice.oas.org*. Obtenido de

[http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec578s.asp#:~:text=f\)%20La%20expresi%C3%B3n%20E2%80%9Cfuente%20productora,o%20pueda%20generar%20una%20renta.](http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec578s.asp#:~:text=f)%20La%20expresi%C3%B3n%20E2%80%9Cfuente%20productora,o%20pueda%20generar%20una%20renta.)

Sunat. (08 de febrero de 2023). *Gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/23619-gastos-no-deducibles-para-el-impuesto-a-la-renta-de-empresas>

Sunat. (26 de abril de 2023). *Gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/7933-domicilio-no-habido>

Sunat. (26 de abril de 2023). *Gob.pe*. Obtenido de <https://www.gob.pe/1102-comprobantes-de-pago-para-persona-natural-sin-negocio>

Sunat. (04 de noviembre de 2023). *sunat.gob.pe*. Obtenido de

<https://renta.sunat.gob.pe/empresas/gastos-no-deducibles#:~:text=Dentro%20de%20los%20cuales%20se tiene,o%20entretenimiento%20personales%2C%20entre%20otros.>

- Super Contable. (15 de abril de 2023). *Super Contable*. Obtenido de [https://www.supercontable.com/informacion/IVA\\_Impuesto\\_valor\\_a%C3%B1adido/Volumen\\_de\\_operaciones.html](https://www.supercontable.com/informacion/IVA_Impuesto_valor_a%C3%B1adido/Volumen_de_operaciones.html)
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (11 de abril de 2023). *Renta Sunat*. Obtenido de <https://renta.sunat.gob.pe/empresas/gastos-no-deducibles>
- Supo, J. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Bioestadístico EEDU EIRL.
- Teruel, S. (01 de julio de 2021). *Captio.net*. Obtenido de <https://www.captio.net/blog/que-se-entiende-por-gastos-de-representacion>
- Teruel, S. (01 de julio de 2021). *Emburse Captio*. Obtenido de <https://www.captio.net/blog/que-se-entiende-por-gastos-de-representacion>
- Toledo, N. (22 de marzo de 2024). *Core.ac.uk*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Torres, A. (02 de abril de 2024). *Psicologiamente*. Obtenido de <https://psicologiamente.com/empresas/giro-de-empresa>
- Torres, M. (05 de enero de 2023). *Gastos de movilidad*. Obtenido de <https://www.noticierocontable.com/gastos-de-movilidad/>
- Torres, M. (27 de marzo de 2023). *Noticiero Contable*. Obtenido de <https://noticierocontable.com/renta-anual-2015-gastos-de-representacion/>
- Trenza, A. (23 de abril de 2019). *Ana Trenza mis Finanzas*. Obtenido de <https://anatreza.com/departamentos-empresa-funciones/>
- TUO de la Ley del Impuesto a la Renta. (2007). *Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta*. El Peruano. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3\\_per\\_renta179.pdf](https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic3_per_renta179.pdf)
- Ulloa Alva, X. A. (11 de abril de 2020). Eficiencia de la deducción de gastos por penalidades contractuales en el impuesto a la renta empresarial. Universidad San Ignacio de Loyola.

Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/32a0ae32-37b7-4ade-b6cf-c0350591cd91/content>

Vallejos Saldarriaga, J., Carlos Jaimes, Aguilar Polo, E., y Merino, M. (2012). Validez, confiabilidad y baremación del inventario de estrategias metacognitivas en estudiantes universitarios. *Psicología Trujillo*, 20.

Vara, D. (21 de septiembre de 2022). *Blueindic*. Obtenido de

<https://www.blueindic.com/gastos-deducibles-en-un-negocio/#:~:text=actuales%20o%20futuros.-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20gasto%20deducible%3F,y%20beneficios%20para%20el%20negocio.>

Vasquez Martinez, G. (2017). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Ixtepéc: Universidad del ISTMO.

Vega Rodríguez, B. W. (22 de abril de 2019). Aplicación del principio de causalidad en los gastos de representación y su efecto en la determinación del impuesto a la renta de la empresa de asesoramiento empresarial, Trujillo 2018. Universidad César Vallejo. Obtenido de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46172/Vega\\_RBW-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46172/Vega_RBW-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Vega, C., Maguiña, J., Soto, A., Lama Valdivia, J., y Correa López, L. (2021). Estudios transversales. *Facultad de Medicina Humana URP*, 179-185. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v21n1/2308-0531-rfmh-21-01-179.pdf>

Verona, J. (21 de enero de 2020). *Grupo Verona*. Obtenido de

<https://grupoverona.pe/definicion-del-principio-del-devengado/>

Villanueva Gutiérrez, W. (2007). El principio de causalidad y el concepto de gastos necesarios. *Dialnet*, 101-111.

Villanueva Gutiérrez, W. (2023). El principio de causalidad y el concepto de gasto necesario. *Themis*, 101-111.

Westreicher, G. (19 de diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gastos-no-deducibles.html>

Westreicher, G. (26 de abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fisco.html#:~:text=El%20fisco%20es%20el%20t%C3%A9rmino,de%20ente%20recaudador%20de%20tributos.>

Work meter. (08 de julio de 2022). *Work meter*. Obtenido de <https://www.workmeter.com/blog/beneficios-antiguedad-empresa/#:~:text=La%20antig%C3%BCedad%20de%20un%20trabajador,firmando%20en%20su%20vida%20laboral.>

Yirda, A. (16 de diciembre de 2020). *Concepto definición*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/ambito-laboral/>

Zuñiga Trucios, C. (12 de abril de 2023). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/496558282/El-principio-de-causalidad-para-la-deduccion-del-gasto#>

## **Anexos**

**Anexo 1. Matriz de consistencia**

**Título:** «Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023»

Problema general	Objetivo	Hipótesis	Marco teórico	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general. ¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?	Objetivo general. Determinar la relación del principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.	Hipótesis general. Existe relación directa entre el principio de causalidad y los gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.	Marco teórico. Bases teóricas de principio de causalidad  De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023). «A fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la	Variable 1: Principio de causalidad	Dimensiones. Criterio de necesidad  Criterio de razonabilidad  Criterio de proporcionalidad  Criterio de generalidad	Indicadores. Generación de rentas Fuente productora Gastos destinados a generar rentas gravadas Ingresos Giro de negocio Volumen de las operaciones Jerarquía dentro de la empresa Antigüedad del trabajador	Metodología. Enfoque: Cuantitativo  Tipo: Aplicada  Nivel: Correlacional  Método: Científico  Diseño: No experimental, transversal, correlacional.  Población Finita: 139 empresas



específicos. 1. ¿Cuál es la relación existente entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023?	1. Determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.  2. Determinar la relación del principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.	1. Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el IGV en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.  2. Existe relación directa entre el principio de causalidad y las implicancias en el Impuesto a la Renta en empresas de publicidad del distrito de El Tambo, 2023.	generación de ganancias de capital» (p. 44) En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.  Bases teóricas de gastos deducibles y no deducibles  Según Chávez (2006) los gastos de representación. «Son aquellos egresos que realiza la empresa	Variable 2: Gastos de representación	Criterio de normalidad  Implicancias en el IGV  Implicancias en el Impuesto a la Renta	Área, sección o departamento de trabajo  Rendimiento laboral  Gastos vinculados con el giro del negocio  Operaciones del contribuyente  Requisitos formales  Requisitos sustanciales  Adiciones tributarias  Deducciones tributarias  Reparos tributarios	de publicidad del distrito de El Tambo  Muestra Probabilístico aleatorio simple: 92 empresas de publicidad del distrito de El Tambo  Unidad de estudio Sujetos: 92 contadores de las empresas de publicidad del distrito de El Tambo  Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento: Cuestionario  Técnica de
---	--	--	---	---	--	---	--

distrito de El  
Tambo, 2023?


distrito de El  
Tambo, 2023.

con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.

procesamiento de  
datos:  
Sistema estadístico  
SPSS, prueba Rho de  
Spearman

---

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



### Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023

Mediante el presente documento nos presentamos a Usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra investigación titulada "Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023" el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestra hipótesis, del cual pedimos nos apoye en las respuestas; quedando agradecidos por su intervención y haciendo la aclaración de que dicha información es reservada y anónima.

INSTRUCCIONES: Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y marca una sola respuesta que considere la correcta; los ítems de pregunta y respuesta a considerar son:

cecagem.huancayo@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

**RAZÓN SOCIAL \***

PMT PUBLICIDAD Y MARKETING TOTAL S.R.L.

DIARIO ELECTRONICO 4P. PERU S.A.

INDIGOS PRODUCCIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

VIAN COMPANY S.A.C.

LA MISION PUBLICITARIA S.A.C.

## Principio de causalidad (V1)

INSTRUCCIONES: por favor lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque la respuesta que considera correcta, los ítems son medidos en escala donde: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre, 5) Siempre

1. ¿La empresa viene generando ganancias estos últimos años? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

2. ¿Todos los beneficios obtenidos por las actividades diarias son registrados para el pago de impuestos? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

3. ¿La empresa reconocer que costos y gastos son los más influyentes en la producción de sus servicios? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

4. ¿La empresa considera dentro de los gastos solo aquellos que se relacionen directamente con la generación de renta de la empresa? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

5. ¿Los gastos que se realizan son acorde al tamaño de la empresa? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

6. ¿La empresa considera procedimientos para la deducibilidad gasto como la bancarización y otros? \*

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

7. ¿La empresa cuenta con evidencias complementarias para sustentar el gasto como contratos, guías de remisión, extractos bancarios y otro? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

8. ¿La empresa considerar en sus declaraciones absolutamente todos los ingresos que perciba de su actividades ordinarias y no ordinarias? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

9. ¿La empresa cuenta con una proporcionalidad de gastos invertidos en la producción con la capacidad de generar ingresos? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

10. ¿La empresa cuenta con directivas y normas internas para la ejecución de gastos? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

11. ¿La empresa cuenta con un óptimo volumen de operaciones? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

12. ¿La empresa controla y monitorea el volumen de sus operaciones para su correcto tratamiento tributario? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

### Gastos de representación (V2)

INSTRUCCIONES: por favor lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque la respuesta que considera correcta. los ítems son medidos en escala donde: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre, 5) Siempre

21. ¿Con qué frecuencia se revisa que el IGV en el comprobante de pago se encuentre desgregado? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

22. ¿Con qué frecuencia se revisa que en el comprobante de pago se consignen el nombre y número del RUC del emisor? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

23. ¿Con que frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación mayores a s/ 2000.00? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

24. ¿La empresa cumple con llevar su registro de compras según lo establecido por la norma tributaria? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

25. ¿La empresa realiza la validación de sus comprobantes de pago de los gastos de representación antes de ser considerados en su registro de compras? \*

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

26. ¿La empresa realiza un presupuesto de los gastos de representación que realizará cada mes? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

27. ¿La empresa considera para el presupuestos de sus gastos de representación mensual el tope máximo que establece la SUNAT? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

28. ¿La empresa cumple con no exceder el 0.5% de los ingresos brutos acumulados para realizar gastos de representación? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

29. ¿EL gerente conoce la normativa que regula los gastos de representación para evitar incurrir en adiciones tributarias? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

30. ¿Con qué frecuencia la empresa ha recibido notificaciones de la administración tributaria por considerar gastos de alimentos, viajes, hospedaje, entre otros? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

31. ¿Con que frecuencia la empresa incurre en gastos de representación como en alimentos, bebidas, entro otros y utiliza su crédito fiscal? \*

1 2 3 4 5  
 Nunca      Siempre

35. ¿Con que frecuencia la empresa ha incurrido en gastos que permitan conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre

36. ¿Con que frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre

37. ¿La empresa realiza el análisis de costo-beneficio antes de realizar gastos de representación? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre

38. ¿Con que frecuencia la empresa ha tenido que pagar multas por haber considerado gastos de representación fuera de los límites establecidos? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre

39. ¿La empresa toma en cuenta los riesgos a los que incurre cuando realiza gastos como alimentación, hospedaje, transporte, entre otros? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre

40. ¿La empresa cuenta con el sustento para justificar la relación comercial o la naturaleza comercial de sus gastos de representación? \*

1 2 3 4 5  
Nunca      Siempre



Anexo 3. Confiabilidad y validez del instrumento

1. Confiabilidad

**Variable X: Principio de causalidad**

The screenshot displays the IBM SPSS Statistics Editor de datos interface. The main window shows a data table with 27 rows and 18 columns labeled ITEM\_1 through ITEM\_17, plus a partial 'ITEM\_18' column. The data values range from 1.00 to 5.00. A dialog box titled 'Análisis de fiabilidad' is open in the foreground. The 'Elementos:' list contains ITEM\_1 through ITEM\_6. The 'Puntuaciones:' list is empty. The 'Modelo:' dropdown is set to 'Alfa'. The 'Etiqueta de escala:' field is empty. At the bottom of the dialog are buttons for 'Aceptar', 'Pegar', 'Restablecer', 'Cancelar', and 'Ayuda'. The status bar at the bottom indicates 'IBM SPSS Statistics Processor está listo' and 'Unicode:ON'.

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	ITEM_7	ITEM_8	ITEM_9	ITEM_10	ITEM_11	ITEM_12	ITEM_13	ITEM_14	ITEM_15	ITEM_16	ITEM_17	ITEM_18
1	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	
2	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	
3	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	
4	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	
5	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	
6	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
7	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	
8	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	
9	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	
10	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
11	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	1,00	
12	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	
13	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	
14	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	
15	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	
16	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	
17	4,00	1,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	1,00	
18	3,00	2,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	2,00	
19	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	1,00	
20	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	
21	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	
22	4,00	2,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	2,00	
23	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	
24	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	
25	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	
26	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	3,00	
27	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	

PRINCIPIO DE CAUSALIDAD Y GASTOS DE REPRESENTACIÓN-.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Unidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 58 de 58 variables

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	ITEM_7	ITEM_8	ITEM_9	ITEM_10	ITEM_11	ITEM_12	ITEM_13	ITEM_14	ITEM_15	ITEM_16	ITEM_17	ITEM_18	
1	5,00	5,00																	
2	4,00	4,00																	
3	3,00	3,00																	
4	2,00	2,00																	
5	1,00	1,00																	
6	5,00	5,00																	
7	4,00	4,00																	
8	3,00	3,00																	
9	2,00	2,00																	
10	1,00	1,00																	
11	5,00	1,00																	
12	4,00	2,00																	
13	3,00	1,00																	
14	2,00	2,00																	
15	1,00	1,00																	
16	5,00	2,00																	
17	4,00	1,00																	
18	3,00	2,00																	
19	2,00	1,00																	
20	1,00	2,00																	
21	5,00	1,00																	
22	4,00	2,00																	
23	3,00	1,00																	
24	2,00	5,00																	
25	1,00	4,00																	
26	5,00	3,00																	
27	4,00	2,00																	

Analisis de fiabilidad...

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

La variable Y: Gastos de representación

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Editor interface. The main window displays a data view with 27 rows and 18 columns. The columns are labeled ITEM\_1 through ITEM\_17, followed by ITI. The data values range from 1.00 to 5.00. A menu is open over the 'Escala' (Scale) option, showing sub-options: 'Análisis de fiabilidad...' (Reliability Analysis...), 'Desplegamiento multidimensional (PREFSCAL)...' (Multidimensional Scaling (PREFSCAL)...), 'Escalamiento multidimensional (PROXSCAL)...' (Multidimensional Scaling (PROXSCAL)...), and 'Escalamiento multidimensional (ALSCAL)...' (Multidimensional Scaling (ALSCAL)...). The 'Análisis de fiabilidad...' option is highlighted. The status bar at the bottom indicates 'Análisis de fiabilidad...' and 'IBM SPSS Statistics Processor está listo'.

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	ITEM_7	ITEM_8	ITEM_9	ITEM_10	ITEM_11	ITEM_12	ITEM_13	ITEM_14	ITEM_15	ITEM_16	ITEM_17	ITI
1	5,00	5,00																
2	4,00	4,00																
3	3,00	3,00																
4	2,00	2,00																
5	1,00	1,00																
6	5,00	5,00																
7	4,00	4,00																
8	3,00	3,00																
9	2,00	2,00																
10	1,00	1,00																
11	5,00	1,00																
12	4,00	2,00																
13	3,00	1,00																
14	2,00	2,00																
15	1,00	1,00																
16	5,00	2,00																
17	4,00	1,00																
18	3,00	2,00																
19	2,00	1,00																
20	1,00	2,00																
21	5,00	1,00																
22	4,00	2,00																
23	3,00	1,00																
24	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	
25	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	
26	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00
27	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	

PRINCIPIO DE CAUSALIDAD Y GASTOS DE REPRESENTACIÓN-.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 58 de 58 variables

	ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	ITEM_6	ITEM_7	ITEM_8	ITEM_9	ITEM_10	ITEM_11	ITEM_12	ITEM_13	ITEM_14	ITEM_15	ITEM_16	ITEM_17	ITI
1	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	2,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00
2	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00
3	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00
5	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00
6	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
7	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00
8	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00
9	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
11	5,00	1,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00
12	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00
13	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,00	3,00
14	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
16	5,00	2,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	2,00	5,00	5,00	5,00	2,00
17	4,00	1,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	1,00
18	3,00	2,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	2,00
19	2,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	1,00
20	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00
21	5,00	1,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00
22	4,00	2,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	2,00
23	3,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00
24	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00
25	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00
26	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00
27	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	1,00	4,00	4,00	2,00

Analisis de fiabilidad

Elementos:

- ITEM\_21
- ITEM\_22
- ITEM\_23
- ITEM\_24
- ITEM\_25
- ITEM\_26

Puntugiones:

Modelo: Alfa

Etiqueta de escala:

Aceptar Pegar Restablecer Cancelar Ayuda

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

## 2. Validez

## Experto 1: Mag. David Callupe Marcelo



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Instrumento para validar un cuestionario  
Método basado en juicio de expertos  
Coeficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)

Evaluador	Mg. David Callupe Marcelo	DNI	19917864
Institución	Sociedad Hispana de Investigadores Científicos	Teléfono	961615819
Cargo	DOCENTE	Fecha	13/01/2024

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos "Principio de causalidad" y "Gastos de representación" que hacen parte de la investigación "Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

INDICADORES	
COHERENCIA	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
CLARIDAD	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
ESCALA	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
RELEVANCIA	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

Escala de valores				
1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente

VARIABLE X: Principio de causalidad  
DIMENSIÓN 1.1: Criterio de necesidad

Indicador 1.1.1: Generación de rentas

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa viene generando ganancias estos últimos años?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
2	¿Todos los beneficios obtenidos por las actividades diarias son registrados para el pago de impuestos?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

Indicador 1.1.2: Fuente productora

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
3	¿La empresa reconocer que costos y gastos son los más influyentes en la producción de sus servicios?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
4	¿La empresa considera dentro de los gastos solo aquellos que se relacionen directamente con la generación de rentas de la empresa?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.2: Criterio de razonabilidad****Indicador 1.2.1: Deducibilidad de egresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
5	¿Los gastos que se realizan son acorde al tamaño de la empresa?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
6	¿La empresa considera procedimientos para la deducibilidad gasto como la bancarización y otros?	Coherencia			X			15
		Claridad			X			
		Escala				X		
		Relevancia			X			
7	¿La empresa cuenta con evidencias complementarias para sustentar el gasto como contratos, quías de remisión, extractos bancarios y otro?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

**Indicador 1.2.2: Ingresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
8	¿La empresa considerar en sus declaraciones absolutamente todos los ingresos que perciba de sus actividades ordinarias y no ordinarias?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		

**DIMENSIÓN 1.3: Criterio de proporcionalidad****Indicador 1.3.1: Salida de dinero**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
9	¿La empresa cuenta con una proporcionalidad de gastos invertidos en la producción con la capacidad de generar ingresos?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
10	¿La empresa cuenta con directivas y normas internas para la ejecución de gastos?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**Indicador 1.3.2: Volumen de operaciones**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
11	¿La empresa cuenta con un óptimo volumen de operaciones?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
12	¿La empresa controla y monitorea el volumen de sus operaciones para su correcto tratamiento tributario?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**DIMENSIÓN 1.4: Criterio de generalidad****Indicador 1.4.1: Jerarquía dentro de la empresa**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
13	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la jerarquía dentro de la empresa?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.2: Antigüedad del trabajador**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
14	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la antigüedad del trabajador?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.3: Área, sección o departamento de trabajo**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
15	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al área, sección o departamento de trabajo?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.4: Rendimiento laboral**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
16	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al rendimiento laboral?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.5: Criterio de normalidad****Indicador 1.5.1: Gastos vinculados con el giro del negocio**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
17	¿Los gastos presentados por la empresa se encuentran vinculados con el giro del negocio?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
18	¿La empresa controla que los gastos realizados por los encargados del manejo de recurso estén vinculados con el giro del negocio?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.5.2: Operaciones del contribuyente**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿La empresa brinda servicios que cumplan con los estándares del cliente?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
20	¿La empresa cumple con sus obligaciones como contribuyente?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**VARIABLE 2: Gastos de representación****DIMENSIÓN 2.1: Implicancias en el IGV****INDICADOR 2.1.1: Requisitos formales**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
21	¿Con que frecuencia se revisa que el IGV en el comprobante de pago se encuentre desglosado?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
22	¿Con que frecuencia se revisa que en el comprobante de pago se consignen el nombre y número del RUC del emisor?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		
23	¿La empresa cumple con realizar la bancarización de sus gastos de representación mayores a s/ 2000.00?	Coherencia					X	16
		Claridad		X				
		Escala				X		
		Relevancia		X				
24	¿La empresa cumple con llevar su registro de compras según lo establecido por la norma tributaria?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
25	¿La empresa realiza la validación de sus comprobantes de pago de los gastos de representación antes de ser considerados en su registro de compras?	Coherencia				X		18
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**INDICADOR 2.1.2: Requisitos sustanciales**

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
26	¿La empresa realiza un presupuesto de los gastos de representación que realizará cada mes?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
27	¿La empresa considera para el presupuesto de sus gastos de representación mensual el tope máximo que establece la SUNAT?	Coherencia					X	18
		Claridad				S		
		Escala				S		
		Relevancia					X	
28	¿La empresa cumple con no exceder el 0.5% de los ingresos brutos acumulados para realizar gastos de representación?	Coherencia					X	16
		Claridad			S			
		Escala					X	
		Relevancia			S			

**Dimensión 2: Implicancias en el Impuesto a la Renta****Indicador 2.2.1: Adiciones tributarias**

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
29	¿El gerente conoce la normativa que regula los gastos de representación para evitar incurrir en adiciones tributarias?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
30	¿Con qué frecuencia la empresa ha recibido notificaciones de la administración tributaria por considerar gastos de alimentos, viajes, hospedaje, entre otros?	Coherencia					X	18
		Claridad				S		
		Escala				S		
		Relevancia					X	
31	¿Con qué frecuencia la empresa incurre en gastos de representación como en alimentos, bebidas, entre otros y utiliza su crédito fiscal?	Coherencia					X	16
		Claridad			S			
		Escala					X	
		Relevancia			S			
32	¿La empresa cuenta con políticas internas para controlar y limitar los gastos de representación que realice?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.2: Deducciones tributarias**

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
33	¿La empresa aprovecha las deducciones fiscales relacionadas con los gastos de representación en sus declaraciones de impuestos?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
34	¿La empresa incluye los gastos de representación para su planificación tributaria anual y mensual?	Coherencia					X	18
		Claridad				S		
		Escala				S		
		Relevancia					X	
35	¿Con qué frecuencia la empresa ha incurrido en gastos que permitan conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales?	Coherencia					X	16
		Claridad			S			
		Escala					X	
		Relevancia			S			
36	¿Con qué frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.3: Reparos tributarios**

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
37	¿La empresa realiza el análisis de costo-beneficio antes de realizar gastos de representación?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	



38	¿Con que frecuencia la empresa ha tenido que pagar multas por haber considerado gastos de representación fuera de los límites establecidos?	Coherencia				X	18
		Claridad			S		
		Escala			S		
39	¿La empresa toma en cuenta los riesgos a los que incurre cuando realiza gastos como alimentación, hospedaje, transporte, entre otros?	Coherencia				X	16
		Claridad			S		
		Escala				X	
40	¿La empresa cuenta con el sustento para justificar la relación comercial o la naturaleza comercial de sus gastos de representación?	Coherencia				X	20
		Claridad				X	
		Escala				X	
		Relevancia				X	

Huancayo, enero de 2024




 Mg. CPC David Callupe Marcelo  
 MAT. 08 - 1118 COPJ

---

**MG. David Callupe Marcelo** Evaluador

## Experto 2: Dra. Isabel Liz Peña Ricapa



### FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### Instrumento para validar un cuestionario Método basado en juicio de expertos Coeficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)

Evaluador	Dra. Isabel Liz Peña Ricapa	DNI	04066495
Institución	I.E.S.T.P. "Santiago Antúnez de Mayolo"	Teléfono	971128180
Cargo	Jefa de Unidad Académica	Fecha	13/01/2024

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos "Principio de causalidad" y "Gastos de representación" que hacen parte de la investigación "Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### INDICADORES

<b>COHERENCIA</b>	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
<b>CLARIDAD</b>	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
<b>ESCALA</b>	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
<b>RELEVANCIA</b>	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

#### Escala de valores

1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente
----------------	---------------	------------	----------	--------------

#### VARIABLE X: Principio de causalidad DIMENSIÓN 1.1: Criterio de necesidad

##### Indicador 1.1.1: Generación de rentas

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa viene generando ganancias estos últimos años?	Coherencia					X	16
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia		X				
2	¿Todos los beneficios obtenidos por las actividades diarias son registrados para el pago de impuestos?	Coherencia					X	15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

##### Indicador 1.1.2: Fuente productora

N°	Ítem	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
3	¿La empresa reconocer que costos y gastos son los más influyentes en la producción de sus servicios?	Coherencia					X	19
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	
4	¿La empresa considera dentro de los gastos solo aquellos que se relacionen directamente con la generación de rentas de la empresa?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.2: Criterio de razonabilidad****Indicador 1.2.1: Deducibilidad de egresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
5	¿Los gastos que se realizan son acorde al tamaño de la empresa?	Coherencia					X	19
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	
6	¿La empresa considera procedimientos para la deducibilidad gasto como la bancarización y otros?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
7	¿La empresa cuenta con evidencias complementarias para sustentar el gasto como contratos, quías de remisión, extractos bancarios y otro?	Coherencia					X	17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia				X		

**Indicador 1.2.2: Ingresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
8	¿La empresa considerar en sus declaraciones absolutamente todos los ingresos que perciba de sus actividades ordinarias y no ordinarias?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.3: Criterio de proporcionalidad****Indicador 1.3.1: Salida de dinero**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
9	¿La empresa cuenta con una proporcionalidad de gastos invertidos en la producción con la capacidad de generar ingresos?	Coherencia					X	17
		Claridad			X			
		Escala				X		
		Relevancia					X	
10	¿La empresa cuenta con directivas y normas internas para la ejecución de gastos?	Coherencia				X		16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**Indicador 1.3.2: Volumen de operaciones**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
11	¿La empresa cuenta con un óptimo volumen de operaciones?	Coherencia					X	18
		Claridad					X	
		Escala			X			
		Relevancia					X	
12	¿La empresa controla y monitorea el volumen de sus operaciones para su correcto tratamiento tributario?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**DIMENSIÓN 1.4: Criterio de generalidad****Indicador 1.4.1: Jerarquía dentro de la empresa**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
13	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la jerarquía dentro de la empresa?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.2: Antigüedad del trabajador**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
14	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la antigüedad del trabajador?	Coherencia				X		18
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.3: Área, sección o departamento de trabajo**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
15	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al área, sección o departamento de trabajo?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.4: Rendimiento laboral**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
16	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al rendimiento laboral?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.5: Criterio de normalidad****Indicador 1.5.1: Gastos vinculados con el giro del negocio**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
17	¿Los gastos presentados por la empresa se encuentran vinculados con el giro del negocio?	Coherencia					X	18
		Claridad					X	
		Escala		X				
		Relevancia					X	
18	¿La empresa controla que los gastos realizados por los encargados del manejo de recurso estén vinculados con el giro del negocio?	Coherencia		X				15
		Claridad					X	
		Escala		X				
		Relevancia				X		

**Indicador 1.5.2: Operaciones del contribuyente**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿La empresa brinda servicios que cumplan con los estándares del cliente?	Coherencia					X	19
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	
20	¿La empresa cumple con sus obligaciones como contribuyente?	Coherencia				X		15
		Claridad		X				
		Escala					X	
		Relevancia		X				

**VARIABLE 2: Gastos de representación****DIMENSIÓN 2.1: Implicancias en el IGV****INDICADOR 2.1.1: Requisitos formales**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
21	¿Con que frecuencia se revisa que el IGV en el comprobante de pago se encuentre desglosado?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia			X		X	
22	¿Con que frecuencia se revisa que en el comprobante de pago se consignen el nombre y número del RUC del emisor?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
23	¿La empresa cumple con realizar la bancarización de sus gastos de representación mayores a s/ 2000.00?	Coherencia					X	16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia		X				
24	¿La empresa cumple con llevar su registro de compras según lo establecido por la norma tributaria?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
25	¿La empresa realiza la validación de sus comprobantes de pago de los gastos de representación antes de ser considerados en su registro de compras?	Coherencia				X		18
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**INDICADOR 2.1.2: Requisitos sustanciales**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
26	¿La empresa realiza un presupuesto de los gastos de representación que realizará cada mes?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
27	¿La empresa considera para el presupuesto de sus gastos de representación mensual el tope máximo que establece la SUNAT?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
28	¿La empresa cumple con no exceder el 0.5% de los ingresos brutos acumulados para realizar gastos de representación?	Coherencia					X	16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**Dimensión 2: Implicancias en el Impuesto a la Renta****Indicador 2.2.1: Adiciones tributarias**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
29	¿EL gerente conoce la normativa que regula los gastos de representación para evitar incurrir en adiciones tributarias?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
30	¿Con qué frecuencia la empresa ha recibido notificaciones de la administración tributaria por considerar gastos de alimentos, viajes, hospedaje, entre otros?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
31	¿Con que frecuencia la empresa incurre en gastos de representación como en alimentos, bebidas, entre otros y utiliza su crédito fiscal?	Coherencia					X	16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
32	¿La empresa cuenta con políticas internas para controlar y limitar los gastos de representación que realice?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.2: Deducciones tributarias**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
33	¿La empresa aprovecha las deducciones fiscales relacionadas con los gastos de representación en sus declaraciones de impuestos?	Coherencia					X	19
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia				X		
34	¿La empresa incluye los gastos de representación para su planificación tributaria anual y mensual?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
35	¿Con que frecuencia la empresa ha incurrido en gastos que permitan conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales?	Coherencia					X	16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
36	¿Con que frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación?	Coherencia					X	19
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.3: Reparos tributarios**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
37	¿La empresa realiza el análisis de costo-beneficio antes de realizar gastos de representación?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

38	¿Con que frecuencia la empresa ha tenido que pagar multas por haber considerado gastos de representación fuera de los límites establecidos?	Loherencia				X	18
		Claridad			X		
		Escala			X		
		Relevancia				X	
39	¿La empresa toma en cuenta los riesgos a los que incurre cuando realiza gastos como alimentación, hospedaje transporte, entre otros?	Loherencia				X	16
		Claridad		X			
		Escala				X	
		Relevancia		X			
40	¿La empresa cuenta con el sustento para justificar la relación comercial o la naturaleza comercial de sus gastos de representación?	Loherencia			X		18
		Claridad			X		
		Escala				X	
		Relevancia				X	

Huancayo, enero de 2024



Lic. Isabel Luz Pardo Páez  
 DIRECTORA ACADÉMICA  
 P. N. 100106455

### Experto 3: Mag. Evelyn Elizabeth Rojas Mayta



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Instrumento para validar un cuestionario**  
**Método basado en juicio de expertos**  
**Coefficiente de validez de contenido (Hernández-Nieto, 2002)**

Evaluador	Mg. Evelyn Elizabeth Rojas Mayta	DNI	44894820
Institución	Sociedad Hispana de Investigadores Científicos	Teléfono	944919042
Cargo	Docente - investigadora	Fecha	13/01/2024

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos "Principio de causalidad" y "Gastos de representación" que hacen parte de la investigación "Principio de causalidad y gastos de representación en empresas de publicidad del distrito de El Tambo 2023". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### INDICADORES

<b>COHERENCIA</b>	: El ítem mide la variable presente en el cuadro de congruencia metodológica
<b>CLARIDAD</b>	: El ítem es claro (no genera confusión o contradicciones)
<b>ESCALA</b>	: El ítem puede ser contestado de acuerdo a la escala que presenta el instrumento.
<b>RELEVANCIA</b>	: El ítem, es ítem relevante para cumplir con las preguntas y objetivos del estudio.

#### Escala de valores

1: Inaceptable	2: Deficiente	3: Regular	4: Bueno	5: Excelente
----------------	---------------	------------	----------	--------------

#### VARIABLE X: Principio de causalidad

##### DIMENSIÓN 1.1: Criterio de necesidad

##### Indicador 1.1.1: Generación de rentas

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
1	¿La empresa viene generando ganancias estos últimos años?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
2	¿Todos los beneficios obtenidos por las actividades diarias son registrados para el pago de impuestos?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

##### Indicador 1.1.2: Fuente productora

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
3	¿La empresa reconocer que costos y gastos son los más influyentes en la producción de sus servicios?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
4	¿La empresa considera dentro de los gastos solo aquellos que se relacionen directamente con la generación de renta de la empresa?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.2: Criterio de razonabilidad****Indicador 1.2.1: Deducibilidad de egresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
5	¿Los gastos que se realizan son acorde al tamaño de la empresa?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
6	¿La empresa considera procedimientos para la deducibilidad gasto como la bancarización y otros?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
7	¿La empresa cuenta con evidencias complementarias para sustentar el gasto como contratos, quías de remisión, extractos bancarios y otro?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

**Indicador 1.2.2: Ingresos**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
8	¿La empresa considerar en sus declaraciones absolutamente todos los ingresos que perciba de su actividades ordinarias y no ordinarias?	Coherencia				X		17
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.3: Criterio de proporcionalidad****Indicador 1.3.1: Salida de dinero**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
9	¿La empresa cuenta con una proporcionalidad de gastos invertidos en la producción con la capacidad de generar ingresos?	Coherencia				X		15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
10	¿La empresa cuenta con directivas y normas internas para la ejecución de gastos?	Coherencia					X	15
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**Indicador 1.3.2: Volumen de operaciones**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
11	¿La empresa cuenta con un óptimo volumen de operaciones?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
12	¿La empresa controla y monitorea el volumen de sus operaciones para su correcto tratamiento tributario?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia			X			

**DIMENSIÓN 1.4: Criterio de generalidad****Indicador 1.4.1: Jerarquía dentro de la empresa**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
13	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la jerarquía dentro de la empresa?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.2: Antigüedad del trabajador**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
14	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo a la antigüedad del trabajador?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	



**Indicador 1.4.3: Área, sección o departamento de trabajo**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
15	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al área, sección o departamento de trabajo?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.4.4: Rendimiento laboral**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
16	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo al rendimiento laboral?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**DIMENSIÓN 1.5: Criterio de normalidad****Indicador 1.5.1: Gastos vinculados con el giro del negocio**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
17	¿Los gastos presentados por la empresa se encuentran vinculados con el giro del negocio?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
18	¿La empresa controla que los gastos realizados por los encargados del manejo de recurso estén vinculados con el giro del negocio?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 1.5.2: Operaciones del contribuyente**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
19	¿La empresa brinda servicios que cumplan con los estándares del cliente?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
20	¿La empresa cumple con sus obligaciones como contribuyente?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**VARIABLE 2: Gastos de representación****DIMENSIÓN 2.1: Implicancias en el IGV****INDICADOR 2.1.1: Requisitos formales**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
21	¿Con que frecuencia se revisa que el IGV en el comprobante de pago se encuentre desglosado?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
22	¿Con que frecuencia se revisa que en el comprobante de pago se consignen el nombre y número del RUC del emisor?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
23	¿La empresa cumple con realizar la bancarización de sus gastos de representación mayores a s/ 2000.00?	Coherencia					X	16
		Claridad			X			
		Escala					X	
		Relevancia			X			
24	¿La empresa cumple con llevar su registro de compras según lo establecido por la norma tributaria?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
25	¿La empresa realiza la validación de sus comprobantes de pago de los gastos de representación antes de ser considerados en su registro de compras?	Coherencia				X		18
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**INDICADOR 2.1.2: Requisitos sustanciales**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
26	¿La empresa realiza un presupuesto de los gastos de representación que realizará cada mes?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia		X				
27	¿La empresa considera para el presupuesto de sus gastos de representación mensual el tope máximo que establece la SUNAT?	Coherencia					X	18
		Claridad				X		
		Escala				X		
		Relevancia					X	
28	¿La empresa cumple con no exceder el 0.5% de los ingresos brutos acumulados para realizar gastos de representación?	Coherencia					X	16
		Claridad		X				
		Escala					X	
		Relevancia		X				

**Dimensión 2: Implicancias en el Impuesto a la Renta****Indicador 2.2.1: Adiciones tributarias**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
29	¿EL gerente conoce la normativa que regula los gastos de representación para evitar incurrir en adiciones tributarias?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
30	¿Con qué frecuencia la empresa ha recibido notificaciones de la administración tributaria por considerar gastos de alimentos, viajes, hospedaje, entre otros?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia		X				
31	¿Con que frecuencia la empresa incurre en gastos de representación como en alimentos, bebidas, entre otros y utiliza su crédito fiscal?	Coherencia					X	17
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia		X				
32	¿La empresa cuenta con políticas internas para controlar y limitar los gastos de representación que realice?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.2: Deducciones tributarias**

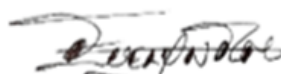
N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
33	¿La empresa aprovecha las deducciones fiscales relacionadas con los gastos de representación en sus declaraciones de impuestos?	Coherencia				X		16
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia		X				
34	¿La empresa incluye los gastos de representación para su planificación tributaria anual y mensual?	Coherencia					X	17
		Claridad				X		
		Escala					X	
		Relevancia		X				
35	¿Con que frecuencia la empresa ha incurrido en gastos que permitan conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales?	Coherencia					X	16
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
36	¿Con que frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	

**Indicador 2.2.3: Reparos tributarios**

N°	Item	Indicador	Escala de valores					Total
			1	2	3	4	5	
37	¿La empresa realiza el análisis de costo-beneficio antes de realizar gastos de representación?	Coherencia					X	20
		Claridad					X	
		Escala					X	
		Relevancia					X	
38	¿Con que frecuencia la empresa ha tenido que pagar multas?	Coherencia					X	18

	por haber considerado gastos de representación fuera de los límites establecidos?	Claridad			X		
		Escala			X		
		Relevancia				X	
39	¿La empresa toma en cuenta los riesgos a los que incurre cuando realiza gastos como alimentación, hospedaje, transporte, entre otros?	Coherencia				X	
		Claridad				X	
		Escala				X	
		Relevancia		X			
40	¿La empresa cuenta con el sustento para justificar la relación comercial o la naturaleza comercial de sus gastos de representación?	Coherencia				X	
		Claridad				X	
		Escala				X	
		Relevancia				X	

Huancayo, enero de 2024



Mg. CPC Evelyn Rojas Mayta

Firma de evaluador

Apellidos y nombres: Rojas Mayta Evelyn

Evaluador

## Anexo 4. Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable Independiente Principio de causalidad	De acuerdo con el artículo 37.º de la Ley del Impuesto a la Renta (2023). «A fin de establecer la renta neta de tercera categoría se deducirá de la renta bruta los gastos necesarios para producirla y mantener su fuente, así como, los vinculados con la generación de ganancias de capital» (p. 44) En ese sentido, el principio de causalidad básicamente hace referencia a los motivos o los fines que se persiguen con una acción. Al principio de causalidad se le suman ciertos criterios para determinar la deducibilidad del gasto: necesario, razonable, proporcional, general y normal.	Criterio de necesidad	Ulloa (2020) refiere que el criterio de necesidad, es cuando. «Es imprescindible el gasto para generar rentas o mantener la fuente productora. Por otro lado, de forma amplia, es el gasto que podrá ser deducido si tiene relación potencial e indirecta con el giro del negocio, teniendo vínculo razonable» (p. 19).	Generación de rentas Fuente productora
		Criterio de razonabilidad	De acuerdo con Villanueva (2007) el criterio de razonabilidad. «Debe evaluarse en función a los ingresos del contribuyente. Este criterio es complementario de la causalidad subjetiva, en el sentido de que son gastos destinados a generar rentas gravadas, los cuales deben ser razonablemente proporcionales a los ingresos generados» (p. 103).	Gastos destinados a generar rentas gravadas Ingresos del contribuyente
		Criterio de proporcionalidad	Cáceres (2021) refiere que el criterio de proporcionalidad. «Alude a un parámetro meramente cuantitativo, centrado en verificar si la salida de dinero realizado por una empresa guarda debida proporción con su giro de negocio y el volumen de sus operaciones» (p. 2).	Giro de negocio Volumen de las operaciones
		Criterio de generalidad	Para Carrillo (2022) es un criterio aplicable en la deducción de los gastos en favor del personal, por el cual se exige que	Jerarquía dentro de la empresa

	<p>sí. «La empresa decide otorgar un beneficio a favor del trabajador, se lo otorgue al resto de trabajadores, salvo que se pueda identificar un criterio de diferenciación objetiva» (p. 4). Como la jerarquía dentro de la empresa, antigüedad del trabajador, área, sección o departamento de trabajo y el rendimiento laboral.</p>	<p>Antigüedad del trabajador Área, sección o departamento de trabajo Rendimiento laboral</p>
<p>Criterio de normalidad</p>	<p>Ulloa (2020) por normalidad se refiere a. «Los gastos vinculados con el giro del negocio, siendo este el criterio cualitativo del gasto. Se basa en los gastos que realicen los contribuyentes con la finalidad de generación de rentas, corresponderá guardar relación con las operaciones del contribuyente» (p. 19).</p>	<p>Gastos vinculados con el giro del negocio Operaciones del contribuyente</p>

---

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Conceptualización	Indicadores
Variable Dependiente Gastos de representación	Según Chávez (2006) los gastos de representación. «Son aquellos egresos que realiza la empresa con la finalidad de ser representada fuera de su domicilio fiscal y con el objetivo de fortalecer su imagen y mejorar su posición en el mercado con sus clientes» (p. 321). Estos gastos tienen implicancias en el Impuesto a la Renta y en el IGV.	Implicancias en el IGV	Sunat (2024) expresa que el IGV. «Es un impuesto que pagamos todos los ciudadanos al realizar una adquisición, es decir se cobra en la compra final del bien o servicio» (p. 1). Y el término implicancia hace referencia a las repercusiones o efectos, por ello se puede decir que las implicancias del IGV son los requisitos o límites que establece la normativa para que el crédito fiscal del gasto de representación pueda ser utilizado. Siendo estos el cumplimiento de los requisitos formales y sustanciales.	Requisitos formales  Requisitos sustanciales
		Implicancias en el Impuesto a la renta	El Ministerio de Economía y Finanzas (2024) explica que. «El impuesto a la renta es un tributo que se determina anualmente, tiene vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre» (p. 1). El término implicancia hace referencia a las repercusiones o efectos, por ello se puede decir que las implicancias del IR son las consideraciones que hay que tener en cuenta para su cálculo anual, entre ellas se tiene a las adiciones tributarias, las deducciones tributarias y los reparos tributarios.	Adiciones tributarias Deducciones tributarias  Reparos tributarios

## Anexo 5. Matriz de operacionalización del instrumento

## Variable X: Principio de causalidad

Variables	Dimensiones	Indicador	Ítems	Escala valorativa	Valor final	Instrumento	Tipo de variable	
Variable Asociativa Principio de causalidad	Criterio de necesidad	Generación de rentas	1	¿La empresa viene generando ganancias estos últimos años?	Escala de Likert 5= Siempre 4= Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	Escala ordinal 3 = Óptima 2 = Regular 1 = Deficiente	Cuestionario de encuesta / escala ordinal de Likert	
			2	¿Todos los beneficios obtenidos por las actividades diarias son registrados para el pago de impuestos?				
		3	¿La empresa reconoce qué costos y gastos son los más influyentes en la producción de sus servicios?					
	Criterio de razonabilidad	Fuente productora	Gastos destinados a generar rentas gravadas	4	¿La empresa considera dentro de los gastos solo aquellos que se relacionen directamente con la generación de renta de la empresa?	3 = A veces 2 = Casi nunca 1 = Nunca	Óptima Regular Deficiente	Cuestionario de encuesta / escala ordinal de Likert
				5	¿Los gastos que se realizan son acorde al tamaño de la empresa?			
				6	¿La empresa considera procedimientos para la deducibilidad gasto como la bancarización y otros?			
				7	¿La empresa cuenta con evidencias complementarias para sustentar el gasto como contratos, guías de remisión, extractos bancarios y otro?			

---

	Ingresos del contribuyente	8	¿La empresa considerar en sus declaraciones absolutamente todos los ingresos que perciba de su actividades ordinarias y no ordinarias?
	Giro de negocio	9	¿La empresa cuenta con una proporcionalidad de gastos invertidos en la producción con la capacidad de generar ingresos?
Criterio de proporcionalidad		10	¿La empresa cuenta con directivas y normas internas para la ejecución de gastos?
	Volumen de las operaciones	11	¿La empresa cuenta con un óptimo volumen de operaciones?
		12	¿La empresa controla y monitorea el volumen de sus operaciones para su correcto tratamiento tributario?
	Jerarquía dentro de la empresa	13	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo con la jerarquía dentro de la empresa?
Criterio de generalidad	Antigüedad del trabajador	14	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo con la antigüedad del trabajador?
	Área, sección o departamento de trabajo	15	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo con el área, sección o departamento de trabajo?
	Rendimiento laboral	16	¿Los beneficios y bonificaciones a los empleados se otorgan de acuerdo con el rendimiento laboral?

---



Criterio de normalidad	Gastos vinculados con el giro del negocio	17	¿Los gastos presentados por la empresa se encuentren vinculado con el giro el negocio?
		18	¿La empresa controla que los gastos realizados por los encargados del manejo de recurso estén vinculados con el giro del negocio?
	Operaciones del contribuyente	19	¿La empresa brinda servicios que cumplan con los estándares del cliente?
		20	¿La empresa cumple con sus obligaciones como contribuyente?

#### Variable Y: Gastos de representación

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala valorativa	Valor final	Instrumento	Tipo de variable	
Variable Dependiente Gastos de representación	Implicancias en el IGV	Requisitos formales	1	¿Con que frecuencia se revisa que el IGV en el comprobante de pago se encuentre disgregado?	Escala de Likert 5= Siempre 4= Casi siempre 3 = A veces 2 = Casi	Escala ordinal 3 = Buena 2 = Regular 1 = Mala	Cuestionario de encuesta / escala ordinal de Likert	Tipo: variable
			2	¿Con que frecuencia se revisa que en el comprobante de pago se consignen el nombre y número del RUC del emisor?				categórica
			3	¿La empresa cumple con realizar la bancarización de sus gastos de representación mayores a s/ 2000.00?				Naturaleza: Cualitativa
			4	¿La empresa cumple con llevar su registro de compras según lo establecido por la norma tributaria?				
			5	¿La empresa realiza la validación de sus comprobantes de pago de los gastos de representación antes de ser considerados en su registro de compras?				Escala: ordinal

---

		6	¿La empresa realiza un presupuesto de los gastos de representación que realizará cada mes?	nunca 1 = Nunca
	Requisitos sustanciales	7	¿La empresa considera para el presupuestos de sus gastos de representación mensual el tope máximo que establece la Sunat?	
		8	¿La empresa cumple con no exceder el 0.5% de los ingresos brutos acumulados para realizar gastos de representación?	
		9	¿EL gerente conoce la normativa que regula los gastos de representación para evitar incurrir en adiciones tributarias?	
	Adiciones tributarias	0	¿Con qué frecuencia la empresa ha recibido notificaciones de la administración tributaria por considerar gastos de alimentos, viajes, hospedaje, entre otros?	
		1	¿Con que frecuencia la empresa incurre en gastos de representación como en alimentos, bebidas, entro otros y utiliza su crédito fiscal?	
		1	¿La empresa cuenta con políticas internas para controlar y limitar los gastos de representación que realice?	
Implican cias en el		1	¿La empresa aprovecha las deducciones fiscales relacionadas con los gastos de representación en sus declaraciones de impuestos?	
Impuest o a la Renta	Deducciones tributarias	1	¿La empresa incluye los gastos de representación para su planificación tributaria anual y mensual?	
		1	¿Con que frecuencia la empresa ha incurrido en gastos que permitan conseguir nuevos clientes o mantener a los actuales?	
		1	¿Con que frecuencia la empresa cumple con los requisitos necesarios para sustentar los gastos de representación?	
		1	¿La empresa realiza el análisis de costo-beneficio antes de realizar gastos de representación?	
	Reparos tributarios	1	¿Con que frecuencia la empresa ha tenido que pagar multas por haber considerado gastos de representación fuera de los límites establecidos?	
		1	¿La empresa toma en cuenta los riesgos a los que incurre cuando realiza gastos como alimentación, hospedaje, transporte, entre otros?	
		9		

---

---

2 ¿La empresa cuenta con el sustento para justificar la relación comercial o la naturaleza  
0 comercial de sus gastos de representación?

---

## Anexo 6. Solicitud a Sunat de la población de estudio



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"  
"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

**CARTA N.º 089-2023-SUNAT/7N0600**

Huancayo, 24 de abril de 2023

Señora (ta):  
NOEMI SOLEDAD MEZA GALA  
DNI N.º 74623647  
Pasaje Santa María N.º124

**Chica**

**Asunto** : Información sobre solicitud  
**Referencia** : Expediente N.º 000-URD999-2023-375656

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en atención al documento de la referencia, mediante el cual solicita se le proporcione la relación de empresas inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a la fecha, dedicadas a la actividad económica correspondiente al CIIU 7310 y cuyo domicilio fiscal se encuentra ubicado en el distrito de El Tambo.

Al respecto, el numeral 1 del artículo 117º del Texto Único Ordenado de la Ley N.º 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N.º 004-2019-JUS, establece que cualquier administrado, individual o colectivamente, puede promover por escrito el inicio de un procedimiento administrativo ante todas y cualesquiera de las entidades, ejerciendo el derecho de petición reconocido en el artículo 2 inciso 20) de la Constitución Política del Estado.

En ese sentido, atendiendo a que la información solicitada no se encuentra dentro de los alcances de la reserva tributaria normada en el artículo 85º del Texto Único Ordenado del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo N.º 133-2013-EF y normas modificatorias, como tampoco dentro de los supuestos de reserva a que se refiere la Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales, adjunto al presente en seis (06) folios la relación de las personas naturales y jurídicas inscritas en el Registro Único de Contribuyentes al 14 de abril de 2023, afectas a rentas de tercera categoría (Régimen General, Régimen Especial, Régimen MYPE Tributario o Nuevo Régimen Único Simplificado), dedicadas a la actividad económica correspondiente a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme 7310 (Publicidad) y cuyo domicilio fiscal se encuentra ubicado en el distrito de El Tambo.

Finalmente, informarle que usted puede acceder a la información relativa al Registro Único de Contribuyentes a través de la dirección en internet <http://www.sunat.gob.pe>.

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

Atentamente,



Firmado digitalmente por  
HUANCA RÓNDINEL  
Karen Paola FAU  
20131112965 10ff  
Fecha: 2023.04.24  
14:13:20 -05'00'

KPHR/ach  
Expediente N.º 000-URD999-2023-375656

## Anexo 7. Data de contribuyentes solicitadas a Sunat

RELACIÓN DE PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS DEL DISTRITO DE EL TAMBO, DEDICADAS A LA ACTIVIDAD ECONOMICA CIU 73100, AFECTOS RENTAS DE TERCERA CATEGORÍA: RUC, APELLIDOS Y NOMBRES / DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL			
N.º	RUC	APELLIDOS Y NOMBRES/DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL	PYME TRIBUTARIO
1	20588288997	3D COMPANY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
2	20810503809	5GEN S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
3	20804281408	ACTIMARKAS BTL EVENTOS Y MAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
4	20805515810	ACTIVE SKILL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
5	10416087747	ACUNA ESPINOZA MARIBEL ESTHER	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
6	20600242262	AGENCIA DE INVESTIGACION MARKETING Y PUBLICIDAD-ACTIVA E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
7	20801907853	AGENCIA DE PUBLICIDAD MALLMA S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
8	20600084981	AGENCIA DE PUBLICIDAD Y MARKETING DETALLES S.A.C.	REGIMEN GENERAL
9	20588383762	AGENCIA PUBLICITARIA VILLEGAS E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
10	20801900098	AGENCIA VILLEGAS S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
11	20489372330	ALIAGA HURTADO E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
12	10200380571	ALMONACID CASO REDIA HERMELINDA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
13	20589037568	ALTO ENFOQUE S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
14	10703994844	AMARO COSQUILLO ROY ROBERT	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
15	20573856778	ANDE'S FACTORY EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - AD FACTORY E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
16	20573874877	ANDO BUSCANDO E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
17	20808714244	ANNY & CO CREATIVE BUSINESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
18	10444978525	ARELLANO PARRAGA JESSICA PILAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
19	10411390727	ARENALES ENERO RONY BRAULIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
20	10481888968	ARTEAGA PUCUHUAYLA WAGNER FRANK	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
21	20601987024	ASESORIA CONSULTORIA SERVICIOS R & A FLORES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
22	10200288940	BARONI ORELLANA ROCIO MARISOL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
23	10199957762	BARRETO CHIPANA CARLOS ROBERTO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
24	10199194821	BARRETO CHIPANA MANUEL GUILLERMO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
25	10208945333	BARZOLA PEREZ RAUL MARCIAL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
26	10201197541	BASTIDAS GARCIA YOEL ROBINSON	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
27	10200804267	BERNAL CAMPOSANO ROSARIO CONSUELO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
28	10198708271	BRICEÑO TORRES JAVIER CESAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
29	20802054285	BUHOX E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
30	20488238875	C & P COMUNICACIONES Y PUBLICACIONES SRL	MYPE TRIBUTARIO
31	10200390218	CAMAC TORRES ULICES	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
32	10200120885	CAPORATA ROMERO WALTER FERNANDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
33	20488955237	CAPS S.A.C.	REGIMEN GENERAL
34	10482805485	CARHUALLANQUI YANCE CARLOS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
35	10465118722	CARRASCO SAUNI EDWIN CESAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
36	10199294747	CASTRO CHIPANA LUIS RODOLFO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
37	10083081401	CASTRO LAURENTE FELTON DAVID	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
38	10488293108	CASTRO SANABRIA JUDITH DIANA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
39	104898989369	CERRON INGA EDBEN JORGE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
40	10480247804	CHIRINOS CABEZAS JUAN DIEGO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
41	20485917828	CIELOS DE LA COMUNICACION E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
42	20801353874	CIMARK COMUNICACION CORPORATIVA S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
43	10434341962	CISNEROS POMALAZA SUSSY KARLA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
44	10486188281	CLAVO PALACIOS JONATTAN NESTOR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
45	10103515985	COCHACHE CUEVA JESUS IVAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
46	15588324873	COCOGLIATO JONEE DOMINIQUE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
47	10429499173	COLLANTES PEREZ JUANA MARGARITA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
48	20589010358	COMUNICACION IMPRESA S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
49	10415887868	CONDEZO MENDEZ LOURDES ELIZABETH	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
50	10199285799	CONDEZO MENDEZ WALDO EUSEBIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA

51	10199197750	CONDEZO MENDEZ WALTER LUIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
52	10444380854	CONDOR ALFARO ELIZABETH MADELINE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
53	10700218833	CONDORI QUINTO AMELIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
54	20588281785	CONFECIONES FAMED E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
55	20610609466	CONSTRUCTORA & CONSULTORA INCO S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
56	20601145244	CONSTRUCTORA COG GRUPO S.A.C.	REGIMEN GENERAL
57	20601512468	CONSTRUCTORES & SERVICIOS MULTIPLES IMPERIO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD	MYPE TRIBUTARIO
58	20588812389	CONTRATISTAS GENERALES ATB & QUISA S.A.C.	REGIMEN GENERAL
59	20488489057	COPIAS ALFA E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
60	20600084497	CORPORACION DE ALIMENTOS Y SERVICIOS DANVAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
61	20488888895	CORPORACION DE PRENSA ESPECIALIZADA S.A.C.	REGIMEN GENERAL
62	20488788233	CORPORACION FE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
63	20588807554	CORPORACION INVERSIONES BS S.A.C.	REGIMEN GENERAL
64	20608971409	CORPORACION MEDRANO INNOVACIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
65	20603753390	CORPORACION PUBLICITARIA JO & LV S.A.C.	REGIMEN GENERAL
66	20602192041	CRAYOLA VISUAL S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
67	20588728121	CREATIVA PUBLICIDAD Y MARKETING S.A.C.	REGIMEN GENERAL
68	20601937337	CREANDO AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
69	10200889441	CRISOSTOMO OCHOA MANUEL CHARLES	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
70	10488489061	CUNYAS CARDENAS JARRY JEFERSON	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
71	20600097912	DARLEY GROUP S.A.C.	REGIMEN GENERAL
72	10431014721	DAVILA VIVAS FIORELLA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
73	20588888830	DE CARA CON LA VERDAD E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
74	10452174624	DE LA CRUZ APARI NELLY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
75	10204338731	DE LA CRUZ HUAIRE ONORIA CELIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
76	10198285390	DEL VALLE ANDUJAR CIELANA ODETT	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
77	10204171551	DELAO ALANYA MAGNA RIGINA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
78	10403180489	DELGADO ECHEVARRIA ENA MALENA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
79	10200832800	DELZO RIVERA RIVER DARWIN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
80	20588061307	DIARIO ELECTRONICO 4P - PERU S.A.	MYPE TRIBUTARIO
81	20600058585	DIRECCION DE UNIDADES PRODUCTIVAS ACCION E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
82	20541523295	DISEÑOS E INVERSIONES HP E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
83	20604598867	DRAGONFLY S.A.C.	REGIMEN GENERAL
84	20603282848	ECOPUBLI EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
85	20600307534	EDICIONES NACIONALES UNIDAS S.R.L.	REGIMEN GENERAL
86	20588250888	EFAC INVERSIONES S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
87	10200130518	EGOAVIL CASTRO MANUEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
88	20601788827	EMPRESA DE COMUNICACIONES DEL PUEBLO DEL PERU E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
89	20488610256	EMPRESA DE SERVICIOS MULTIPLES ALTERNATIVO SRL	MYPE TRIBUTARIO
90	20573880536	EMPRESA JMC PRODUCCIONES DE EVENTOS S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
91	20605232354	EMPRESA PUBLICITARIA MUNDO DE AVISOS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	MYPE TRIBUTARIO
92	20588335521	ENGINEERS TRAINING TECHNICAL MINING E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
93	10780172377	ESLAVA RUIZ RICHARD CRISTIAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
94	20602348600	ESPACIOS RENTABLES E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
95	20604742341	ESPECTRACOLOR COMPANY S.A.C.	REGIMEN GENERAL
96	10403872438	ESPINOZA MARTINEZ OLIVIA FLOR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
97	10040489024	ESPINOZA ROMERO HORTENCIA VICTORIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
98	20601023670	EVENTOS ESPECIALES VILLANUEVA E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
99	10198213492	FABIAN ZEVALLOS ABEL HUGO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
100	20605972552	FBI GROUP S.A.C.	REGIMEN GENERAL

151	20600676149	KDNA 15 UNETE E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
152	20604528501	KIPU VISUAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
153	20604078530	LA MERFI PUBLICIDAD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
154	10442067053	LAGOS VILLAVICENCIO JULIO MAHY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
155	20167791132	LATINO AMERICANA PRODUCC E.I.RESP.LTDA.	MYPE TRIBUTARIO
156	10731008952	LAURA HILARIO SALLY BESS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
157	10437723261	LAZO QUISPE CIRO ENRIQUE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
158	20610084487	LEBONART S.R.L.	REGIMEN GENERAL
159	10198111932	LEON FERNANDEZ PABLO ATENEDOR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
160	20569038791	LID. ROSS PRODUCCIONES S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
161	10466160607	LIZANA RIVEROS MARICRUZ	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
162	10704001571	LOPEZ SUASNABAR SHIRLEY KRISTEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
163	20602479847	M & B CONSULTING GROUP S.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
164	10434465384	MACASSI FLOR PEDRO JOSE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
165	10414150441	MACHA RODRIGUEZ JESSICA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
166	10199227713	MADUEÑO LAZO LUDOMILIA MARGOT	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
167	10200857955	MALLQUI QUISPE FREDY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
168	10414111853	MAMANI TORRES ROSA MARIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
169	20486649209	MANTARO RADIO TELEVISION & COMUNICACIONES GLOBALES S.A.C.	REGIMEN GENERAL
170	20601409471	MANZANA PODRIDA S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
171	20401351974	MAREY PRODUCCION DE RADIO Y TV E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
172	10800232665	MARQUEZ AGUILAR SEFERINA SEVERA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
173	10200200310	MARQUEZ ESPINOZA BETHSABE OMEGA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
174	10200636738	MATOS ABREGU MARANO SALOMON	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
175	10085244383	MAVILA GALVAN PIO MANUEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
176	10206494251	MAYTA FABIAN FERNANDO JESUS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
177	20486629437	MECATRON S.R.L.	REGIMEN GENERAL
178	10200563480	MEDINA BAQUERZO JUAN JOSE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
179	10483507904	MEDINA SALVADOR BRAYAN JAVIER	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
180	10425107432	MELGAR LAZO VICENTE POOL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
181	20402537346	MEMEDI SRL	MYPE TRIBUTARIO
182	10760020392	MENDOZA UCHARIMA HITLER GLEIL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
183	10448170484	MENDOZA VICUÑA JULIO CESAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
184	10444637302	MESQUA GORA ANGELA MARIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
185	10200193101	MEZA LAURA HILDA DORIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
186	10454949281	MEZA MENDOZA DIANA VALERIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
187	10722966011	MEZA SERRANO ADRIANA NIDYA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
188	10471621701	MORALES CANCHURICRA GIULIANA MARISELA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
189	10445375093	MOSQUERA QUINTANA YONATAN HELEM	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
190	20568832745	MOVIMIENTO E. I.R.L.	REGIMEN GENERAL
191	20568954000	MSL PENCIL E. I.R.L.	REGIMEN GENERAL
192	15129455079	MUBARAK SABAL LEINDA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
193	10200303062	MUSUCANCHA VERASTEGU ROCIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
194	10200995959	MUSUCANCHA VERASTEGU SAUL CESAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
195	20550002800	NANDINA COMUNICACION INTEGRAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
196	20604507341	NATON S.A.C.	REGIMEN GENERAL
197	10748336058	NAVAS SALAZAR RUBEN ARMANDO HERNAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
198	20601071437	NEURO INSIGHT E. I.R.L.	REGIMEN GENERAL
199	10446112908	NINAMANGO NINAMANGO LUIS MIGUEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
200	20606201061	NODOS GLOBAL MEDIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO

101	10200496219	FERRUZO RAGGIO ITALO ALESSANDRO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
102	20608290011	FESTIVAL PERU CENTRAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - FEPECE S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
103	10454476641	FLORES UGARTE IRVING JONATAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
104	10200575453	FRANCO ZACARIAS SILVIA PAOLA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
105	10428415537	GAMBOA PARI WILLIAN EDUARDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
106	10199087148	GARCIA CORTUO ENRIQUE EDUARDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
107	10199794359	GARCIA DE ESCOBAR MARGARITA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
108	20601317916	GMX MARKETING Y SISTEMAS E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
109	10763973561	GOMEZ ZEVALLOS MIREYA LIZ	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
110	10470622011	GOMEZ ZEVALLOS VICTOR ALFONSO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
111	20486081911	GRAFICS NEON EIRLTD	MYPE TRIBUTARIO
112	20601647533	GRUPO ALN MERCHANDISING E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
113	20568677243	GRUPO CENTRO, SERVICIOS DE COMUNICACION Y GESTION S.R.L.	REGIMEN GENERAL
114	20602604064	GRUPO DE INVERSIONES N Y V S.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
115	20603469110	GRUPO FERRAN'D S.A.C.	REGIMEN GENERAL
116	20602079989	GRUPO PUBLICIDAD Y GESTION S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
117	20603266464	GRUPO VM S.A.C.	REGIMEN GENERAL
118	20541593072	GUIMAS HERMANOS E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
119	10425219834	GUTIERREZ QUISPE JULIO CESAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
120	10200283207	HINOSTROZA CERRON BERNARDINA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
121	20541322125	HISPA - ANDES FILMS E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
122	20602599109	HISPANA GRAFIC S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
123	20602378366	HOOK ESTUDIO E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
124	10467194149	HORMAZA RODRIGUEZ SILVERIO ADMIR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
125	10198202687	HUACHIN YUPARI LUIS ARTURO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
126	10701159379	HUACHOS PEREZ RUTH KATTY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
127	10452014195	HUAMAN EULOGIO DAYANA ESTEFANY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
128	10766034255	HUAMAN MATEO JAZMINE MABEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
129	10442454235	HUAYLLANI DE LA CRUZ FRANCISCO DAVID	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
130	10200773999	HURTADO GAMBOA OLGA TEODOSIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
131	20485849182	I & P GRAPHICS EIRL	MYPE TRIBUTARIO
132	20541367811	I.R. COMUNIMAGEN S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
133	20568504578	IMAGEN & ARTE PUBLICISTAS S.A.C.	REGIMEN GENERAL
134	20568088841	INDIGOS PRODUCCIONES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	MYPE TRIBUTARIO
135	20604664510	INDUSTRIA EDITORA PREMIER EMPRESA INDMDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
136	20600433858	INDUSTRIA GRAFICA BRANDING S.R.L.	REGIMEN GENERAL
137	20606003014	INDUSTRIA GRUPO ALPA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
138	10703209241	INGA GOMEZ JEANETT ANGELA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
139	10200807061	INGA VILCAS JULIAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
140	20600370660	INGENIEROS CONTRATISTAS 3L SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
141	20486279274	INGEPLU'S S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
142	20604534641	INTI CRUW E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
143	20541374516	INVERSIONES & SERVICIOS MULTIPLES 'FYM' EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	MYPE TRIBUTARIO
144	20600653157	INVERSIONES INFINITUM CORPORACION S.A.C.	REGIMEN GENERAL
145	20486294231	INVERSIONES MARIA CUADROS RAMOS S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
146	20601392519	INVERSIONES POCORI E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
147	20568244649	J.A.M. VISION PUBLICITARIA S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
148	10201116606	JESUS TAPARA PATTY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
149	20605065954	JJC COMPANY S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
150	10198246463	JUSTANO FERNANDEZ ALFREDO AGUSTIN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA



201	20600537831	NOVIMARK S.A.C.	REGIMEN GENERAL
202	17282416662	OBRIEN LIENDO MOISES MIGUEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
203	10199306494	OCHOA DAVILA MARITZA SOCORRO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
204	10420926567	ORE RIVERA MIGUEL HENRRY	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
205	10750206587	ORELLANA DE LA CRUZ MARLENY GENOVEVA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
206	20568874154	ORIGIN ALL PERU SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
207	20226899911	P & P CREATIVOS ASOCIADOS EIRL	MYPE TRIBUTARIO
208	10201182536	PANTOJA AGUILA MARIA DEL ROSARIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
209	10452559116	PARI VALLADOLID INDIRA EVELYN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
210	20602383033	PARI'S GRAPH E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
211	10801413698	PERALTA RIVEROS LUIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
212	10470844367	PEREZ LLACZA KEVIN ARNOLD	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
213	20568673841	PERU BUY & SHARE S.A.C.	REGIMEN GENERAL
214	20541394541	PLASMO PUBLICIDAD EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - PLASMO PUBLICIDAD	MYPE TRIBUTARIO
215	20568043074	PMT PUBLICIDAD Y MARKETING TOTAL S.R.L	MYPE TRIBUTARIO
216	10200379646	POMALAZA CUADROS ARAM JESUS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
217	10761970149	PONCE DOMINGUEZ LUIYI JANPERRE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
218	10200198897	PRADO CARMONA PABLO TEOFILO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
219	20602263224	PRIMER NIVEL MERCAD20 S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
220	20602658431	PRINTARI GRAPH S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
221	20569042390	PRODUCCIONES GENERALES ESMADI Y MAICK S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
222	20568498829	PRODUCCIONES SANLOP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
223	20175707221	PROMOT DE ESPECT Y PUBL BARRETO HNOS SRL	MYPE TRIBUTARIO
224	20568024444	PROYECTA 360° S.R.L	MYPE TRIBUTARIO
225	20401772309	PUBLICACIONES VALLE DEL MANTARO EIRL	MYPE TRIBUTARIO
226	20609169207	PUBLICIDAD MAXSTUDIO S.R.L	REGIMEN GENERAL
227	20172743171	PUBLICISTAS SOLIS Y ASOCIADOS S.R.LTDA	MYPE TRIBUTARIO
228	20487287581	PUBLIGRAFICAS EUROS E.I.R.L	REGIMEN GENERAL
229	20443708678	PUBLIMAR S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
230	20487017010	PUBLIPRINT EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
231	20487288471	PUSERMUL EIDAN E.I.R.L	REGIMEN GENERAL
232	10198491239	QUESADA VERGARAY ANDRES	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
233	10406517140	QUISPE SAMAME ELIAS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
234	10200515205	QUISPE VILLVERDE MAGDALENA DEL PILAR	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
235	10200811394	RAMOS JOAQUIN RONALDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
236	20602699821	REALC SERVICE S.A.C.	REGIMEN GENERAL
237	10407975532	REYMUNDO ARONES ALVARA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
238	10199132993	RIOS CANO JOSE ANTONIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
239	10406150033	RIOS LAZO GAYDA KARINA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
240	10200901831	RIVERA INGAROCA EDDY MARGOT	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
241	20602442307	RS MERCADO GROUP S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
242	20487007057	RUBY MODELS AGENCY E.I.R.L	REGIMEN GENERAL
243	10446946833	SAENZ CARBAJAL CARLOS WILBER	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
244	10200118206	SAMANIEGO BARZOLA JUAN	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
245	10452507159	SANJINES CATEÑO CARLOS EDUARDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
246	10467060878	SANTIAGO MAURICIO HEBER	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
247	10200328243	SARAVIA GALDOS JOSE MAXIMO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
248	20601433339	SERCONS GENERALES VALSAO S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
249	10421506391	SHIRAIISHI CANCHAYA JUAN MANUEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
250	10426433708	SIERRALTA SOTO DANIEL ALEJANDRO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA

251	10430997632	SOCUALA YA POMAYAY MARCO RICARDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
252	20573880674	SOLUCIONES ORGANICAS C & L E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
253	10431811974	SOTO MIRANDA CESAR AUGUSTO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
254	10445759428	SUELDO CARRASCO LILIANA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
255	10724516071	SUELDO SANTOS CHRISTIAN HENRI	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
256	10403672403	SURICHAQUI ROMAN RUTH YANET	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
257	10445432461	TAIPE TUNQUE JESSICA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
258	20486943140	TALENTUM PRODUCCIONES S.A.C.	REGIMEN GENERAL
259	10458811101	TALLEDO CHAVEZ CHRISTIAN SALVATORE	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
260	20487192288	TAXI PRESIDENCIAL SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	REGIMEN GENERAL
261	10198766777	TERBULLINO TOVAR ISAIAS ANTONINO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
262	20573870841	TIMELINE E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
263	20568364547	TODO COMUNIK BTL S.A.C.	REGIMEN GENERAL
264	10476570854	TORIBIO ANGO BRIAN DAVIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
265	20609805146	VACAMA CORP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
266	10198801505	VALENCIA BALDEON ALBERTO TEODORO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
267	10201131176	VELARDE ARANCIBIA CESAR EDUARDO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
268	20568216947	VIAN COMPANY S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
269	10040503779	VIDAL ROMERO OVIDIA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
270	10460773739	VILA RAMOS MARLON	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
271	10102670201	VILA SALAS JUAN CARLOS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
272	10204168119	VILCHEZ MEZA EDWIN LUIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
273	10204158041	VILCHEZ MEZA PERCY LUIS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
274	10766815567	VILCHEZ PEREZ MIGUEL ANGEL	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
275	20573890362	VISION DE HALCON ENTERTAINMENT S.A.C.	MYPE TRIBUTARIO
276	20487224589	VISION PANEL PUBLICIDAD E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
277	20487053750	VISTA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	REGIMEN GENERAL
278	20608165216	VL SERGEN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	MYPE TRIBUTARIO
279	20607384933	VOZINA LR SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	MYPE TRIBUTARIO
280	20609727803	VTSAC VERATECNOLOGY E.I.R.L.	REGIMEN GENERAL
281	20600039955	YANCE PRODUCCIONES E.I.R.L.	MYPE TRIBUTARIO
282	10200166375	YANGALI VARGAS JUAN CARLOS	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
283	10198964731	YAURI ANCO HENRRY FLORENCIO	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA
284	10443263957	ZJASNABAR PAYTAN FELICITA	REGIMEN ESPECIAL DE RENTA





### Anexo 9. Método de baremación

**Estadísticos**

V1\_Principio de Causalidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		20.00
Máximo		100.00
Percentiles	50	44.0000
	70	64.0000

	20	44	64	100
MIN	PER30	PER70	MAX	

20-44	Deficiente
45-64	Regular
65-100	Óptima

**Estadísticos**

V1\_D1\_Criterio de necesidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		4.00
Máximo		20.00
Percentiles	50	9.0000
	70	13.0000

	4	9	13	20
MIN	PER30	PER70	MAX	

4-9	Deficiente
10-13	Regular
14-20	Óptima

**Estadísticos**

V1\_D2\_Criterio de razonabilidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		4.00
Máximo		20.00
Percentiles	50	8.0000
	70	14.0000

	4	8	14	20
MIN	PER30	PER70	MAX	

4-8	Deficiente
9-14	Regular
15-20	Óptima

**Estadísticos**

V1\_D3\_Criterio de proporcionalidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		4.00
Máximo		20.00
Percentiles	50	9.0000
	70	13.0000

	4	9	13	20
MIN	PER30	PER70	MAX	

4-9	Deficiente
10-13	Regular
14-20	Óptima

**Estadísticos**

V1\_D4\_Criterio de generalidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		4.00
Máximo		20.00
Percentiles	50	8.0000
	70	13.0000

	4	8	13	20
MIN	PER30	PER70	MAX	

4-8	Deficiente
9-13	Regular
14-20	Óptima

**Estadísticos**

V1\_D5\_Criterio de normalidad

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		4.00
Máximo		20.00
Percentiles	50	9.0000
	70	13.0000

	4	9	13	20
MIN	PER30	PER70	MAX	

4-9	Deficiente
10-13	Regular
14-20	Óptima

**Estadísticos**

V2\_Gastos de Representación

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		20.00
Máximo		100.00
Percentiles	50	44.0000
	70	64.0000

	20	44	64	100
MIN	PER30	PER70	MAX	

20-44	Mala
45-64	Regular
65-100	Buena

**Estadísticos**

V2\_D1\_Implicancias del GV

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		12.00
Máximo		60.00
Percentiles	50	27.9000
	70	38.0000

	12	28	38	60
MIN	PER30	PER70	MAX	

12-28	Mala
29-38	Regular
39-60	Buena

**Estadísticos**

V2\_D2\_Implicancias del IR

N	Válido	92
	Perdidos	0
Mínimo		8.00
Máximo		40.00
Percentiles	50	17.0000
	70	26.0000

	8	17	26	40
MIN	PER30	PER70	MAX	

8-17	Mala
18-26	Regular
27-40	Buena

## Anexo 10. Evidencias



