

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
CONTABLES**



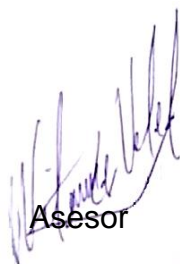
**“LA EXONERACIÓN TRIBUTARIA DE LA LEY DE PROMOCIÓN
PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS
EN ZONAS ALTOANDINAS Y SU APLICACIÓN EN LA ACTIVIDAD
ARTESANAL”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO
EN TRIBUTACIÓN**

MIGUEL ANGEL MARCACUZCO ROCA

Callao - 2020

PERÚ


Asesor


Autor de Tesis

DEDICATORIA

A mi abuela, que desde el cielo me cuida.

A mis padres, esposa e hijos por su
incondicional apoyo.

AGRADECIMIENTO

A mis asesores y jurado de tesis.

A la Unidad de Posgrado de la
UNAC.

ÍNDICE

RESUMEN	12
RESUMO	13
INTRODUCCIÓN	14
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1. Descripción de la realidad problemática	15
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos.	18
1.4. Limitantes de la investigación	18
II. MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes: Internacional y nacional.	19
2.1.1. Tesis titulada “Beneficios tributarios en el desarrollo de las zonas altoandinas del Perú”.	19
2.1.2. Tesis titulada “Efectos de la exoneración del impuesto general a las ventas - IGV de las micro y pequeñas empresas del rubro maderero del distrito de Tambopata, madre de dios periodo 2015”.	19
2.1.3. Tesis titulada “Impacto financiero de la exoneración del impuesto general a las ventas en las empresas de la región amazónica”.	20
2.2. Bases teóricas.	20
2.2.1. De la productividad.	20
2.2.2. La competitividad	22
2.2.3. De la tributación	22
2.2.4 De las exoneraciones tributarias	29
2.2.5. De la ley 29482	29
2.2.6. De la artesanía	32
2.3. Definición de términos básicos.	39
III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	42

3.1. Hipótesis	42
3.1.1. Hipótesis general	42
3.1.2. Hipótesis secundarias	42
3.1.3. Demostración de hipótesis	42
3.2. Definición conceptual de variables.	43
3.2.1. Operacionalización de variable.	43
IV. DISEÑO METODOLÓGICO.	47
4.1. Tipo y diseño de investigación.	47
4.2. Método de investigación.	47
4.3. Población y muestra.	47
4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado	48
4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.	48
4.6. Análisis y procesamiento de datos.	49
V. RESULTADOS.	51
5.1. Resultados descriptivos	51
5.2. Resultados inferenciales.	78
VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	88
6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados	88
6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares.	92
VII. CONCLUSIONES	99
VIII. RECOMENDACIONES	101
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	102
ANEXOS	106
ANEXO 1: Matriz de consistencia	106
ANEXO 2: Operacionalización de variables	109
ANEXO 3: Instrumentos validados	113
ANEXO 4: Base de datos	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Número de empresas que declararon ser beneficiadas por la ley durante el periodo 2010-2015	30
Tabla 02: Número de empresas que efectivamente fueron beneficiados por la Ley durante el periodo 2010-2015 (exoneración del IGV)	31
Tabla 03: Artesanos Inscritos en el RNA 2020-Junín	34
Tabla 04: Relación de artesanos con Certificado de Origen – Región Junín (2018)	37
Tabla 05: Criterios para demostración de hipótesis	43
Tabla 06: Operacionalización de variables	43
Tabla 07: Principal tipo de artesanía a que se dedica el artesano en Hualhuas	51
Tabla 08: Pertenencia del artesano a alguna asociación	51
Tabla 09: Acceso a beneficio de pertenecer a dicha asociación	52
Tabla 10: Número de trabajadores que tiene en su empresa	52
Tabla 11: Número de trabajadores en planilla	53
Tabla 12: Herramientas que usa para producir cada tipo de artesanías	53
Tabla 13: Existencia de equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías	54
Tabla 14: Disposición de adquirir equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías	54
Tabla 15: Motivo por el cual adquiriría un equipo más sofisticado	54
Tabla 16: Motivo por el cual no adquiriría un equipo más sofisticado	55
Tabla 17: Nivel de incremento de producción si usara maquinaria más sofisticada	55
Tabla 18: Número de unidades promedio de artesanía que produce al mes	56
Tabla 19: Número de unidades promedio de artesanía que vende al mes	56

Tabla 20: Costo promedio de venta de una unidad de artesanía	57
Tabla 21: Costo de producción promedio de una unidad de artesanía respecto al precio de venta	58
Tabla 22: Meta de incremento de ventas planteadas respecto a la actual	58
Tabla 23: Artesanos inscritos RNA con Certificado de Origen Junín (2013 – 2019)	60
Tabla 24: Acceso a mercados internacional	60
Tabla 25: Número de capacitaciones recibidas en el último año	60
Tabla 26: Número de puestos por tipo de mercado	61
Tabla 27: Deseo de ampliar a otros mercados	61
Tabla 28: Crecimiento acumulado de artesanos de Hualhuas inscritos en MINCETUR 2008 – 2020	62
Tabla 29: Cuenta con RUC	63
Tabla 30: Motivo porque si tiene RUC	64
Tabla 31: Motivo porque no tiene RUC	64
Tabla 32: Conoce la Ley N° 29482	66
Tabla 33: Número de artesanos acogidos a la Ley 29482	66
Tabla 34: Voluntad de acogerse a la Ley 29482	66
Tabla 35: Motivo porque se acogería a la Ley 29482	67
Tabla 36: Motivo porque no se acogería a la Ley 29482	67
Tabla 37: Tipo de norma que percibe necesario para mejorar su competitividad	68
Tabla 38: Artesanos inscritos en RNA y estado tributario Huancayo al 2019	68
Tabla 39: Artesanos inscritos en RNA y estado tributario Huancayo al 2019	69
Tabla 40: Artesanos inscritos en RNA y estado tributario Huancayo año - 2019	69
Tabla 41: Relación entre valor de venta y porcentaje de producción de una unidad de artesanía en un mes	70
Tabla 42: Relación entre valor de venta y número de unidades vendidas de una unidad de artesanía en un mes	70

Tabla 43: Relación entre valor de venta y el uso de máquinas tejedoras	71
Tabla 44: Relación entre valor de venta de una unidad al mes e inscripción en RUC	72
Tabla 45: Relación entre el número de unidades de artesanía vendidas y la tenencia de RUC	72
Tabla 46: Valor de pago de IGV de una unidad productiva con RUC 2015-2019	73
Tabla 47: Valor de pago de IGV de una unidad productiva con RUC 2015-2019	74
Tabla 48: Valor de pago de IGV de una unidad productiva con RUC 2015-2019	76
Tabla 49: Correlación de Rho de Spearman entre variable independiente y dependiente	78
Tabla 50: Correlación de Rho de Spearman entre variable independiente e intervinientes	79
Tabla 51: Triangulación dimensión Liderazgo en costos	81
Tabla 52: Triangulación dimensión Diferenciación	83
Tabla 53: Triangulación dimensión Especialización	85
Tabla 54: Contrastación de Hipótesis General	88
Tabla 55: Contrastación de Hipótesis específica 01	89
Tabla 56: Contrastación de Hipótesis específica 02	90
Tabla 57: Contrastación de Hipótesis específica 03	91

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 01: Modelo conceptual del estudio	17
Imagen 02: Estrategias competitivas genéricas planteadas por Porter	24
Imagen 03: Definiciones de artesanía según diversos puntos de vista	33
Imagen 04: Artesano inscritos en el RNA	35
Imagen 05: Mapa estratégico PNDAR (2012-2021)	38
Imagen 06: Estrategias competitivas genéricas planteadas por Porter	38
Imagen 07: Crecimiento acumulado de artesanos de Hualhuas MINCETUR 2008-2020	63
Imagen 08: Evolución de afiliación a RUC Junín 2019	65
Imagen 09: Pago de impuesto a la renta 2015-2020	74
Imagen 10: Pago IGV 2015-2020	75

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo determinar si la aplicación de la Ley N° 29482, incentivó la actividad artesanal del distrito de Hualhuas. La ley N° 29482, brinda beneficios tributarios para fortalecer las capacidades productivas buscando mejorar la cantidad y calidad, facilitando la importación de equipos.

La hipótesis planteada fue: “La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal” la cual fue demostrada a través de un estudio descriptivo, transversal con recojo de información primaria a través de encuestas y entrevistas personales de artesanos de Hualhuas y el recojo de información secundaria de SUNAT de una submuestra de artesanos con RUC.

Se elaboró un modelo conceptual, donde se estableció 2 variables; una independiente (capacidad productiva) midiendo el posible uso de las posibilidades de modernización que la ley les facilita y una variable dependiente (Competitividad económica) entendiendo esta como el logro de mejores costos de venta, menores costos de producción y ahorro de gastos; para lo cual se usó la correlación de Spearman como estadístico para demostración de hipótesis.

Los resultados encontrados, se aceptan la hipótesis general y específica, concluyendo que la Ley 29482 no promueve el desarrollo de la actividad artesanal en Hualhuas. Asimismo, se demostró que existe un divorcio entre el Estado y los artesanos, dado que los segundos consideran a la SUNAT como un ente castigador, que no brinda ningún beneficio y por el contrario incrementan los costos de venta y gastos y los exponen a multas, generando altos niveles de desconfianza hacia la SUNAT.

Se concluyó que los beneficios tributarios otorgado con la ley N° 29482, no fueron suficientes para promover la actividad productividad de la artesanía y que esta ley debería formar parte de un paquete de acciones que no sólo brinden beneficios tributarios, sino, potenciar las capacitaciones, promover nuevos mercados, brindar créditos y un acercamiento de los servidores públicos hacia los artesanos.

RESUMO

O objetivo do estudo foi verificar se a aplicação da Lei nº 2.9482 incentivou a atividade artesanal no distrito de Hualhuas. A Lei nº 2.9482 prevê benefícios fiscais para fortalecer a capacidade produtiva, visando melhorar a quantidade e a qualidade da produção, facilitando a importação de equipamentos.

A hipótese levantada foi: “A aplicação da Lei de Fomento ao desenvolvimento de atividades produtivas em áreas altas andinas não cumpriu seu objetivo de incentivo à atividade artesanal” o que foi demonstrado através de um estudo descritivo transversal com coleta de informações primárias por meio de pesquisas, entrevistas pessoais com artesãos de Hualhuas e da coleta de informações secundárias do SUNAT sobre uma subamostra de artesãos com a RUC.

Foi elaborado um modelo conceitual, onde foram estabelecidas 2 variáveis; um independente (capacidade produtiva) medindo a possível utilização das possibilidades de modernização que a lei facilita e uma variável dependente (Competitividade econômica) entendendo isso como a obtenção de melhores custos de venda, menores custos de produção e redução de custos; Para o qual a correlação de Spearman foi usada como estatística para demonstrar hipóteses.

Os resultados encontrados, as hipóteses gerais e específicas são acatadas, concluindo que a Lei 2.9482 não promove o desenvolvimento da atividade artesanal em Hualhuas. Da mesma forma, foi demonstrado que há divórcio entre o Estado e os artesãos, visto que estes consideram a SUNAT como uma entidade punidora, que não concede nenhum benefício e, ao contrário, aumenta os custos de venda, aumenta as despesas e os expõe a multas, gerando altos níveis de desconfiança em relação à SUNAT.

Concluiu-se que os benefícios fiscais concedidos pela lei nº 2.9482 não foram suficientes para promover a produtividade do artesanato e que esta lei deve fazer parte de um pacote de ações que não só proporcionem benefícios fiscais, mas também potencializem a capacitação, promover novos mercados, dar crédito e aproximar os servidores públicos dos artesãos.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio titulado “LA EXONERACIÓN TRIBUTARIA DE LA LEY DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN ZONAS ALTOANDINAS Y SU APLICACIÓN EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL” tiene como objetivo identificar las ventajas comparativas que el sector artesanal ubicado en zonas altoandinas, e este caso Hualhuas ubicado a más de 3200 msnm, obtiene al acogerse a la Ley 29482, la cual brinda beneficios tributarios respecto al Impuesto de la Renta, Exoneración de IGV de compra de productos importados y la eliminación de aranceles de bienes de producción.

El estudio se enfoca en la actividad productiva artesanía, dado que se constituye como una de las que brinda mayor aporte de la PEA, con más de 2,500 unidades productivas, sin embargo, esta en los últimos años ha venido sufriendo un decrecimiento, ocasionada principalmente por la baja competitividad respecto a otras actividades económicas que limita el acceso a mano de obra, ausencia de nuevos mercados de mayor rentabilidad, bajos niveles de productividad por el uso de técnicas ancestrales que les brindan una marca local, pero que generan costos elevados de producción y venta que no permiten competir con productos importados.

La exoneración tributaria como estrategia para fortalecer la formalización y la reactivación de sectores productivos, no ha mostrado resultados positivos en muchas de las experiencias a nivel nacional e internacional y en este caso, la aplicación de la Ley 29482, no permitiría mejorar las ventajas comparativas de este sector.

Se elabora el presente estudio descriptivo en la comunidad de Hualhuas, considerada como Cuna de tejedores y que cuenta con reconocimiento de sus artesanías; a fin de identificar si la aplicación de la Ley 29482 beneficiará el sector productivo de artesanía textil en específico.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

El distrito de Hualhuas, ubicado en la provincia de Huancayo, región de Junín, se ha caracterizado por la peculiaridad de sus artesanías. Pues estos no sólo representan la calidad artística de sus habitantes, sino también representa la única fuente ingresos de los habitantes de la provincia, siendo compartido por las nuevas generaciones que se identifican con este arte.

Sin embargo, la situación del artesano siempre se ha mantenido al margen de las oportunidades, las autoridades no logran impulsar el desarrollo productivo de las zonas altoandinas, y en particular esta zona de Huancayo que es materia de la investigación.

Es casi evidente, que la situación del artesano de Huancayo, es parecida al artesano de cualquier zona alto andina, y es que éstos se muestran resistentes al cambio y a la modernidad. Así como, al existir una ley como la ley 29482 -Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas de las zonas alto andinas-, este es ignorada casi en su totalidad, ya que sus efectos no cumplen con el objetivo de insertar competitividad en el artesano de esta zona alto andina.

Esta indiferencia no sólo parte del gobierno central, sino también de los gobiernos subnacionales, quienes no tienen políticas de impulso productivo para este sector, y sus intentos sólo quedan en ello. Como sucede con el Consejo Regional De Fomento Artesanal De La Región Junín –Corefarj-, que fue creado mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 232-2013-GR-Junin/PR, de fecha 15 de mayo 2013. Que se encuentra integrada por asociaciones que se encuentran con baja definitiva o suspensión de actividades en los registros de la Administración Tributaria, tales como:

- | | | |
|------------------------------|---------------------|----------|
| - Casa del Artesano | activo | Huancayo |
| - Asociación Tukuy Rurac | no registra | |
| - Asociación Apagtex | no registra | |
| - Asociación Makimakilla | no registra | |
| - Asociación Tejidos Huancan | baja de oficio | Huancayo |
| - Asociación Richary Warmy | no registra | |
| - Asociación Nuestras Manos | suspensión temporal | Cañete |

- Asociación Comunal Hualhuas no registra

Pues de una simple lectura, esta Reg. N° 232-2013, aparentemente ha sido formado por grupos identificados con la opción política del presidente regional, que no tienen muy bien definidos los objetivos de un Consejo Regional De Fomento Artesanal De La Región Junín, es por ello que más de una asociación no tiene existencia jurídica y los que se encuentran inscritas ante la Autoridad Tributaria están de baja por oficio o suspensión temporal. Y lo que es más curioso este consejo lo integra una asociación de la ciudad de Cañete.

En tal sentido, resulta aparentemente evidenciado que las propuestas políticas sobre la situación de los artesanos están inmersas de improvisaciones.

Del mismo modo tenemos, que la informalidad trae consigo la imposibilidad de acceder a la exportación de los productos de los artesanos que se mencionan; para esto mostramos en el cuadro del anexo II, las partidas arancelarias de los productos a exportar.

Este trabajo es importante porque se analizará la importancia y el impacto que tiene la Ley 29482 – Ley promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas, analizando por qué no ha tenido el impacto para que los artesanos de la provincia de Huancayo accedan a la formalidad.

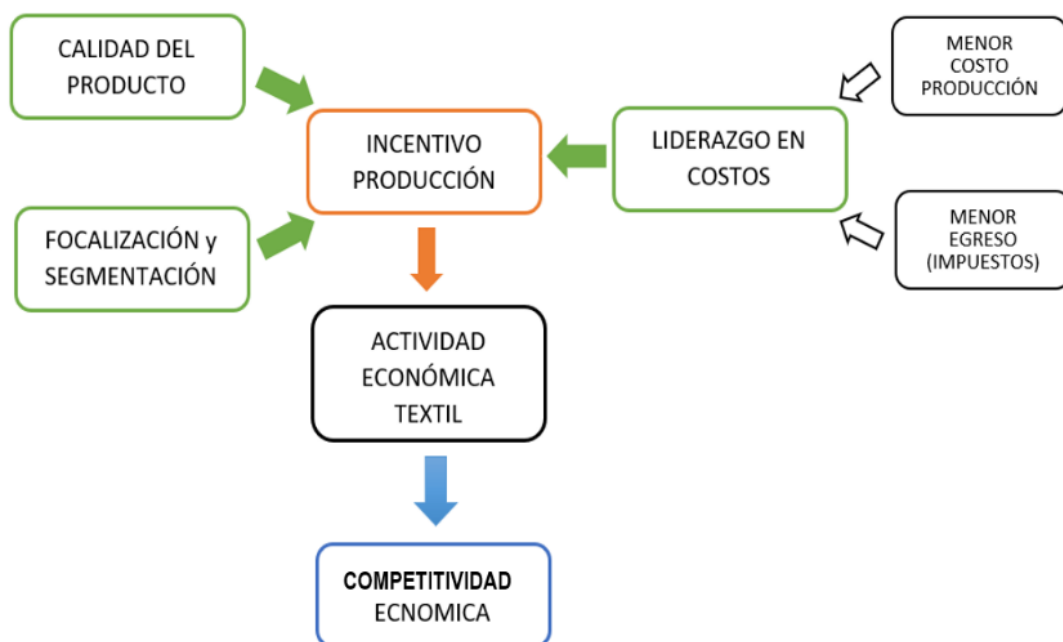
La relevancia del trabajo consiste en analizar no solo los efectos de dicha ley, sino también en el impacto que tiene en la recaudación tributaria, además se analizará en qué porcentaje los artesanos de la provincia de Huancayo están acogidos al beneficio. Con este trabajo se evidenciará cuáles son los factores que conlleva a que la citada ley no sea aprovechada y que falta para que los artesanos puedan aprovecharla y con ello establecer como ayuda a su formalización.

Por ello, este trabajo ayudará a la Administración Tributaria en la recaudación, puesto que los artesanos se formalizarán y cuando el periodo de beneficio termine empiecen a tributar. Asimismo, ayudará a los artesanos respecto a su competitividad en el mercado.

1.1.1 Modelo conceptual

Imagen 01

Modelo conceptual del estudio



1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal?

1.2.2. Problemas secundarios

Problema secundario 1: ¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios?

Problema secundario 2: ¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables en la calidad de sus productos?

Problema secundario 3: ¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal.

1.3.2 Objetivos secundarios

Objetivo secundario 1: Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.

Objetivo secundario 2: Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables en la calidad de sus productos.

Objetivo secundario 3: Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados.

1.4. Limitantes de la investigación (teórica, temporal, espacial).

Teóricamente las limitantes de esta investigación tuvieron en los impuestos IGV de los bienes importados, y pago de Impuesto a la renta. En este contexto, la principal limitante se refiere al acceso de información tributaria por parte del ente rector (SUNAT), quienes no cuentan con información específica que permita corroborar los beneficios tributarios de los aportantes acogidos a esta ley

Con relación a los limitantes de investigación temporal, el estudio se basará en los periodos 2019 y 2020, para el análisis cualitativo y para el periodo 2017 – 2020 para el análisis cuantitativo. La investigación está enfocada en la ciudad de Huancayo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes: Internacional y nacional.

Respecto al presente tema de investigación, existen algunos estudios referidos a la aplicación del tratamiento tributario de las zonas altoandinas, que nos dan algunos enfoques a tomar en cuenta.

2.1.1 Tesis titulada “Beneficios tributarios en el desarrollo de las zonas altoandinas del Perú” (Condezo Ordoñez, 2015) concluye en su tesis doctoral de la USMP lo siguiente:

1. No existe influencia de los beneficios tributarios en las zonas altoandinas del Perú.
2. En el empleo, la salud y bienestar, la educación y calidad de vida en el hogar no se evidencian mejoras en las zonas altoandinas que se beneficiarían de las exoneraciones tributarias.

2.1.2 Tesis titulada “Efectos de la exoneración del impuesto general a las ventas - IGV de las micro y pequeñas empresas del rubro maderero del distrito de Tambopata, madre de dios periodo 2015” concluye que en el distrito de Tambopata el 70% de las MYPES madereras no se acoge a la ley que los exonera del IGV. Sin embargo, aquellas que si se acogieron, mostraron un crecimiento. Identificó en Tambopata, el 43% de las MYPES mencionan haberse formalizado, el 22% incremento sus ventas incluyendo un mayor aporte tributario, que redundo en el crecimiento de la micro y pequeñas empresas madereras” (Philco Prado, Ampuero Flores, & Peñalba Huaman, 2017).

Identificó que el conocimiento y socialización de la norma que exonera del IGV a las MYPES, fue fundamental para que estas se acojan a este beneficio, aún cuando el 69% la desconoce y sólo el 7% tiene un alto conocimiento sobre este. Encontró también que existe una alta voluntad de las MYPES de acogerse a la ley, cuando se les explica, identificando que la formalización sería la principal consecuencia de acogerse por parte de los entrevistados, dado que uno de los principales motivos para la no formalización es el pago de tributos.

El estudio también identificó en los entrevistados (MYPES madereros de Tambopata), que acogerse a la ley de exoneración del IGV, les permitiría un crecimiento sostenible (33%) y mayor inversión privada y expiación de la microempresa (40%).

2.1.3. En la tesis titulada “Impacto financiero de la exoneración del impuesto general a las ventas en las empresas de la región amazónica”.

Tesis para optar el título profesional de contabilidad, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, dicho autor llega a las siguientes conclusiones:

El estudio realizado en 4 empresas de la región San Martín, identificó que la aplicación de la ley de exoneración del IGV no cumplió el objetivo de incentivar

la inversión en la amazonia. Asimismo, identifico que no existió ningún beneficio en la reducción de la pobreza, el índice de precios y por el contrario, generó efectos contrarios para la empresa que a su vez generó evasión y elusión de impuestos e incluso contrabando (Hinostroza Chuquillanqui, 2016). Se concluye no sólo que la ley que exonera del IGV a las empresas amazónicas, no promueve la inversión amazónica, sino afecta las arcas del estado, afectando la recaudación tributaria, incrementando el costo de las adquisiciones, recomendando identificar otros mecanismos que sean mas efectivos para promover la inversión en la amazonia y permitir incrementar la recaudación tributaria, dado que la exoneración del IGV distorsiona técnicamente el mismo impuesto, dado que el pago del impuesto se traslada al consumidor final, sin que la cadena productiva se afecte a este pudiendo trasladar el impuesto a través del reconocimiento del crédito fiscal.

2.2. Bases teóricas:

2.2.1. De la productividad

La productividad es la actividad que implica la mejora del proceso productivo, lo cual quiere decir que es la comparación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes y servicios producidos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos), la cual según expertos tiene una correlación con los niveles de calidad de vida de las poblaciones y en suma de todas las unidades productivas, la productividad de un país (Carro Paz & Gonzales Gómez, 2020):

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Salidas}}{\text{Entradas}}$$

Las empresas, en sus diferentes niveles de capacidad de producción de bienes y servicios, son los principales responsables de la productividad de un país y son las que las que generan la prosperidad de un país a partir de la creación de valor por medio de dichos bienes y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de sus consumidores. Por tanto, esta productividad será quien determine el nivel de competitividad en última instancia (Milles Touya, 2020),

en la cual se basa la expresión de *Paul Krugman* “*La productividad no es todo, pero en el largo plazo es casi todo*”.

En síntesis, si existe un incremento en la actividad productiva, la empresa podrá colocar en el mercado sus productos a precios más bajos que su competencia. Esto le supondrá un incremento de sus ventas en el mercado que redundará en la mejora de su competitividad. El incremento de sus ventas le permite a la empresa crecer y permanecer a largo plazo en el mercado (Carro Paz & Gonzales Gómez, 2020).

En este sentido, es necesario desarrollar el concepto e importancia de mercado, el cual sería aquel espacio físico o virtual, donde se desarrollan transacciones o intercambio de bienes y servicios. El mercado no sólo se refiere a la obtención de lucro, sino a las transacciones que se desarrollan entre personas, empresas, cooperativas u otros, que buscan satisfacer sus necesidades ilimitadas, donde existen los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) respecto a un bien o servicio por las que se realizan las transacciones (Wikipedia, 2020).

2.2.2. La competitividad

La competitividad, asume varios conceptos desde el enfoque que se le quiere dar; en líneas generales se le puede conceptualizar como la capacidad de satisfacer al cliente (calidad), con capacidad de ofrecer mejores precios; esto abarca la dimensión de competencia, donde aquellas empresas menos competitivas asumirán menores cuotas de mercado, en un mercado bien definido (Wikipedia, 2020).

Oster (2000), considera que la competitividad de una empresa es aquella que le permite producir bienes con patrones de calidad, usando eficientemente los recursos en comparación de otras empresas en un determinado periodo de tiempo, incorporando el criterio de uso eficiente de recursos (Oster, 2000).

La competitividad vista a nivel macro (naciones), es aquella cuando dicho estado puede satisfacer los mercados internacionales y de su propia nación de manera simultánea, mejorando el ingreso real de su población (OCDE, 1992), mientras Porter, acuña los criterios de innovación y mejora de las industrias como factores causales de una mayor competitividad de las naciones, que les permitirá ganar ventajas sobre otros países (Porter M. , 2004).

Porter, también incorpora el concepto de “ventaja competitiva” como el “valor que una empresa logra crear para sus clientes, y que supera sus costos”, involucra procesos como distribución eficiente, precios que superen a la competencia, entre otros que permitan que los clientes los prefieran sobre la competencia (Porter M. E., 2015). El concepto de ventaja competitiva está relacionada directamente en la “productividad” y en las que la determinan. Denominamos productividad a la relación entre la producción de bienes y/o servicios y los recursos usados para obtenerlas; dichos recursos involucran el tiempo que toma conseguirlos (Benzequen, Del Carpio, Zegarra, & Valdivia, 2010).

Características de la competitividad; la competitividad está estructurada por procesos internos que cada empresa cuenta para el desarrollo de sus productos, como su organización y capacidad productiva, personal, capital; para elevar sus ventas para ganar a sus competidores; sin embargo, la competitividad también está relacionada a factores externos que determinan la capacidad de competir de una empresa como pudieran ser aspectos normativos, divisas, demanda internacional entre otros. Por tanto, no basta con que una empresa sea productiva y apta tecnológicamente internamente, sino existen condiciones externas que lo impulsen o limiten en esta carrera a una mayor competitividad (Rubio & Baz, 2004).

El gobierno tiene un rol tangencial, aunque no poco determinante, respecto a la competitividad de las empresas; a nivel interno permitirá de manera indirecta mano de obra mejor calificada, accesos a mercados a través de mejores medios de comunicación entre otros, y su intervención en el campo externo estará determinado por las reglas que imponga sobre el funcionamiento de las empresas, la generación de impulsos como créditos, exoneraciones o respaldos financieros, acceso a infraestructuras y energía, entre otros que influye sobre cualquier empresa (Rubio & Baz, 2004).

De lo antes señalado, podemos concluir que la competitividad económica no depende solo de las capacidad de producción basado en las habilidades y especialidad de las empresas, sino que mucho influye la intervención del Estado que, mediante normas especiales regule un determinado sector económico que impone reglas y regule facilidades administrativas y

económicas tributarias, este último hace que las empresas sean más competitivas desde un punto de vista de precio al mercado frente a productos externos, que a su vez coadyuva a una mayor inversión e innovación respecto su producción.

Competitividad económica. La competitividad consiste en las ventajas económicas que las empresas pueden obtener tanto de las normas que las regulan como del sector en las que se desenvuelven. Sin embargo, ello depende de la estructura y capacidad de desarrollo interno y externo para poder aumentar su capacidad de conformidad a los factores que determinan dentro de cada empresa.

Para el presente estudio, se tomará como referencia **las estrategias competitivas genéricas planteadas por Porter**, descrita como las medidas ofensivas o defensivas que se deben implantar a fin de identificar una posición que le permita defender a una industria, que le permita afrontar satisfactoriamente las cinco fuerzas competitivas y que le permitan un mayor rendimiento de las inversiones. Existen tres estrategias internamente coherentes mediante las cuales se pueden conseguir superar a otras empresas (Porter M. , 2004). Estas estrategias genéricas son:

Imagen 02

Estrategias competitivas genéricas planteadas por Porter

		VENTAJA ESTRATÉGICA	
		Costo bajo	Carácter único
Segmento de mercado	Todos los consumidores	1. Liderazgo en costos	2. Diferenciación
		3. Especialización	
		(3a. Especialidad en costos)	(3b. Especializada en diferenciación)

(Porter M. , 2004)

Liderazgo en costos: Esta estrategia se refiere a que las empresas deben buscar ofrecer el precio más bajo del mercado, siendo la reducción de tus costos la principal estrategia (Porter M. , 2004).

Diferenciación: Esta estrategia se refiere a que las empresas deben ofrecer productos o servicios que el mercado perciba como únicos y con atributos que le permitan distinguirse en la competencia (Porter M. , 2004).

Especialización: Esta estrategia se refiere a que las empresas deben concentrarse en un segmento específico del mercado y desarrollar productos que la satisfagan, lo que significa lograr especializarse respecto a satisfacer en cuanto a necesidades o preferencias de este grupo para logra una mayor eficiencia (Porter M. , 2004).

2.2.3. De la tributación

El tributo, es un impuesto que no se origina por una contraprestación de parte del Estado en favor del contribuyente, tiene como función generar recursos financieros al Estado derivados de la producción y comercialización de bienes y servicios (SUNAT, 2020).

Los principales tributos que administra la SUNAT son los siguientes:

Impuesto General a las Ventas: se aplica en las operaciones de venta e importación de bienes, en la prestación de distintos servicios comerciales, y los contratos de construcción o en la primera venta de inmuebles.

Impuesto a la Renta: Se aplica a las rentas que provienen del capital, del trabajo o de ambos en conjunto (SUNAT, 2020)

Régimen Especial del Impuesto a la Renta: dirigido a personas naturales y jurídicas, que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de las actividades de comercio y/o industria (SUNAT, 2020)

Nuevo Régimen Único Simplificado: Es un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría (bodegas, ferreterías, bazares, puestos de mercado, etc.) (SUNAT, 2020)

Aranceles, es el impuesto o gravamen que se aplica a los bienes importados o exportados, principalmente exportados y están sujetos a muchos convenios entre países que exoneran o reducen dichos gravámenes. En el Perú el manejo

de los aranceles está a cargo de la ADUANA, y se basan en las recomendaciones del Consejo de Cooperación Aduanera de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y la nueva Nomenclatura ANDINA (NANDINA) (MEF, 2020).

Los principales tipos de aranceles son los de tipo ad-valorem, los específicos y los mixtos que se generan a partir de la combinación de los anteriores. El primero, se refiere a un porcentaje del valor de la importación que incluye el costo, seguro y flete. Los aranceles específicos se refieren a un determinado costo por unidad de volumen de importación, mientras que el arancele mixto, como se indico es la combinación de ambos.

La obligación tributaria, es un hecho jurídico que implica un deber jurídico que implica dar una suma de dinero con carácter definitivo, de una persona deudora; la que obtendrá un derecho subjetivo o crédito tributario, establecida en dicha norma. La obligación tributaria lo tiene el sujeto pasivo (quien entrega el dinero), que será objeto de la obligación hacia el Estado u otra entidad del mismo estado y que podrá exigir a otra (sujeto pasivo) el cumplimiento de la prestación el cual deberá estar amparado en la ley (Bravo Cucci, 2009); (Jarach, 1996) (De Barros, 2008).

De lo expuesto, se puede afirmar que la obligación tributaria es una obligación impuesta por ley, consistente en entregarle una porción de la renta obtenida como consecuencia de una actividad económica gravada. No obstante, dicho desprendimiento a favor del Estado tiene que ser en armonía con la capacidad contributiva.

La recaudación tributaria está relacionada con el gasto público porque las necesidades colectivas deben ser cubiertas por quienes las demandan. Por su puesto siempre respetando la capacidad contributiva. La cantidad de recaudación debe ser medida respecto al presupuesto. No se debe perseguir ciegamente la recaudación sino con razonabilidad y proporcionalidad. La recaudación tributaria, permite a los contribuyentes cumplir con sus obligaciones tributarias formales y se da de manera voluntaria, mientras que los procesos de cobranza se desarrollan mediante procesos forzados (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2016). La recaudación tributaria carece de progresividad, dado que dependerá de los impuestos que

son regresivos como la IVA que recae en los beneficios a trabajadores como el seguro social. La recaudación tributaria también es afectada por los procesos, mientras más complejos, requieren de mayor capacidad de los aportantes, pudiendo ocasionar baja recaudación o evasión (BID, 2005).

Todos debemos pagar tributos es la regla para cubrir los gastos públicos, sin embargo, existen contribuyentes de escasos recursos que necesitan apoyo financiero. En razón a ello nacen los incentivos para no cobrar tributos total o parcialmente con la finalidad de mejorar sectores como el que estamos investigando.

El incentivo tributario, es una figura compleja que tiene cuatro aspectos. En primer lugar, existe una obligación tributaria. En segundo lugar, tiene presencia una norma legal N° 1, en cuyo supuesto invita al contribuyente a realizar una determinada conducta “x”. En tercer lugar, el contribuyente – en el mundo fenoménico – opta por llevar a cabo la conducta “x”. En cuarto lugar, la consecuencia prevista en la Norma N° 1 es que se produce una rebaja del monto que corresponde a la obligación tributaria original.” (Ruiz de Castilla, 2014)

Continúa Ruiz de Castilla (2014) señalando que “el legislador incentivo (induce) al contribuyente para que adopte determinada conducta. Un ejemplo en materia de incentivos puede ser el crédito tributario por reinversión en cuya virtud contra el Impuesto a la Renta anual (ya determinado) se puede aplicar un crédito por concepto de reinversión de utilidades”.

Respecto a la clasificación sobre los incentivos tributarios, podemos clasificarlos en dos grupos: i) los incentivos públicos y ii) los incentivos privados. En el primer grupo, encontramos a las subvenciones, los premios, los incentivos fiscales y la inversión socialmente responsable, entre otros; y en el segundo grupo, encontramos el consumo responsable, la imagen empresarial y la oportunidad de mayores beneficios, entre otros (Taquiá Gutierrez, 2014).

Taquiá (2014) también sostiene además que “siendo los requisitos mínimos que debería estudiar el legislador antes de aceptar incentivos tributarios, los siguientes: i) Evaluar la extensión del beneficio respecto a los beneficiarios ii) Determinar el procedimiento legal, contable y financiero para realizar la deducción del incentivo sea gasto o crédito en el caso del Impuesto a la Renta;

y iii) Ordenar que se lleve registros administrativos por parte de los beneficiados, del mismo modo, el Estado debería poseer mecanismos de control.”

Como ejemplo, en el caso de la Ordenanza N° 182-2010-MDPH de la Municipalidad de Punta Hermosa, de fecha 4 de junio de 2010 “Esta ordenanza fue motivo de una demanda de inconstitucionalidad ante el Tribunal Constitucional, que sentenció con fecha 14 de marzo de 2011 en el expediente 0004-2010-PI-TC, declarando fundada en parte, la demanda en razón de que si bien la ordenanza señalaba un incentivo tributario para quienes pintaban su fachada de blanco también contenía una sanción económica para quienes no lo hacían (Taquía Gutierrez, 2014).

Por su parte, Huamaní (2013, pág. 150) sostiene que “los beneficios fiscales son minoraciones incentivadoras basadas en razones ajenas al fundamento del tributo que producen esencialmente una dispensa parcial de la obligación tributaria. El empleo de beneficios fiscales se en la causa final del Estado, es decir, en el bien común, entendido este como el conjunto de condiciones que favorecen el desarrollo de las personas en sociedad. Por tanto, el beneficio fiscal no significa agravio constitucional, siempre que estén fundados en otros principios o derechos de igual rango jurídico.”

Con lo cual, se tiene que los incentivos tributarios son decisiones del legislador tributario conducente a beneficiar económicamente a los contribuyentes, sujetos a ciertos requisitos y por un determinado periodo.

De lo señalado se tiene que existe una gran diferencia entre exoneración e incentivo tributario, el primero consiste en dejar exento de un pago tributario respecto a una actividad económica y un sector; mientras que el incentivo tributario consiste en beneficio económico, en este último, el tributo si se paga, pero puede suceder que puede ser solicitado, como sucede, por ejemplo, con el reintegro tributario del IGV en las zonas de selva.

2.2.4. De las exoneraciones tributarias

Borges sostiene que las exoneraciones son normas que prescriben la obligación tributaria y que no son legalmente calificadas, en favor de un sujeto pasivo, donde un sujeto activo da dinero en favor de este sujeto pasivo; aunque esto no significa que esta exoneración neutralice de otras normas formales, en

tanto sean de entidades normativas distintas. Por tanto, las exoneraciones, sólo alcanza a los deberes formales expresamente formulados. Las exoneraciones son distintas a la inafectación o la inmunidad tributaria dado que (Borges, 2001), (Bravo Cucci, 2009) (Huamani Cueva , 2013).

De los antes señalado, se puede sostener que la exoneración tributaria, implica la suspensión temporal del nacimiento de la obligación tributaria, lo cual no implica que el contribuyente está exonerado también del cumplimiento de sus obligaciones formales.

Asimismo, la exoneración es una figura jurídica tributaria que impide por ley expresa el nacimiento de la obligación tributaria. Esta figura jurídica, no implica que el hecho desarrollado por el contribuyente y que se encuadra en la hipótesis de incidencia no esté gravado, sino que, por voluntad del legislador, dicho nacimiento obligacional está suspendido temporalmente; no obstante, el sujeto pasivo, está obligado de cumplir con todas sus obligaciones formales, como, por ejemplo, presentar su declaración jurada.

2.2.5. De la Ley 29482

El Estado diseña y promulga leyes que al no ser comunicada a sus beneficiarios resultan letra muerta. La Ley 29482 encierra muchos beneficios, pero ni los alcaldes, gobernadores y menos las asociaciones de artesanos saben su existencia. Se rompe el lazo de la ley y la realidad en la cual se debe contrastar para su efectividad.

En esa perspectiva, se puede decir que, “el primer efecto directo de las exoneraciones parece estar asociado al nivel de actividad económica que estas pueden haber generado. Interesa aquí conocer de qué manera las decisiones de las empresas se han visto afectadas por las exoneraciones que otorga esta Ley. El objetivo de esta sección es analizar descriptivamente el efecto de la Ley a través de las acciones de las empresas mediante el uso o no de las exoneraciones. Para empezar, se muestra el número de empresas que se declararon beneficiarias de la Ley según el tipo de beneficio y el año de inscripción. Como se observa, el número de empresas ubicadas en zonas que superan los 3200 metros de altitud muestra una tendencia ascendente, en contraste con las que operan a más de 2500 metros de altitud, cifra que se reduce en el último año disponible. Si consideramos que la tendencia de estas

pequeñas empresas es a decrecer, mientras que la de las grandes empresas es a aumentar, entonces podemos afirmar que la Ley está beneficiando en mayor medida a estas últimas. Por otro lado, la información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat) da cuenta de empresas que declaran ser beneficiarias, pero que al parecer no operan en los distritos favorecidos por la Ley. No se sabe con seguridad la razón por la cual estas empresas se declaran beneficiarias. Lamentablemente, los datos vinculados a la exoneración son escasos y no se cuenta con la escala de las empresas beneficiadas o su localización exacta”. (Escobal y Armas, 19 y 20, 2018):

Tabla 01

Número de empresas que declararon ser beneficiadas por la Ley durante el periodo 2010-2015

Distritos beneficiados por la ley	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
En distritos menos beneficiados	28	30	18	25	22	33	156
En distritos beneficiados	69	85	90	113	116	123	590
Con altitud mayor a 2500 msnm	13	21	21	29	26	21	131
Con altitud mayor a 3200 msnm	56	64	69	85	90	102	465
Total	97	115	108	138	138	156	752

Fuente: SUNAT 2015

En cuanto a los beneficios de la ley, son las exoneraciones de Impuesto a la renta correspondiente a la tercera categoría, exoneración de Tasas arancelarias a las importaciones de bienes de capital con fines de uso productivo y exoneración del Impuesto general a las ventas a las importaciones de bienes de capital con fines de uso productivo. Sin embargo, las exoneraciones referidas al impuesto a la renta y a los aranceles por importaciones no fueron registradas por ninguna de las empresas beneficiarias en ninguno de los años. La única exoneración efectivamente utilizada y

declarada por las empresas beneficiarias ha sido el IGV (Escobal & Armas, 2018).

En la siguiente tabla se muestra el número de empresas que lo utilizaron durante el período 2010-2015.

Tabla 02

Número de empresas que efectivamente fueron beneficiados por la Ley durante el periodo 2010-2015 (exoneración del IGV)

Distritos beneficiados por la ley	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Con altitud mayor a 2500 msnm	0	0	0	1	1	0	2
Con altitud mayor a 3200 msnm	3	6	4	5	5	3	26
Total	3	6	4	6	6	3	28

Fuente: SUNAT 2015

En comparación con el número de 752 empresas registradas durante todo el período, solo 28 contaron con exoneraciones vinculadas al IGV por importación de bienes de capital con usos productivos. De las empresas más pequeñas, únicamente dos obtuvieron las exoneraciones por ese concepto: la del 2013 estaba localizada en Ayacucho y se dedicaba a la industria molinera; la del 2014, con sede en Junín, trabajaba en el rubro de conservación de frutas y legumbres. Las empresas ubicadas a más de 3200 metros de altitud son las que se beneficiaron más con la exoneración, lo cual es conforme con la proporción mayoritaria de empresas declaradas beneficiarias. Es importante anotar aquí que, aunque tenemos una idea del número de empresas que se han acogido a la exoneración, no contamos con un estimado de la producción o las ventas que han sido afectadas ni del gasto tributario en el que probablemente se ha incurrido al exonerar a estas empresas. Adicionalmente, es importante reconocer que aun siendo limitado el número de empresas que se han acogido a la exoneración, su impacto en términos de empleo o ingresos podría ser mayor; en la medida en que este impacto se focalice en poblaciones cercanas a la línea de pobreza extrema o la línea de pobreza total, podría ser

proporcionalmente más alto en términos de reducción de la pobreza. Por ello, incluso si los números parecen ser pequeños, es preciso evaluar el impacto que puede haber generado esta exoneración. (Escobal y Armas, 19 y 20, 2018).

Los impactos de la ley 29482, mostrarían que este no ha cumplido su objetivo de promover la el desarrollo de actividades productivas, requiriendo por tanto, mejorar el sistema integral de los incentivos. Las autoridades que debe velar por un rol protagónico como Mincetur, las Municipalidades, los Gobiernos Regionales y otros entes implicados tienen la obligación de hacer cumplir la ley más allá de la letra.

2.2.6. De la artesanía

Se define como artesanía a la producción de bienes elaborados a mano, con o sin ayuda de herramientas o sistemas mecánicos, pero siendo la participación de la mano del artesano, el componente más sobresaliente. Sus principales insumos, provienen de recursos sostenibles (Ley del artesano peruano). Sin embargo, este concepto puede tener muchas variantes (Plan estratégico Nacional Exportador, 2013, citado por Aguinaga, 2018).

Imagen 03

Definiciones de artesanía según diversos puntos de vista



Fuente: Plan estratégico Nacional Exportador (2013).

Elaboración: Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía.

La artesanía en el Perú es aún muy incipiente, dado que su principal mercado es el local, y con poca incidencia; aun cuando esta es variada: cerámica, textilera, peletería, imaginería, arpillería, mates burilados, retablos, entre otros, y provenientes de una cultura milenaria. La artesanía, no sólo se constituye en un proceso comercial, sino además de ser una actividad económica, es una actividad cultural que involucran a muchas personas que dependen de ella, la cual es transmitida a través de la historia, respetando la identidad de los pueblos. La gran mayoría de las empresas dedicadas a la artesanía son micro y pequeñas empresas, sujetas a todas las dificultades y limitaciones de acceso a mercado, a la información (Aguinaga Cueva, 2018) (Kotler, 2003)

Con fecha de 27 de julio de 2007, se promulgó la Ley N° 29073 “Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal” cuya finalidad fue promover el artesano y la actividad artesanía en sus diferentes modalidades, para lograr esto, en la misma, se crea el Registro Nacional del Artesano, que busca dar el reconocimiento e identificación de su desempeño en la actividad de la artesanía a nivel nacional. Según este, el 59% del total de artesanos están en las regiones de Cusco con el 19% (11,646), Puno con 12% (6,927), Lima y Piura con 9% cada uno (5,451 y 5,298 respectivamente) ; seguidas de Huánuco y Lambayeque con un 5% citado por, (Aguinaga Cueva, 2018).

En la región Junín, al 2019, sólo existen 31 artesanos inscritos en el RNA del distrito de Hualhuas, siendo los ubicados en Huancayo los principales, descritos a continuación:

Tabla 03
Artesanos inscritos en el RNA 2020 - Junín

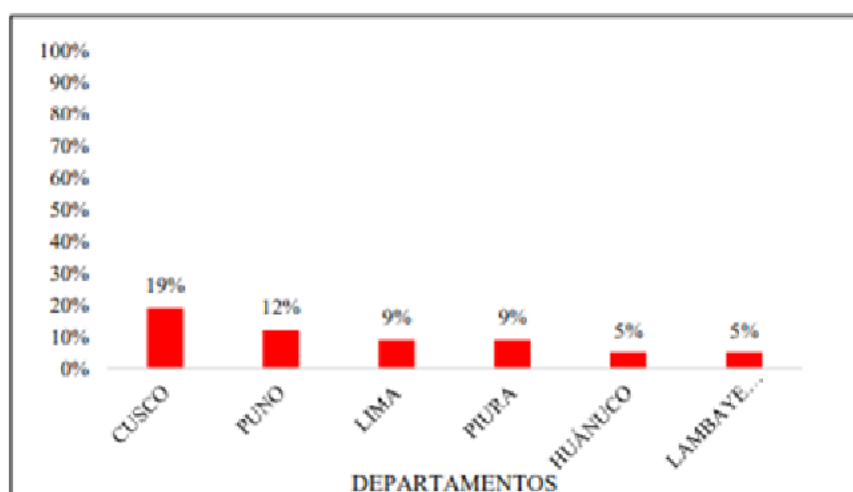
NOMBRE	N° RNA	LINEA	DISTRITO	REGION
Faustino Maldonado Maldonado	10005819	Tapices	Hualhuas	Junín
Merly Inga Roca/Víctor Incaroca	10060618	Tapices	Hualhuas	Junín
Hermeinda Buendía Rojas	10036446	Tapices	Hualhuas	Junín
Olga Lola Meza Colonio	10036434	Tapices	Hualhuas	Junín
Liz Elia Gamarra Guevara	10059572	Tapices	Hualhuas	Junín

Elia Doris Quispe Salinas	10036434	Tapices	Hualhuas	Junín
Simeón Guevara Medina	10036437	Tapices	Hualhuas	Junín
Glider Maldonado Lazo	10036448	Tapices	Hualhuas	Junín
Manuel lazo carrasco	10036443	Tapices	Hualhuas	Junín
Daria Ramón Rivera	10034977	Tapices	Hualhuas	Junín

Fuente: Registro Nacional de Artesanos (2019).

Imagen 04

Artesanos inscritos en Registro nacional de artesanos



Fuente: Plan estratégico Nacional Exportador (2013).

Elaboración: Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía.

Los textiles son las artesanías más demandadas, seguida por la cerámica, metales preciosos y fibra vegetal; traducidas en piezas de joyería y textiles a base de alpaca, las más demandadas por los turistas, sumando entre ambas cerca del 60% del total de ventas de artesanía (Dirección Nacional de Artesanía, 2017).

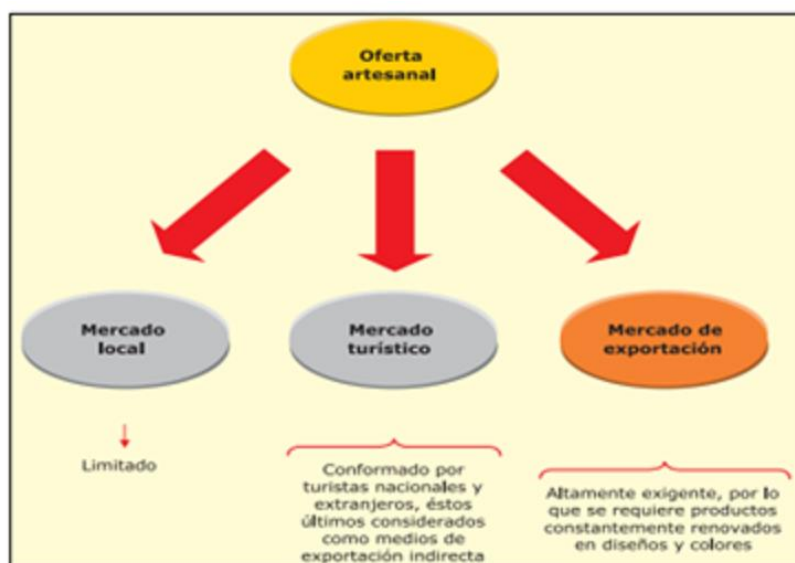
Una de los principales problemas identificados en la actividad artesanal, es la centralización de las actividades gubernamentales en favor de la artesanía en aquellos pueblos y comunidades definidos como “artesanales”, dejando de la

muchas veces a zonas dedicadas a la pequeña artesanía, que tienen detrás a familias dependientes de esta (Aguinaga Cueva, 2018).

La región Junín, también se desarrolla la actividad artesanal, integrada por un sistema integrado por productores, distribuidores y entes gubernamentales. Los productores, son principalmente artesanos sin personería jurídica en su gran mayoría y por MYPES, la cual se desarrolla con técnicas transmitidas de generación en generación (padres a hijos). Esta estructura limita los procesos comerciales, siendo los principales compradores acopiadores que venden estos en mercados más competitivos y que son comercializados a mayores costos a los que lo adquieren. Junín es una región donde las principales actividades son mates burilados, textiles, platería (Caballero Salome, Canchucaja Gutarra, Miguel Sinchez, & Paitamala Campos, 2012).

Imagen 5

Oferta artesanal orientada a tres tipos de mercado



Fuente: Plan estratégico Nacional Exportador (2013).

Elaboración: Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía.

Certificado de Origen. Documento otorgado por el MINCETUR, que le permite al artesano preferencias arancelarias derivado de los acuerdos comerciales y/o regímenes preferenciales que el país es beneficiario. Para acceder a esta, necesario que el importador tenga una PRUEBA DE ORIGEN (certificado de origen o declaración de origen), que cumpla con los requisitos exigidos en el acuerdo comercial o régimen preferencial bajo el cual se logra el trato preferencial. En la región

Junín, existen al 2018, 72 artesanos con Certificado de Origen, de los cuales 14 se encuentran ubicados en Hualhuas de la provincia de Huancayo.

Tabla 04

Relación de artesanos con Certificado de Origen – Región Junín (2018)

N°	NOMBRE y APELLIDO	LINEA ARTESANAL	AÑO	N° RNA	DISTRITO	DEPART
1	Aurelia Dominica Meza Colonio	TAPICES	2013	NO	Hualhuas	Junin
2	Faustino Maldonado	TAPICES	2013	10005819	Hualhuas	Junin
3	Graciaela Maldonado/Victor Inaroca	TAPICES	2013	10060618	Hualhuas	Junin
4	Esperanza Cordova/Yanelli Meza Cordova	TAPICES	2013	NO	Hualhuas	Junin
5	Antonio Caceres Chavez	TAPICES	2013	NO	Hualhuas	Junin
6	Hermeinda Buendia Rojas	TAPICES	2013	10036446	Hualhuas	Junin
7	Olga Lola Meza Colonio	TAPICES	2013	10036434	Hualhuas	Junin
8	Liz Elia Gamarra Guevara	TAPICES	2013	10059572	Hualhuas	Junin
9	Elia Doris Quispe Salinas	TAPICES	2013	10036434	Hualhuas	Junin
10	Gabriel Maldonado Lazo	TAPICES	2013	NO	Hualhuas	Junin
11	Simeon Guevara Medina	TAPICES	2013	10036437	Hualhuas	Junin
12	Glider Maldonado Lazo	TAPICES	2013	10036448	Hualhuas	Junin
13	Manuel Iazo Carrasco	TAPICES	2013	10036443	Hualhuas	Junin
14	Daria Ramon Rivera	TAPICES	2013	10034977	Hualhuas	Junin
15	Urcinio Oscanoa Yurivilca	TAPICES	2013	10001127	El Tambo	Junin
16	Luis Paco Yurivilca Huaynate	TAPICES	2013	10023164	El Tambo	Junin
17	Ricardo Oscanoa Hinostraza	TAPICES	2013	10020064	El Tambo	Junin
18	Veliz Espinoza Gloria Marija	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10042618	San Geronimo	Junin
19	Yauri Quispe Carlos Alejandro	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10044492		Junin
20	Julio Toribio Huanay Huaman	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10023191	El Tambo	Junin
21	Patricia Ramos Garcia	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10024792	El Tambo	Junin
22	Cesar Zanabria Porras	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10024755	El Tambo	Junin
23	Angel Beraun Loyola	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10024525	San Geronimo	Junin
24	Meza Guerra, Ronald Nestor	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10034913	San Geronimo	Junin
25	Beruan Loyola Luis Marino	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10024775		Junin
26	Pablo Miguel Mayta Zarate	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10059040	San Geronimo	Junin
27	Walter Mendoza Cordova	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10024791		Junin
28	Beatriz Lourdes Zevallos Zorrilla	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10034848	San Geronimo	Junin
29	Norma Elizabeth Meza Veliz	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10034846		Junin
30	Veronica Rita Portillo Soriano	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10040384		Junin
31	Ronald Meza Guerra	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10034913	San Geronimo	Junin
32	Miniam Gutierrez Estrada	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10039299	Huancayo	Junin
33	Jean Carlo Antezano Portillo	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10016215	Saños Grande	Junin
34	Julio Cesar Perez Sullon	Joyeria Orfebreria y Filigrana artesanal	2013	10039244	El Tambo	Junin
35	Hilda Garcia Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
36	Clotilde Nuñez de Osore	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
37	Faustina Veli Seguil/Leoncio Veli Alfaro	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
38	Anibal Seguil Alfaro	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
39	Isaias Veli Velasquez/Pedro Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
40	Teofila Silvia Alanya Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
41	Luz Laureano Bejarano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
42	Amelia Aurora Veli Medina	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
43	Alejandro Osore Cipriano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
44	Katya Canto Lazo/ Blanca Canto Lazo	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Grande	Junin
45	Benedicta Medina Laureano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Alta	Junin
46	Cristian Alfaro Nuñez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Grande	Junin
47	Pablo Hurtado Laveriano	Mate Buriado	2016	NO	Culpa Alta	Junin
48	Norma Luz Bernardino Hinojosa	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
49	Rafael Fernandez Santiago	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
50	Dina Seguil Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
51	Teolinda Seguil Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
52	Lidia Veli Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
53	Rosalinda Seguil Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
54	Catalina Liverata Astucuri Ventura	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
55	Lizzet Hurtado Santiago/Rodolfo Garcia	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
56	Alejandro Hurtado Laveriano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
57	Fortunato Quispe Espiritu	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
58	Elva Veliz Quispe/Pedro Limaylla	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
59	Edgar Guerra Certeno/Esther Vilca	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
60	Saturnino Velasquez Hurtado	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
61	Emilio Hurtado Laureano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
62	Haydee Dolores Laureano Bejarano	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
63	Urbano Herrera Guerra	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
64	Hermelinda Seguil Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
65	Nancy Santiago Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
66	Basilio Nicolas Osore Veli	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
67	Sonia Isabel Santiago Hurtado	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
68	Candelaria Hurtado Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas chico	Junio
69	Wilson Franklin Perez Gamarra	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
70	Elsa Santiago Velasquez	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
71	Delia Garcia Inga	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin
72	Irma Luz Poma Canchumani	Mate Buriado	2016	NO	Cochas Chico	Junin

Fuente: MINCETUR

Plan estratégico de Desarrollo de la Artesanía - PENDAR

El PENDAR se planteó para periodo 2012-2021 y es una propuesta de trabajo, cuyo objetivo principal es generar una visión a largo plazo de implementación de políticas y metas para el sector artesanal, cuya búsqueda es la competitividad de la artesanía del Perú hacia mercados globalizados, cohesionados con esfuerzos de los sectores públicos y privadas respecto a un propósito común.

Imagen 05

Mapa estratégico PENDAR (2012-2021)



Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo de la Artesanía

La mayoría de los artesanos aprendieron su oficio de sus ancestros y tienen identificado su día a día con la forma de vida y su cultura. Nadie sabe con precisión si efectivamente ellos quieren crecer económicamente o prefieren quedarse siempre en el pasado de sus artesanías. Algunos dicen que es la clave de sus ventas. Es decir, hacer artesanía con aparatos muy sofisticados hace que sus productos pierdan el encanto. Sin embargo, otros piensan que necesitan ayuda y, en el ámbito tributario, incentivos que permitan un crecimiento sostenido. Sobre todo, con exoneraciones y otros mecanismos que coadyuven su mejora continua.

En esa línea de pensamiento, Middleton y Maynard-Moody (2001) sugieren que, para que sea un juego de suma positiva, los incentivos deben atraer nuevos negocios a zonas que padecen un alto nivel de desempleo —a lo que nosotros añadiríamos un alto nivel de subempleo—. En el modelo de firmas de Fisher y Peters (1998), en el cual se simuló tanto las compañías como sus decisiones, se encontró que, en un contexto de desempleo, las políticas locales o estatales no son suficientemente atractivas como para que las empresas se trasladen hacia las áreas con mayores tasas de desempleo. Otro factor que se debe considerar es que este mecanismo no es muy relevante en la competencia por la localización de empresas entre grandes ciudades, según la investigación de Anderson y Wassmer (2000) para el área metropolitana de Detroit. Se puede concluir, entonces, que la literatura muestra que el impacto de las exoneraciones depende de las políticas complementarias que se implementen, y que los resultados son heterogéneos.

Como se observa, no es fácil determinar a priori el impacto de las exoneraciones, pues es un tema fundamentalmente empírico. Además, hemos visto que las empresas inducidas a relocalizarse no siempre son las más adecuadas para el territorio, y que los beneficios que generen dependerán de la capacidad de este para, por una parte, construir un sistema de gobernanza efectivo de los recursos naturales con los que cuenta y, por otra, de establecer coaliciones capaces de asegurar que las rentas generadas sean inclusivas. La pregunta que intentamos abordar en este estudio es, justamente, si la ley mencionada ha logrado alcanzar su objetivo tanto de promover negocios como de mejorar el bienestar económico de los pobladores. (Escobal y Armas, 19 y 20, 2018).

2.3 Definición de términos básicos:

Actividad Económica: Proceso que crea bienes o servicios que satisfacen las necesidades de consumidores enmarcados en el mercado. El principal objetivo de una actividad económica es lograr riqueza, siendo las actividades económicas de tipo primarias, secundaria y terciarias mediante las que se puede lograr, extrayendo, transformando y ofreciendo servicios (Aguinaga Cueva, 2018).

Actividad Artesanal: Elaboración de bienes donde predomina el uso de la mano en su producción, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio, que pueda realizarse en el domicilio del artesano o fuera de él (Aguinaga Cueva, 2018).

Actores del canal de distribución: Son Se denomina canal de distribución al proceso que sigue el bien, hasta llegar al comprador final; este proceso, puede ser corto productor – consumidor final o tener muchos intermediarios, personas que intervienen para que el producto llegue al consumidor final, generando sobrecostos (Aguinaga Cueva, 2018).

Artesanía: Es la producción de bienes, elaboradas fundamentalmente con las manos, con fines comerciales, donde intervienen diseños artísticos o creativos. La elaboración de una artesanía es predominantemente manual, sin la participación de máquinas o de procesos automatizados, sin embargo los procesos productivos modernos, podrían incorporarlos en algunas etapas (Aguinaga Cueva, 2018).

Artesano: persona que se dedica a la artesanía, como principal actividad de generación de riqueza, elabora objetos con características de artesanía, es decir elaborados principalmente a mano (Aguinaga Cueva, 2018).

Asociatividad: mecanismo de cooperación que se da entre productores o integrantes de la cadena productiva (empresas pequeñas y medianas y personas naturales), donde cada participante, mantiene su independencia jurídica y gerencial y voluntariamente participa en esfuerzos conjuntos con los demás participantes para lograr un objetivo común (Aguinaga Cueva, 2018).

Calidad: características que buscan satisfacer los requerimientos de los clientes, incorpora también la dimensión de no tener deficiencias en su elaboración y está directamente ligada a la satisfacción del cliente (Aguinaga Cueva, 2018).

Canal de distribución: Proceso comercial que sigue un bien producido hasta llegar al comprador final, lo constituye intermediarios que se relacionan (Aguinaga Cueva, 2018).

Ley N° 29482: Ley de Promoción para el Desarrollo de Actividades Productivas en Zonas Altoandinas. Norma legal que promueve la actividad productiva en comunidades por encima de los 2,500 y 3,200 msnm.

Zonas altoandinas: Aquellas zonas geográficas ubicadas por encima de los 2,500 y 3,200 msnm en el Perú y las cuales no incorporan a las capitales de distrito. Se encuentran descritas en el Anexo 1 de la ley.

Unidades Productivas: personas naturales; micro y pequeñas empresas inscritas en REMYPE (Registro de la Micro y Pequeña Empresa) enmarcado en Decreto Supremo N° 008-2008-TR y la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. También incorporan a las Cooperativas descritas en el Decreto Supremo N° 074-90-TR; y empresas comunales y multicomunales amparadas en el Decreto Supremo N° 045-93-AG.

Empresas: Las demás personas jurídicas consideradas como tales para efecto del Impuesto a la Renta, no incluidas en el numeral 3, generadoras de rentas de tercera categoría, que se dediquen exclusivamente a las actividades productivas señaladas en el artículo 5, cuyas ventas sean superiores al límite máximo establecido para las pequeñas empresas.

CIU: Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las Naciones Unidas - Revisión 3, asumida por la SUNAT para clasificar las actividades económicas que se desarrollan en el Perú.

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.

IGV: al Impuesto General a las Ventas.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.1 Hipótesis general

La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal.

3.1.2. Hipótesis secundarias

Hipótesis secundaria 1: La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.

Hipótesis secundaria 2: La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables en la calidad de sus productos.

Hipótesis secundaria 3: La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados.

3.1.3. Demostración de Hipótesis

La demostración de hipótesis general, se realizará a través de la prueba de hipótesis, haciendo uso del estadístico “Coeficiente de correlación de Spearman” con un nivel de significancia $p < 0.05$. Para ser aceptada la hipótesis general, la contrastación de todos los indicadores de las variables dependiente e independiente, deberán ser significativas.

Para la demostración de las hipótesis secundarias, se realizará a través de la prueba de hipótesis, haciendo uso del estadístico “Coeficiente de correlación de Spearman” con un nivel de significancia $p < 0.05$. Para aceptar la hipótesis secundaria, cada indicador de la variable de hipótesis específica, deberá correlacionarse significativamente con todos los indicadores de la variable independiente.

Tabla 05

Criterios para demostración de hipótesis

Correlación de Spearman		VARIABLE DEPENDIENTE		
		Indicador 1	Indicador 2	Indicador 3
VARIABLE INDEPENDIENTE	Indicador 1	$p < 0.05$	$p < 0.05$	$p < 0.05$
	Indicador 2	$p < 0.05$	$p < 0.05$	$p < 0.05$
	Indicador 3	$p < 0.05$	$p < 0.05$	$p < 0.05$

3.2. Definición conceptual de variables.

3.2.1. Operacionalización de variable

La exoneración tributaria de la ley de Promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas y su aplicación en la actividad artesanal.

Tabla 06

Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Indicadores	Escala de Medición
1) Competitividad económica	Según Baz, “la competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas (organización y capacidad para producir y elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, existen factores externos que determinan su capacidad de competir. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad (Baz, 2004, pág. 5).	1) Porcentaje costo de producción de la unidad producida.	1) Razón
		2) Costo final de venta de 1 unidad de artesanía.	2) Razón
		3) Artesano acogido a la ley N° 29482	3) Ordinal
		Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”. Plantea las estrategias básicas para lograr la competitividad: 1) Liderazgo por costos (bajo costo), 2) Diferenciación y 3) Enfoque, (Porter M, 2007; Competitive Strategy)	4) Porcentaje de ganancia de una unidad de artesanía.

2) Actividad productiva	<p>Se denomina actividad económica, a los procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios, a partir de unos factores de producción, que satisfacen las necesidades de los consumidores y es alrededor de estas que gira la economía de un país. Existen distintos tipos de actividades: primarias, secundarias y terciarias mediante las cuales somos capaces de extraer, transformar y ofrecer servicios respectivamente. Su fin es generar riqueza. (López G. 2019).</p> <p>En específico, la Actividad Artesanal, es aquella donde la producción de bienes o prestación de servicios predomina el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio, que pueda realizarse en el domicilio del artesano o fuera de él. (MINCETUR, 2020).</p>	<p>1) Tipo de artesanía 2) Unidades de artesanía producidas. 3) Unidades de artesanía vendidas</p>	<p>1) Nominal 2) Razón 3) Razón</p>
3) Liderazgo en costo	<p>Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Esta estrategia se enfoca en ofrecer el precio más bajo del mercado a través de la reducción de tus costos (Porter M, 2007; COMPETITIVE STRATEGY).</p>	<p>1) Uso equipos importados 2) Modernización de procesos productivos (Uso de maquinarias) 3) Unidades de artesanía vendidas</p>	<p>1) Nominal 2) Nominal 3) Nominal</p>

4) Diferenciación (Calidad del producto)	Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Consiste en ofrecer productos o servicios que el mercado perciba como únicos y con atributos que los hacen distinguirse con respecto a la competencia. (Porter M, 2007; COMPETITIVE STRATEGY).	1) Artesanos con Certificados de Origen 2) Número de capacitaciones recibidas. 3) Número de artesanos con mercado externo (extranjero)	1) Nominal 2) Razón 3) Razón
5) Enfoque (Focalización / segmentación).	Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Consiste en concentrarse en un segmento específico del mercado y lograr la especialización en cuanto a necesidades o preferencias de este grupo se logra mayor eficiencia (Porter M, 2007; COMPETITIVE STRATEGY).	1) Tipos de artesanía producidas 2) Artesanos con mercado nacional 3) Artesanos con mercado extranjero 4) Artesanos con formalización tributaria (RUC)	1) Nominal 2) Razón 3) Razón 4) Nominal

IV. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo y diseño de investigación.

La investigación que se proyecta es documental y descriptiva, a través de la recolección de datos de las variables en la legislación nacional, legislación comparada y doctrina, aplicando la selección de muestra a personas naturales o asociaciones que se dedique a la artesanía en la comunidad de Hualhuas - Huancayo ejercicio 2017 – 2020, para datos cuantitativos y periodo 2019 – 2020 para datos cualitativos. De esta información seleccionada se podrá inferir, determinar, explicar y concluir la validez de las hipótesis específicas planteadas y, por consiguiente, la hipótesis general.

4.1.1. Tipo de Investigación

- a) Mixto, según su enfoque es un estudio mixto dado que analizará datos cuantitativos y cualitativos.
- b) Básico, dado que buscó generar un conocimiento nuevo respecto a la aplicación de la Ley N° 29482 en los artesanos.
- c) Descriptivo, identificó las características y eventos que permiten evaluar la aplicabilidad de la Ley N° 29482, en población de artesanos.

4.1.2. Diseño de Investigación

Se desarrolló un estudio no experimental, transversal y exploratorio, dado que no se modificó las variables, se realizó una sola medición de datos donde se buscó identificar una visión general respecto a la efectividad de la promoción de las actividades productivas en artesanos.

4.2. Método de investigación

Se realizó una investigación descriptiva, que permitió describir el comportamiento de la Ley N° 29482 respecto a la variable planteada.

Este estudio, permitió abrir paso a otros estudios más profundos y complejos respecto a la mejora de la productividad de los artesanos.

4.3. Población y muestra.

4.3.1. Población.

Se identificó a las comunidades por encima de 2,300 msnm ubicadas en la provincia de Huancayo, de las cuales se trabajó con la comunidad de Hualhuas, en la cual la actividad productiva principal es la artesanía. Según

el último Censo nacional de población y vivienda (INEI, 2007), Hualhuas es considerada como pueblo y tiene una población de 3,267 habitantes y 1,588 casas habitadas, de las cuales 400 familias se dedican a la artesanía.

4.3.2. Muestra y Submuestra.

Se aplicó 20 encuestas por conveniencia, de artesanos que residen y desarrollan actividades en la comunidad de Hualhuas y 2 entrevistas; una a la presidenta de la comunidad campesina de Hualhuas y 1 artesano textil, residente de la zona.

La submuestra se obtuvo de la muestra obtenida, se analizó por conveniencia, 2 artesanos que contaban con RUC y contaban con datos tributarios del periodo 2017 – 2020.

4.4. Lugar de estudio y período desarrollado.

Hualhuas forma parte de la provincia de Huancayo, bajo la administración del Gobierno Regional de Junín. Se ubica a una altura de 3,280 msnm, siendo su capital el poblado de Hualhuas. Políticamente se divide en cuatro barrios: Misihuaño, Chauca, Mucha Cruz, Cinco Esquinas y dos anexos Veloy y Veliz.

La principal actividad que se desarrolla en Hualhuas es la artesanía textil; es conocida como cuna de tejedores y artesanos. La actividad textil, está caracterizada por el uso de fibras de lana de alpaca y oveja, así como multicolores diseños como denominador común (Wikipedia, 2020).

El estudio se desarrolló entre mediados del 2019 y el 2020, en sus etapas de coordinaciones, recojo de información y análisis de datos.

4.5. Técnica e instrumento para la recolección de la información.

4.5.1. Técnicas

Las técnicas que se usaron para la presente investigación fueron:

- a) Análisis documental: Se realizó la recolección de información secundaria, declaraciones ante SUNAT de los artesanos entrevistados (los que contaban con esta información), para su posterior análisis. Asimismo, se recopiló información sobre el Registro de Artesanos en MINCETUR, Gobierno regional de Junín; asimismo, se solicitó información tributaria específica relacionada a la actividad artesanía a SUNAT y Gobierno Regional de Junín.

- b) Entrevista personal: La necesidad de contar con las razones y causales de la poca adherencia y acogimiento a la Ley N° 29482, se realizaron 2 entrevistas estructuradas, validada por expertos, dirigida a un dirigente (representante de la comunidad campesina de Hualhuas) y un artesano residente en la zona de intervención.
- c) Encuestas: Se aplicó 20 encuestas a artesanos activos en la zona, no siendo su estado de inscripción en el RUC un criterio de inclusión. La encuesta aplicada, fue validada por expertos.
- d) Juicio de expertos: Se extraerá de las obras de los autores que se describen en la bibliografía de esta investigación, sus opiniones.

4.5.2. Instrumentos.

Los instrumentos usados para el recojo de información fueron:

- a) Solicitudes de datos, a través de las ventanillas de acceso a información pública para los casos de SUNAT y MINCETUR.
- b) Cuestionarios enviados vía correo electrónico o whatsapp, las cuales fueron remitidas por la misma vía cuando fueron llenadas. La entrevista se realizó a través de una encuesta estructura y la aplicación de un cuestionario, luego que estos fueran evaluadas y validadas (Juicio de expertos).

4.6. Análisis y procesamiento de datos.

- a) Para el análisis de datos, se procedió a la construcción de una base de datos, de las encuestas aplicadas a los artesanos de la comunidad de Hualhuas, haciendo uso del programa Excel.
- b) Resultados descriptivos: Se realizó análisis de frecuencias y elaboración de cuadros y gráficos
- c) Resultados Inferenciales: Se realizó análisis estadístico para prueba de hipótesis con estadístico rho Spearman, con nivel de significancia $p < 0.05$
- d) Reportes tributarios, en base a la aceptación de los consentimientos informados de los entrevistados, se obtuvieron data sobre sus estados financieros, los cuales fueron analizados de manera individual. Asimismo, se accedió a información pública sobre el estado actual de su inscripción en RUC y se cruzaron con datos como RNA.

- e) Desgravado de las entrevistas realizadas y la sistematización de las entrevistas realizadas a funcionarios e información recibida por los portales de transparencia.
- f) Libros: Relacionados al tema de impuesto a la renta de personas físicas, manuales de tributación; Derecho Financiero y Tributario; Derecho Constitucional Tributario; de doctrina nacional y extranjera.
- g) Revistas especializadas: Artículos académicos en *Advocatus*, *Themis*, *Derecho & Sociedad*, Instituto Peruano de Derecho Tributario, Instituto Peruano de Investigación y Derecho Tributario, *Análisis Tributario*, *Actualidad Empresarial*.
- h) Información de Internet: Artículos académicos, comentarios en blogs de expertos, sobre el impuesto a la renta de personas físicas.
- i) Legislación peruana: Dispositivos legales que versan sobre el tema de investigación.
- j) Legislación extranjera: Dispositivos legales que versan sobre el tema de investigación.

V. RESULTADOS

En el presente capítulo, se presenta los resultados obtenidos a partir de la sistematización de las encuestas aplicadas, que describe la situación actual, asimismo se incorpora datos secundarios relacionadas a la tributación de unidades muestrales. Luego, se incorpora análisis inferenciales a partir del cruce de variables en cuadros de doble entrada y finalmente se presentan testimonios de artesanos que permitieron ampliar la situación de los artesanos y su realidad económica y tributaria.

5.1. Resultados descriptivos.

Tabla 07

*Principal tipo de artesanía a que se dedica
el artesano en Hualhuas*

TIPO ARTESANIA	N	%
1.Cerámica	0	0%
2.Textil	20	100%
3.Metal	0	0%
4.Madera	0	0%
5.Otro	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

En la tabla 07 se identifica que en Hualhuas la principal y única actividad artesanal es la textil.

Tabla 08

Pertenencia del artesano a alguna asociación

Pertenece	N	%
SI	9	45%
NO	11	55%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Tabla 09

Acceso a beneficio de pertenecer a dicha asociación

Tiene beneficios	N	%
SI	1	11%
NO	8	89%
TOTAL	9	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Sólo el 45% de los encuestados, siendo la principal la “Asociación de comunidades campesinas de Hualhuas”. De estos, cerca del 90% manifiesta que no identifica ningún beneficio de pertenecer a estas asociaciones o agrupaciones (Tabla 09).

Tabla 10

Número de trabajadores que tiene en su empresa

N° de trabajadores	N	%
Ningún trabajador	3	15%
1 trabajador	8	40%
2 trabajadores	5	25%
3 trabajadores	4	20%
3 trabajadores o mas	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas.
Elaboración propia*

Tabla 11

Número de trabajadores en planilla

DETALLE	N	%
SI	0	0%
NO	20	100%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Respecto a la carga laboral, el 15% no tiene trabajadores y cerca del 50% tiene entre 1 y 2 trabajadores (Tabla 10); en todos los casos, ninguna unidad productora cuenta con trabajadores en planilla (Tabla 11), estos valores muestran que la artesanía textil en Hualhuas es desarrollada por unidades productivas familiares.

Tabla 12

Herramientas que usa para producir cada tipo de artesanías

Herramientas para producción	MANOS	MOLDES	HORNO LEÑA	HORNO GAS	MAQUINA CARPINTERIA	SOLDADORA	MAQUINA TEJEDORA	HERRAMIENTAS NACIONALES	HERRAMIENTAS IMPORTADAS	EQUIPOS IMPORTADOS
SI	20	0	0	0	0	0	5	5	0	0
NO	0	20	20	20	20	20	15	15	20	20
TOTAL	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

De los encuestados, la totalidad usa las manos para la elaboración de sus artesanías, cumpliendo el criterio establecido para ser considerados como artesanos. Sólo el 25% de estos usan maquinas nacionales siendo estas tejedoras (Tabla 12).

Tabla 13

Existen equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías

Existencia de equipos	n	%
SI	0	0%
NO	20	100%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

A la consulta si existieran maquinas más sofisticadas para la producción de sus artesanías, los encuestados consideran que no existen este tipo de maquinarias para el tipo de su artesanía textil.

Tabla 14

Disposición de adquirir equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías

Tiene disposición	n	%
SI	10	20%
NO	10	80%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Si bien es cierto que los artesanos no identifican quipos sofisticados, si existieran, sólo el 20% estaría dispuesta a adquirirlas, siendo el principal motivo para esto, dado que identifican que alteraría la calidad de su trabajo, que está en sus manos. (Tabla 14).

Tabla 15

Motivo por el cual adquiriría un equipo más sofisticado

Motivo	n	%
Le ayuda en la calidad	3	10%
Le ayuda a producir más cantidad	5	70%
Le ayuda a reducir costos	2	20%
TOTAL	10	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Tabla 16
Motivo por el cual no adquiriría un equipo más sofisticado

Motivo	n	%
Costo elevado	10	100%
No sé cómo comprar	0	0%
Pago impuesto	0	0%
TOTAL	10	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

De los que estarían dispuestos a adquirir un equipo más sofisticado, el principal motivo para incrementar el nivel de producción (Tabla 15) mientras que el principal motivo por el cual no adquirirían sería su costo elevado (Tabla 16), aspecto que podría ser atendido por la ley 29482

Tabla 17
Nivel de incremento de producción si usara maquinaria más sofisticada

Nivel de incremento	n	%
Doble	2	20%
Triple	3	30%
cuatro veces más	4	40%
cinco veces más	1	10%
6 y 10 veces más	0	0%
10 veces más	0	0%
TOTAL	10	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

De los que estarían dispuestos a adquirir una máquina más sofisticada, creen que incrementarían su producción en cuatro y cinco veces (50%) mientras que el otro 50% lo haría entre el doble y triple de su producción actual.

Tabla 18
Número unidades de artesanía produce al mes

N° unidades	n	%
9	1	5%
10	1	5%
25	2	10%
30	3	15%
40	1	5%
45	2	10%
50	4	20%
80	1	5%
85	1	5%
100	3	15%
150	1	5%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Tabla 19
*Número de unidades promedio de
 artesanía que vende al mes*

Número de unidades	N	%
1	7	35%
2	6	30%
3	1	5%
5	2	10%
10	2	10%
15	1	5%
20	1	5%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Respecto a la productividad, al consultar a los artesanos, se identificó que el 10% produce 10, el 60% entre 11 y 50 unidades por mes y el restante 30% con más 50 unidades por mes. Al respecto, al consultar sobre el número de unidades que vende por mes, se identificó que el 65% vende 1 o 2 unidades por mes; y sólo el 20% 10 unidades o más (Tabla 18 y 19).

Tabla 20
Costo de producción promedio de una unidad de artesanía respecto al precio de venta

Porcentaje (%)	n	%
10% - 15%	5	25%
>15% - 20%	13	65%
>20% - 30%	1	5%
>30% - 40%	1	5%
>40% - 50%	0	0%
>50%	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Al consultar el nivel de rentabilidad (porcentaje de ganancia promedio de una unidad de artesanía vendida) se encontró que más de la mitad gana entre 15 y 20%, el 25% entre 10 y 15% y sólo el 10% por encima del 20% de ganancia.

Tabla 21
Costo promedio venta de una unidad de artesanía

Valor en soles (S/.)	n	%
15.00 soles	2	10%
30.00 soles	2	10%
34.50 soles	2	10%
35.00 soles	1	5%
48.00 soles	1	5%
55.00 soles	2	10%
60.00 soles	4	20%
100.00 soles	2	10%
115.00 soles	1	5%
120.00 soles	2	10%
180.00 soles	1	5%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas.
 Elaboración propia*

Respecto al costo de venta de una unidad de artesanía, el 40% de los artesanos vende sus unidades de producción por debajo de 50 soles, mientras que el 30% lo vende por encima de S/ 100.00 soles.

Tabla 22
Meta de incremento de ventas planteadas respecto a la actual

N° unidades aspira vender	n	%
5	3	15%
10	8	40%
15	2	10%
20	3	15%
30	1	5%
40	1	5%
50	1	5%
100	1	5%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Las expectativas de incremento de venta de los artesanos, es de incrementar en 360% respecto a las unidades vendidas actuales; el total de ventas realizadas es de 87 unidades, mientras que la suma de metas de venta suma 450 unidades.

Al explorar sobre el mercado actual en que venden sus productos, todos manifiestan que venden sus productos en su distrito o comunidad, no venden sus productos a nivel regional, nacional o mercado internacional. Esto muestra, que el principal mercado que tienen estos artesanos es cautivo de los intermediarios, quienes muchas veces determinan la demanda de los artesanos:

“... los que se benefician son los intermediarios que indican que producir y cuanto producir, nos pagan poco y lo

venden en Lima hasta 4 veces el valor que nos pagan...”
 (Ramos, 2020)

La mejora de la calidad de las artesanías y todo servicio o producto que se desarrolla para comercializarlo, requiere un nivel de calidad, que le permita ser más competitivo con su competencia u otro tipo de mercado más exigente. La existencia de Certificado de Origen, brinda una “marca” que le permite distinguirse y acreditarse como artesano peruano que cumple ciertos estándares de calidad, asimismo, la exigencia del mercado obliga a una estrategia de mejora continua no sólo en las técnicas productivas, sino en aspectos como márketing, exploración de mercado entre otros, por lo cual las capacitaciones resultan fundamentales para lograr una mejora de calidad y por ende mejores niveles de competitividad.

Tabla 23

*Artesanos inscritos en el Registro Nacional de Artesanos
 con Certificado de Origen Junín (2013 – 2019)*

Artesanos inscritos RNA con Certificado de Origen	n	%
<i>SI</i>	11	15.41 %
<i>NO</i>	60	84.59 %
TOTAL	71	100%

*Fuente: MINCETUR,
 Elaboración propia*

Respecto a los encuestados, sólo el 15% de estos tienen Certificado de Origen, mientras el 85% no lo tiene.

Tabla 24

Acceso a mercado internacional

Acceso a mercado internacional	n	%
<i>SI</i>	0	0 %
<i>NO</i>	20	100 %
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Respecto al mercado donde venden sus productos, los artesanos de Hualhuas, venden sus artesanías textiles, lo hacen en el mercado nacional en el 100% y ninguno de los entrevistados tiene acceso y por tanto no vende en el mercado internacional (Tabla 24).

Tabla 25

Número de capacitaciones recibidas en el último año

Número de capacitaciones recibidas	n	%
<i>Ninguna</i>	18	90%
<i>1-2 capacitaciones</i>	2	10%
<i>3-5 capacitaciones</i>	0	0%
<i>>5 capacitaciones</i>	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Sólo el 10% ha recibido alguna capacitación, esto podría explicar parte de las razones por las que ninguno de los encuestados accede a mercado internacional, con mayores niveles de exigencia.

Tabla 26

Número de puestos por tipo de mercado

Tipo de mercado / Número de puestos	n	%
<i>Nacional</i>	20	100%
<i>Internacional</i>	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

El 100% de los artesanos encuestados vende en el mercado nacional y ninguno en el mercado extranjero (Tabla 26), sin embargo, estos en su totalidad también desea explorar otros mercados que les permita vender directamente al consumidor final

(Tabla 26), que preferentemente sean turistas extranjeros, mejorando de esta manera sus precios de venta. Esta posición también es reafirmada en las entrevistas realizadas.

Tabla 27
Deseo de ampliar a otros mercados

Quiere vender en otros mercados	N	%
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

“... si, prácticamente nosotros producimos para los intermediarios, quisiéramos poder vender directamente, pero necesitamos apoyo para ir a ferias...” (Ramos, 2020)

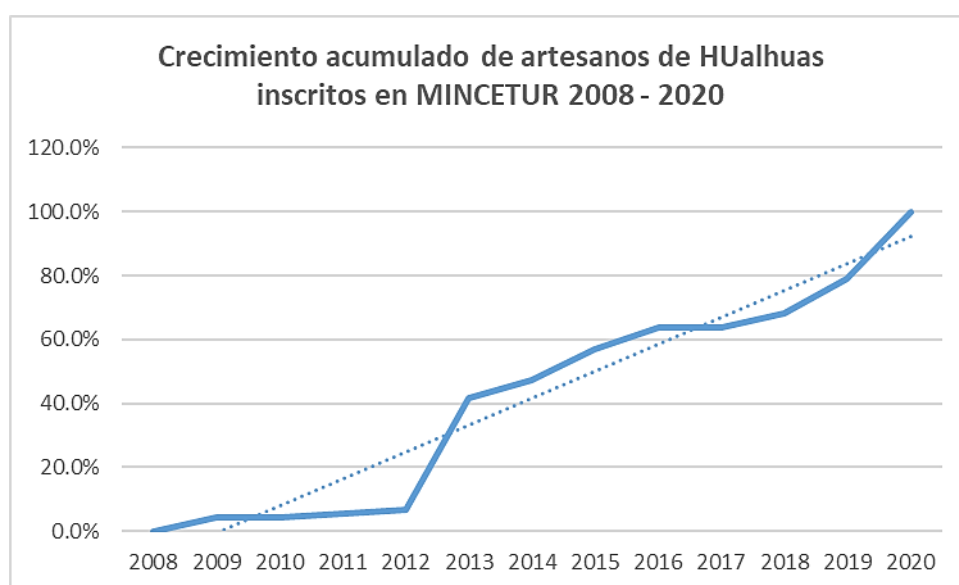
Tabla 28
Crecimiento acumulado de artesanos de Hualhuas inscritos en MINCETUR 2008 – 2020

Año	Inscritos	Acumulado	% acumulado
2008	0	0	0.0%
2009	3	3	4.2%
2010	0	3	4.2%
2011	1	4	5.6%
2012	1	5	6.9%
2013	25	30	41.7%
2014	4	34	47.2%
2015	7	41	56.9%
2016	5	46	63.9%
2017	0	46	63.9%
2018	3	49	68.1%
2019	8	57	79.2%
2020	15	72	100.0%
TOTAL	72		

Fuente: MINCETUR. Elaboración propia

Siendo la participación en otros mercados uno de los principales objetivos que persiguen los artesanos, esto debe ir de la mano con niveles de capacitación y reconocimiento como artesanos que les permita mayores niveles de aceptabilidad. En este sentido en la tabla 28 se identifica que en Hualhuas, sólo se encuentran inscritos en MINCETUR; 72 artesanos, de un total de aproximadamente 200 (Ramos, 2020) que representa cerca del 36%; el cual tiene un crecimiento promedio de 2 artesanos nuevos por año, a excepción del 2013, que si hubo una inscripción importante.

Imagen 07



Fuente: MINCETUR
Elaboración propia

Como se evidencia en la imagen 7, el número de artesanos inscritos en Hualhuas se han ido inscribiendo en el Registro Nacional de Artesanos (MINCETUR) en los últimos 10 años.

Tabla 29
Cuenta con RUC

RUC	n	%
SI	6	30%
NO	14	70%
TOTAL	20	100%

Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia

Respecto a las responsabilidades tributarias, sólo el 30% tiene RUC, siendo los motivos de esta, la posibilidad de poder acceder a un préstamo o crédito y acceder a otros mercados (Tabla 30).

Tabla 30
Motivo porque si tiene RUC

Motivo	n	%
<i>Me ayuda a tener crédito / préstamo</i>	5	83%
<i>Me ayuda a vender en otros mercados</i>	1	17%
<i>Puedo reducir los impuestos</i>	0	0%
<i>Me fiscalizan</i>	0	0%
TOTAL	6	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Como se indicó, la gran mayoría de los encuestados que si cuentan con RUC, identifica que los beneficios de obtener crédito o algún préstamo como persona jurídica tienen los artesanos respecto a los beneficios como persona natural. Sólo el 17% cree que le permitiría acceder a otros mercados.

Tabla 31
Motivo porque no tiene RUC

Motivo	n	%
<i>Pago impuestos</i>	6	43%
<i>Aumenta costo de venta</i>	8	57%
<i>No me ayuda en nada</i>	0	0%
<i>Entro riesgo por fiscalización</i>	0	0%
<i>Otro</i>	0	0%
TOTAL	14	100%

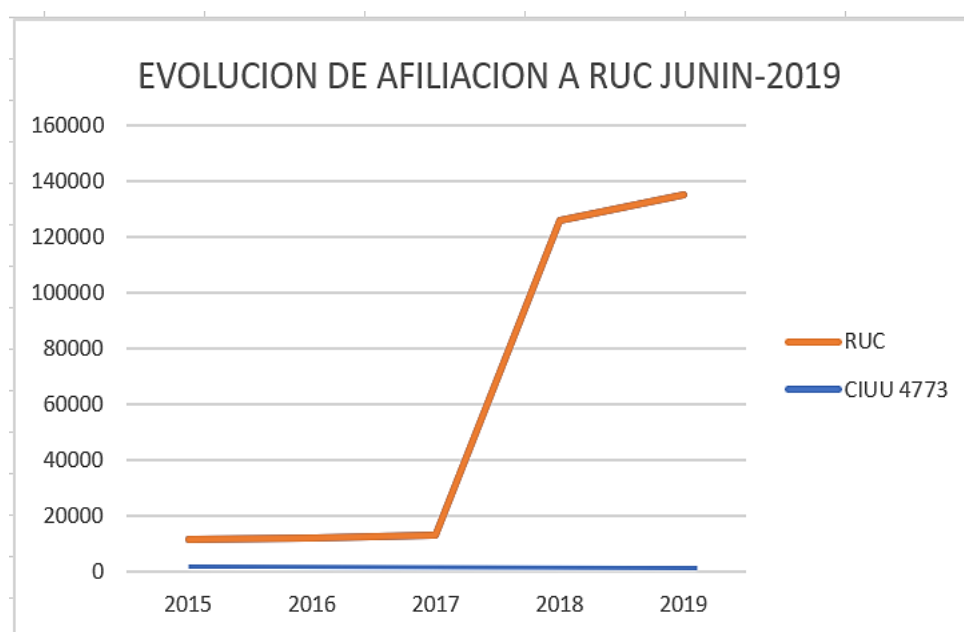
*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Por otro lado, el principal motivo por el cual el 70% no tiene RUC es el pago de impuesto que a la larga incrementa sus costos de venta final, que se traduce en menores ventas de sus artesanías textiles (Tabla 31).

“... creo que todos estaríamos de acuerdo de poder sacar nuestro RUC, si esto nos va ayudar a mejorar. Pero necesitamos mayor información, cuando vamos a las oficinas de las instituciones no nos explican...” (Ramos, 2020).

En este mismo sentido, se encontró que no existen facilidades ni información hacia los artesanos para poder contar con un RUC y que ellos estarían dispuestos a tener este nivel de formalidad, ya que permitiría entrar a otros mercados.

Imagen 08



Fuente: Consulta SUNAT
Elaboración propia

Uno de los aspectos que muestra que existe un desconocimiento del uso adecuado del RUC, por parte de los artesanos y de los prestadores del servicio (SUNAT) es la escasa inscripción del artesano con el CIUU 4773, que corresponde a la actividad Artesanía, que finalmente es la que desarrollan y que les permitiría acceder a los beneficios tributarios como tal.

Tabla 32
Conoce la Ley N° 29482

Detalle	n	%
SI	1	5%
NO	19	95%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Tabla 33
Número de artesanos acogidos a la Ley 29482

Detalle	n	%
SI	1	5%
NO	19	95%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Asimismo, de los resultados de la encuesta aplicada, sólo el 5% conoce la ley N° 29482, esto se traduce que sólo un artesano (*Faustino Maldonado Maldonado RUC N° 10199372527*) conoce y esta acogido la ley (Ficha RUC), mientras que el 95% de los encuestados no la conoce y por tanto, no se encuentra acogido a ella (Tabla 32 y 33).

Tabla 34
Voluntad de acogerse a la Ley 29482

Detalle	n	%
SI	7	35%
NO	13	65%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Tabla 35

Motivo porque se acogería a la Ley 29482

Detalle	n	%
<i>Me ayuda a comprar equipos más baratos</i>	1	14%
<i>Me ayuda a vender en otros mercados</i>	4	57%
<i>Puedo reducir los impuestos</i>	2	29%
<i>No pagaría muchos impuestos</i>	0	0%
TOTAL	7	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Tabla 36

Motivo porque no se acogería a la Ley 29482

Detalle	n	%
<i>Igual pago impuestos</i>	5	38%
<i>Aumenta costo de venta por impuestos</i>	5	38%
<i>No me ayuda en nada</i>	3	23%
<i>Otro</i>	0	0%
TOTAL	13	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia*

Después de exponer las características de la ley, se encontró que sólo el 35% estaría dispuesto a acogerse a esta (Tabla 34), siendo el principal motivo de esta que le permitiría vender en otros mercados en un 57% (Tabla 35), mientras que de los que no se acogerían, identifican como principal causa que siempre tendrían que pagar algún impuesto que incrementaría el valor de venta de sus productos en un 76% (Tabla 36).

Tabla 37
Tipo de norma que percibe necesario para mejorar su competitividad

DETALLE	n	%
<i>Que nos permitan capacitarnos</i>	20	100%
<i>Que cree mercados para artesanos</i>	20	100%
<i>Que nos den crédito por ser artesanos</i>	20	100%
<i>Que nos liberen de impuestos</i>	10	50%
TOTAL	20	100%

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Respecto la indagación de sus necesidades para mejorar su competitividad, todos identifican la necesidad de promover su capacitación, que se generen nuevos mercados y acceso a créditos; mientras que sólo el 50% identifica los beneficios tributarios son necesarios para mejorar su competitividad. (Tabla 37)

Tabla 38
*Artesanos inscritos en RNA y estado tributario
 Huancayo al 2019*

DETALLE	N	PORCENTAJE
Inscritos en RNA	120	100%
Inscritos con RUC	79	65.8%
Inscritos con RUC activo	41	34.2%

*Fuente: MINCETUR – SUNAT
 Elaboración propia*

En la tabla 38 encontramos que del total de inscritos en el RNA de la región Huancayo, sólo el 79% cuenta con RUC, sin embargo, sólo el 34% tiene RUC activo, lo que representa la tercera parte del total de artesanos inscritos en Huancayo. Esto muestra, que la artesanía es una actividad productiva no reconocida como formal por

parte de los productores (artesanos), principalmente los ubicados en zonas altoandinas.

Tabla 39
*Artisanos inscritos en RNA y motivo de baja de RUC
 Huancayo al 2019*

DETALLE	N	PORCENTAJE
Inscritos en RNA	120	100%
Inscritos con RUC no activo	18	15%
Baja definitiva	6	33.3%
Suspensión temporal	6	33.3%
Baja por oficio	5	27.7%

*Fuente: MINCETUR - SUNAT
 Elaboración propia*

Tabla 40
*Artisanos inscritos en RNA y estado tributario Huancayo
 año - 2019*

DETALLE	N	PORCENTAJE
Inscritos en RNA	31	100%
Inscritos con RUC	19	61.3%
Inscritos con RUC activo	15	48.3%
Inscritos con RUC no activo	4	12.9%
Inscritos acogidos a NRus	3	15.8%
Inscritos RUC emiten factura y guía	2	13.3%
Artisanos acogidos a ley 29482	1	3.2%

*Fuente: MINCETUR - SUNAT
 Elaboración propia*

Uno de los aspectos saltantes que se encontró, fue que existe una disonancia, entre las instancias estatales en favor de los artesanos es que el MINCETUR inscribe como tal en el RNA, a aquellos que se “dedican” a la artesanía, pero con ningún respaldo legal de dicha actividad, sólo el 48% de los inscritos tiene RUC activo, sólo el 13% de los que tienen RUC emiten factura y guía de remisión y ninguno está acogido a la ley

29482 (Tabla 39), siendo la baja definitiva y suspensión temporal los principales motivos de inactividad del RUC.

Tabla 41
Relación entre valor de venta y porcentaje de producción de una unidad de artesanía en un mes

		Número de unidades vendidas al mes							
		1	2	3	5	10	15	20	TOTAL
Costo de producción	13.0%	1							1
	13.0%	1					1		2
	14.3%					1			1
	15.0%	1							1
	16.7%	4	3	1	1	1			10
	18.2%		2						2
	20.0%		1						1
	33.3%							1	1
	40.0%						1		1
TOTAL	7	6	1	1	2	2	1	20	

*Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
 Elaboración propia*

Al analizar cuanto le cuesta producir a un artesano un producto, encontramos que mientras más sea el número de unidades que produce, mayor será el costo de producción, mientras que no necesariamente cuanto menos se produce, es menor el porcentaje de inversión; esto estaría relacionado con el uso de insumos y sus variaciones de costos que se vienen dando en los últimos tiempos, según testimonios, los costos de insumos son cada vez más costosos (Ramos, 2020).

Tabla 42

Relación entre valor de venta y número de unidades vendidas

		Número de unidades vendidas al mes							
		1	2	3	5	10	15	20	TOTAL
Valor promedio de venta 1 artesanía	S/15.0						1	1	2
	S/30.0				1	1			2
	S/34.5	1				1			2
	S/35.0				1				1
	S/48.0		1						1
	S/55.0		2						2
	S/60.0	1	2	1					4
	S/100.0	1	1						2
	S/115.0	1							1
	S/120.0	2							2
	S/180.0	1							1
TOTAL	7	6	1	2	2	1	1	20	

Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia

Al relacionar el número de una unidad y el número de unidades vendidas, se ratifica que mientras menos unidades se vende, más caro será el valor de venta de la artesanía; esto relacionado a la calidad del producto. Se produce más pero el costo de venta es menor y a la inversa (Tabla 42).

Tabla N° 43

Relación entre valor de venta y el uso de máquinas tejedoras

		Valor promedio de venta de una unidad de artesanía										
		S/1	S/3	S/3	S/3	S/4	S/5	S/6	S/10	S/11	S/12	S/18
		5	0	5	5	8	5	0	0	5	0	0
Usa	SI		1	1					1	1	1	
máquina	N											
tejedora	O	2	1	1	1	1	2	4	1		1	1

Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia

Respecto al análisis si el uso de las máquinas tejedoras, se observa que esta no genera ningún impacto sobre el número de unidades vendidas, así el uso de máquinas tejedoras se da en aquellos artesanos que venden pocas unidades, como aquellas que venden muchas unidades textiles (Tabla 43).

Tabla 44

Relación entre valor de venta de una unidad al mes e inscripción en RUC

		Valor promedio de venta de una unidad de artesanía										
		S/15	S/30	S/35	S/35	S/48	S/55	S/60	S/100	S/115	S/120	S/180
Tiene	SI							3	2		1	
RUC	NO	2	2	2	1	1	2	1		1	1	1

Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia

Al explorar si el tener RUC genera un costo mayor de venta del producto, identificamos que los que tienen RUC, son los que venden a mayores costos, sin embargo, no necesariamente los que no tienen RUC venden más barato, dado que existen artesanos que venden artículos a alto costo sin tener RUC, con valores superiores a S/.100.00 soles.

Tabla 45

Relación entre el número de unidades de artesanía vendidas y la tenencia de RUC

		Número de unidades vendidas						
		1	2	3	5	10	15	20
Tiene	SI	3	2	1				
RUC	NO	4	4		2	2	1	1

Fuente: Encuesta a artesanos comunidad Hualhuas
Elaboración propia

Asimismo, al analizar si los artesanos que tienen RUC venden más, se encontró que esto es a la inversa, dado que los que tienen RUC, venden entre 1 y 3 unidades promedio mes, mientras que los que no tienen RUC venden indistintamente (Tabla 45).

ANÁLISIS DE CASOS

Caso 1: **FAUSTINA VELI SEGUIL**, RUC 10200759201

Al realizar el análisis tributario del artesano, se observa que no está acogida a la ley 28482, su actividad principal declarada es de artesano (CIUU 4773), y otros tipos de enseñanza (CIUU 8549) como actividad secundaria. Asimismo, se deduce que sus ingresos declarados son menores a S/. 1,000.00 soles en todos los ejercicios analizados, mostrando un ingreso de nivel bajo.

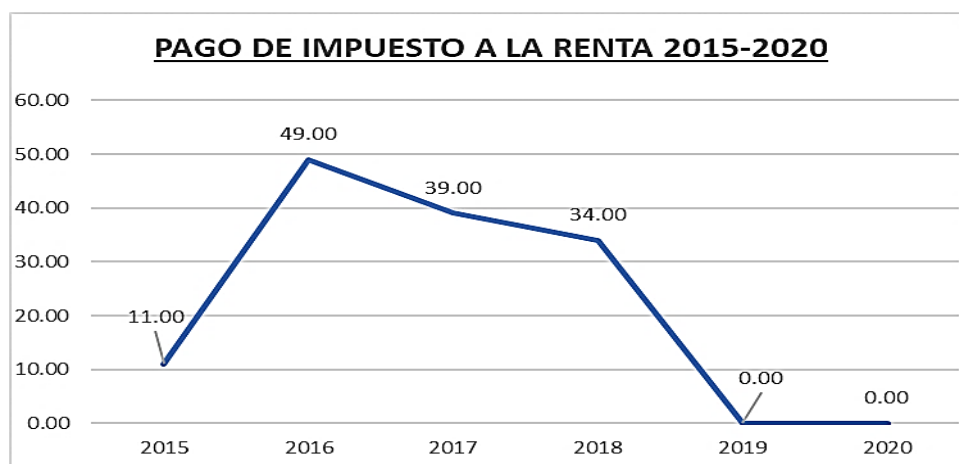
Tabla 46

Valor de pago de impuesto a la RENTA de una unidad productiva con RUC
2015-2019

FECHA	TIPO	PAGO	FECHA	TIPO	PAGO	FECHA	TIPO	PAGO
2015/01	RENTA	0.00	2016/10	RENTA	0.00	2018/07	RENTA	0.00
2015/02	RENTA	0.00	2016/11	RENTA	1.00	2018/08	RENTA	0.00
2015/03	RENTA	11.00	2016/11	RENTA	0.00	2018/09	RENTA	0.00
2015/03	RENTA	0.00	2016/12	RENTA	0.00	2018/10	RENTA	14.00
2015/04	RENTA	0.00	2017/01	RENTA	0.00	2018/10	RENTA	0.00
2015/05	RENTA	0.00	2017/02	RENTA	0.00	2018/11	RENTA	0.00
2015/06	RENTA	0.00	2017/03	RENTA	0.00	2018/12	RENTA	0.00
2015/07	RENTA	0.00	2017/04	RENTA	0.00	2019/01	RENTA	0.00
2015/08	RENTA	0.00	2017/05	RENTA	25.00	2019/02	RENTA	0.00
2015/09	RENTA	0.00	2017/05	RENTA	0.00	2019/03	RENTA	0.00
2015/10	RENTA	0.00	2017/06	RENTA	0.00	2019/04	RENTA	0.00
2015/11	RENTA	0.00	2017/07	RENTA	0.00	2019/05	RENTA	0.00
2015/12	RENTA	0.00	2017/08	RENTA	0.00	2019/06	RENTA	0.00
2016/01	RENTA	0.00	2017/09	RENTA	0.00	2019/06	RENTA	0.00
2016/02	RENTA	0.00	2017/10	RENTA	14.00	2019/07	RENTA	0.00
2016/03	RENTA	22.00	2017/10	RENTA	0.00	2019/08	RENTA	0.00
2016/03	RENTA	0.00	2017/11	RENTA	0.00	2019/09	RENTA	0.00
2016/04	RENTA	4.00	2017/12	RENTA	0.00	2019/10	RENTA	0.00
2016/04	RENTA	0.00	2018/01	RENTA	0.00	2019/11	RENTA	0.00
2016/05	RENTA	0.00	2018/02	RENTA	0.00	2019/12	RENTA	0.00
2016/06	RENTA	0.00	2018/03	RENTA	0.00	2020/01	RENTA	0.00
2016/07	RENTA	22.00	2018/04	RENTA	20.00	2020/02	RENTA	0.00
2016/07	RENTA	0.00	2018/04	RENTA	0.00	2020/03	RENTA	0.00
2016/08	RENTA	0.00	2018/05	RENTA	0.00	2020/04	RENTA	0.00
2016/09	RENTA	0.00	2018/06	RENTA	0.00	2020/05	RENTA	0.00

Fuente: Consulta SUNAT,
Elaboración propia

Imagen 09



Fuente: Consulta SUNAT
Elaboración propia

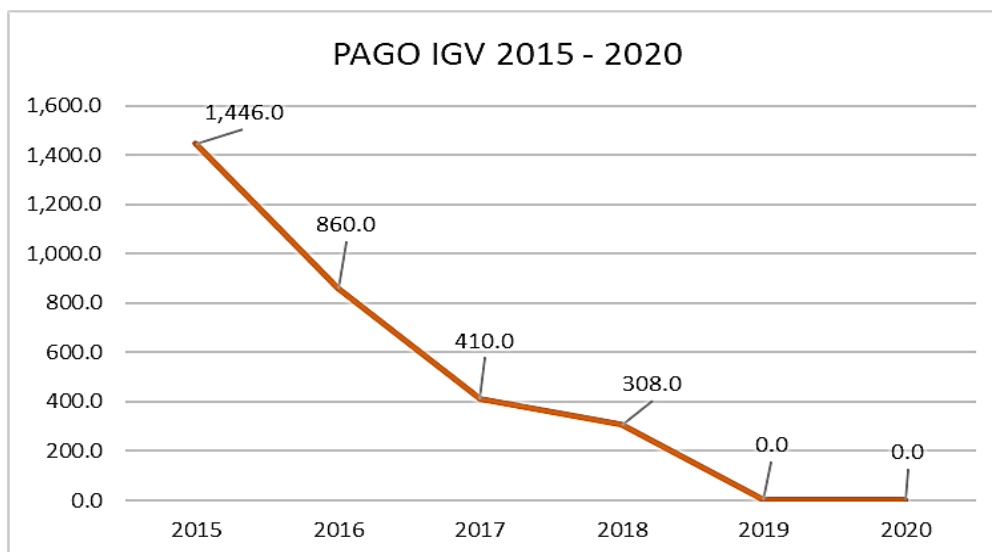
Al analizar la generación de Renta, se identifica que este se dio en 3 años con costos menor a 50 soles al año, a excepción del año 2016, donde se generó una renta en 2 meses ascendente a 50 soles año, lo que no representaría un “gasto” elevado que pudiera asumir, sin estar acogido a la ley 29482.

Tabla 47
Valor de pago de IGV de una unidad productiva con RUC
2015-2019

FECHA	TIPO	PAGO	FECHA	TIPO	PAGO	FECHA	TIPO	PAGO
2015/01	IGV	0.00	2016/08	IGV	0.00	2018/06	IGV	0.00
2015/02	IGV	0.00	2016/09	IGV	0.00	2018/07	IGV	0.00
2015/03	IGV	136.00	2016/10	IGV	0.00	2018/08	IGV	0.00
2015/03	IGV	136.00	2016/11	IGV	14.00	2018/09	IGV	0.00
2015/04	IGV	100.00	2016/11	IGV	14.00	2018/10	IGV	154.00
2015/04	IGV	442.00	2016/12	IGV	131.00	2018/10	IGV	154.00
2015/05	IGV	0.00	2017/01	IGV	0.00	2018/11	IGV	0.00
2015/06	IGV	330.00	2017/02	IGV	0.00	2018/12	IGV	0.00
2015/07	IGV	0.00	2017/03	IGV	0.00	2019/01	IGV	0.00
2015/08	IGV	0.00	2017/04	IGV	0.00	2019/02	IGV	0.00
2015/09	IGV	0.00	2017/05	IGV	173.00	2019/03	IGV	0.00
2015/10	IGV	302.00	2017/05	IGV	173.00	2019/04	IGV	0.00
2015/11	IGV	0.00	2017/06	IGV	0.00	2019/05	IGV	0.00
2015/12	IGV	0.00	2017/07	IGV	0.00	2019/06	IGV	0.00
2016/01	IGV	0.00	2017/08	IGV	0.00	2019/06	IGV	0.00
2016/02	IGV	0.00	2017/09	IGV	0.00	2019/07	IGV	0.00
2016/03	IGV	118.00	2017/10	IGV	32.00	2019/08	IGV	0.00
2016/03	IGV	40.00	2017/10	IGV	32.00	2019/09	IGV	0.00
2016/03	IGV	192.00	2017/11	IGV	0.00	2019/10	IGV	0.00
2016/04	IGV	73.00	2017/12	IGV	0.00	2019/11	IGV	0.00
2016/04	IGV	73.00	2018/01	IGV	0.00	2019/12	IGV	0.00
2016/05	IGV	0.00	2018/02	IGV	0.00	2020/01	IGV	0.00
2016/06	IGV	0.00	2018/03	IGV	0.00	2020/02	IGV	0.00
2016/07	IGV	205.00	2018/04	IGV	0.00	2020/02	IGV	0.00
2016/07	IGV	0.00	2018/05	IGV	0.00	2020/04	IGV	0.00

Fuente: Consulta SUNAT
Elaboración propia

Imagen 10



Fuente: Consulta SUNAT
Elaboración propia

Asimismo, al analizar a la misma unidad productiva, se identifica que el valor de ventas anual, ha ido reduciéndose en el tiempo, teniendo su mejor venta anual el 2015 con S/. 8,033.33 soles, siendo a partir de allí por debajo de S/.5,000.00 soles, lo que muestra que en el año de mejor comportamiento las ventas mensuales estaban por debajo de 800 soles mes.

Caso 2: **FAUSTINO MALDONADO MALDONADO**, RUC 10199372527

Identificamos que el artesano, si esta acogida a los beneficios de la ley 29482, desde el 05/09/2012, siendo los beneficios obtenidos por estar acogido:

- 1) Exoneración del Impuesto a la Renta: Según se identifica en el reporte de SUNAT del periodo 2014-2019, que los años 2014, 2015, 2016 y 2019 se generaron y pagaron Impuesto a la Renta (Tabla 48), lo cual, dado que esta acogida a la ley 29482, no debió cancelarse; dando muestras que existe un nivel de desconocimiento de parte de los portantes, no encontrando ningún beneficio de estar acogido; pudiendo explicarse la falta de comunicación y asistencia por parte de la SUNAT.

Tabla 48
Valor de pago de IGV de una unidad productiva con RUC
2015-2019

NUMERO DE RUC		1 : 10199372527					
NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO							
DIRECCION		: JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.P.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024 HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN					
			PAGINA : 1 FECHA : 09/10/2020 HORA : 12:54:26				
EXTRACTO DE PRESENTACIONES Y PAGOS							
REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020							
I.- FORMULARIOS QUE REGISTRAN IMPORTE A PAGAR :							
PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTOS	IMPORTE	IMPORTE	No. RESOLUCION/ ORDEN DE PAGO
No.	No.ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO	PAGADO	
2014/12	1662	237842762	06/01/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	222.00	
2015/01	1662	239057399	07/02/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	122.00	
2015/02	1662	239993762	04/03/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	62.00	
2015/03	1662	241352127	10/04/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	105.00	
2015/04	1662	242469205	11/05/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	153.00	
2015/05	0621	802359192	08/06/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	149.00	
2015/05	1662	243608227	09/06/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	9.00	
2015/06	1662	244615089	07/07/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	54.00	
2015/07	0621	804155920	07/08/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	85.00	
2015/08	0621	805124174	08/09/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	87.00	
2015/09	0621	806071539	09/10/2015	NACION	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	46.00	
2015/10	1662	249301599	10/11/2015	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	136.00	
2015/12	1662	252857305	11/02/2016	CREDITO	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	134.00	
2016/02	1662	253913815	10/03/2016	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	92.00	
2019/05	1662	750735539	16/08/2019	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	3.00	
2019/03	1662	750735602	16/08/2019	BIF	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	4.00	

Fuente: SUNAT

- 2) Exoneración de tasas arancelarias: Al hacer la exploración sobre las actividades comerciales con el extranjero, se encontró que este artesano, no tuvo ningún movimiento de importación o exportación de ningún tipo, por lo que, en referencia a este beneficio, tampoco se consolidó (Anexo).
- 3) Exoneración del IGV de las importaciones; dado que no desarrollo ninguna importación, tampoco se benefició de esta parte de la ley (Anexo).



CONSULTA POR IMPORTADOR									
Retroceder Inicio									
IMPORTADOR: 4 - 10199372527 PERIODO: TODO EL AÑO 2015									
ADUANA: TODAS LAS ADUANAS									
									1 a 0 de 0
LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									



CONSULTA POR IMPORTADOR

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

IMPORTADOR: 4 - 10199372527
PERIODO: TODO EL AÑO 2016

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	1 a 0 de 0 IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									



CONSULTA POR IMPORTADOR

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

IMPORTADOR: 4 - 10199372527
PERIODO: TODO EL AÑO 2017

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	1 a 0 de 0 IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									



CONSULTA POR IMPORTADOR

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

IMPORTADOR: 4 - 10199372527
PERIODO: TODO EL AÑO 2018

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	1 a 0 de 0 IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									



CONSULTA POR IMPORTADOR

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

IMPORTADOR: 4 - 10199372527
PERIODO: TODO EL AÑO 2019

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	1 a 0 de 0 IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									



CONSULTA POR IMPORTADOR

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

IMPORTADOR: 4 - 10199372527
PERIODO: TODO EL AÑO 2020

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	IMPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	CIF \$	ADV \$	1 a 0 de 0 IMP. ARANCEL \$
No se encontraron registros...									

En este mismo sentido, al entrevistar al Sr. Maldonado, se evidencia el nivel de desinformación no sólo a nivel de él como usuarios, sino de su contador; mostrando que el nivel de información respecto a los beneficios tributarios que el Estado brinda en sus diferentes formas, son mínimas, incluso no llegando a los profesionales técnicos que asesoran a los usuarios en los procesos de tributación.

“... no estoy al tanto de las exoneraciones a las que estoy acogido, quien maneja mis declaraciones es mi contador ...”
(Maldonado F. , 2020).

“... no uso equipos para hacer mis artesanías, yo pienso usarlas y menos importados, porque hace perder la calidad de mis tejidos...” (Maldonado F. , 2020).

5.2 Resultados Inferenciales

Tabla 49

Correlación de Rho de Spearman entre variable independiente y dependiente

Correlación Spearman		Porcentaje de ganancia por unidad vendida	Número de unidades de artesanía que produce al mes	Número de unidades de artesanía vendidas al mes
Tipo de artesanía a la que se dedica	Coeficiente de correlación	.	.	.
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20
Esta acogida a la ley N° 29482	Coeficiente de correlación	0.0000	0.2478	-0.8711
	Sig. (bilateral)	1.000	0.2921	0.00000
	N	20	20	20
Valor promedio de venta de unidad artesanía (S/)	Coeficiente de correlación	.	0.2682	-0.812
	Sig. (bilateral)		0.2530	0.000
	N	20	20	20

Sig (bilateral) <0.05 (Significancia estadística).

Tabla 50

Correlación de Rho de Spearman entre variable independiente e intervinientes

Correlación Spearman		Tipo de artesanía que elabora	Esta acogida a la ley 29482	Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía
Usa equipos importados	Coeficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20
Usa equipos sofisticados (Maquina tejedora)	Coeficiente de correlación		0.3974	-0.161
	Sig. (bilateral)		0.0828	0.497
	N	20	20	20
Costo de producción de 1 unidad artesanía	Coeficiente de correlación		-0.3007	0.998
	Sig. (bilateral)		0.1977	0.0000
	N	20	20	20
Cuenta con Certificado de origen	Coeficiente de correlación		-0.0964	0.2813
	Sig. (bilateral)		0.6861	0.230
	N	20	20	20
Número de capacitaciones recibidas en el ultimo año	Coeficiente de correlación		0.0765	-0.524
	Sig. (bilateral)		0.7486	0.018
	N	20	20	20
Venta en el mercado internacional	Coeficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20
Tipo de artesanía que comercializa	Coeficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20
Venta en mercado nacional	Coeficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20
Venta en el mercado internacional	Coeficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)			
	N	20	20	20

Cuenta con RUC	Coeficiente de correlación		0.3504	-0.457
	Sig. (bilateral)		0.1298	0.043
	N	20	20	20

Sig (bilateral) <0.05 (Significancia estadística).

Al analizar la variable independiente con las variables intervinientes que afectarán en el incentivo de la actividad económica (Liderazgo en costos, Diferenciación y Enfoque), se encuentra que sólo existe correlación con el indicador Valor de venta final de una artesanía, con el costo de producción; correlación positiva ($\rho= 0.998$, $p=0.000$) indicando que mientras cuesta el costo de producción, será mayor el costo de venta, no permitiendo una alta competitividad en el costo. Respecto a la calidad de la artesanía, sólo existe correlación negativa y significativa con el número de capacitaciones ($\rho=-0.524$, $p=0.018$) mostrando que mientras más capacitación, menor será el valor de venta final, contradictorio a lo descrito en otras intervenciones. Finalmente, se encuentra un correlación negativa y significativa entre el valor de venta final y la tenencia o no del RUC ($\rho=-0.457$, $p=0.043$), lo que mostraría que el tener RUC mejoraría el valor final de venta de la artesanía.

Tabla 51

Triangulación dimensión Liderazgo en costos

Método	Ingresos económicos	Costos de producción	Modernización de procesos productivos
Encuesta a artesanos.	<p>el 60% vende una artesanía en menos de S/.100.00 soles y el 35% menos de S/.50.00, asumiendo que en promedio un artesano produce menos de 10 unidades al mes, los ingresos mensuales son menores de S/.1,000.00 en el mejor de los casos.</p>	<p>Se identifica que al 70% de los encuestados le cuesta producir su artesanía hasta en 50% del precio de venta y al 30% tiene un costo de producción superior al 50% del precio de venta.</p> <p>Sin embargo, aquellos que producen menor cantidad de artesanías, tienen un menor costo de producción, esto principalmente porque su elaboración es mas artesanal, haciendo uso de manos y colores naturales.</p> <p>No necesariamente, el uso de las maquinas tejedoras reducen los costos de producción. Del 60% que usa máquinas, tiene un costo de producción superior al 50%, que muestra que el mayor costo de producción son los insumos y no así la mano de obra.</p>	<p>Del total de entrevistados, el 100% usa las manos, criterio indispensable para ser considerados artesanos, sin embargo, sólo el 25% tiene algún equipo (maquina tejedora), para la elaboración de sus artesanías.</p> <p>Sin embargo, el 100% desconoce si existen equipos o maquinarias sofisticadas para elaborar sus artesanías, de los cuales sólo la mitad estaría dispuesta a adquirirla, principalmente por su elevado costo.</p>

Entrevistas personales	Según testimonios de entrevistados, se viene reduciendo el número de artesanos en Hualhuas, dado que los ingresos que genera esta actividad, son cada vez menores.	Los testimonios manifiestan que los costos de producción son altos, respecto a la artesanía que es importada y que se realizan de menor calidad. Si ellos usaran estos materiales sus costos de producción bajarían, pero identifican que se perdería la identidad de la artesanía de Hualhuas.	Testimonios indican que la gran mayoría de los artesanos de Hualhuas son pequeños, lo que no les permitiría hacer inversiones para mejorar su producción.
Revisión documental	Al analizar las ventas e ingresos de los artesanos, en base al análisis de data SUNAT, (IGV declarado) se identifica que son menores a S/. 5,000.00 año, siendo su evolución desfavorable en los últimos años. También se identifica que aquellos que aportan se encuentran acogidos al Nuevo RUS, que durante todo el periodo muestran ventas por debajo de S/. 5,000.00 soles/año.		
<p>CONCLUSIÓN: Ninguno de los indicadores muestra que los artesanos del distrito de Hualhuas tenga un liderazgo de costos dentro de su propio mercado y mucho menos en mercados más amplios y competitivos.</p>			

Tabla 52

Triangulación dimensión Diferenciación

	Número de ventas	Número de mercados incursionados por año	Certificado de origen.
Encuesta a artesanos.	<p>Sólo el 25% de los encuestados tiene algún equipo adicional a las manos para producir sus artesanías.</p> <p>El 100% de los artesanos produce menos de 10 unidades de artesanía por mes y de estos el 70% vende menos de 10 unidades al mes.</p> <p>Se identifica que mientras menos unidades se venden, más caro será el valor de venta de la artesanía.</p> <p>Los artesanos, en un 100% desean incrementar sus ventas a 5 veces para lo cual estarían dispuestos a usar maquinarias más sofisticadas.</p>	<p>El 100% de los encuestados, manifiestan que sólo se desenvuelven en el distrito de Hualhuas, no habiendo incursionado en ningún otro tipo de mercado.</p> <p>El 100% de los encuestados, desea incursionar en otro tipo de mercados.</p> <p>El 100% identifica que deben promoverse mercados para artesanos por parte de los diferentes niveles de gobierno.</p> <p>El 100% también identifica la necesidad de acceder a créditos para financiar su producción.</p>	<p>Respecto a los encuestados, sólo el 15% de estos tienen Certificado de Origen, mientras el 85% no lo tiene</p>
Entrevistas personales	<p>De los entrevistados, se encuentra que existe un gran número de artesanos mayores, que se dedican a la artesanía no como un negocio, sino como un pasatiempo, dado que las ventas se han reducido, ocasionando que las</p>	<p>Los entrevistados manifiestan estar dispuestos a formalizarse y acogerse a la normatividad (formalización) si esto va a reeditar en mejorar el acceso a nuevos mercados.</p>	<p>No todos los artesanos tienen certificado de origen, principalmente porque cada vez que se busca tramitarlos, no existe acogida por parte de los funcionarios de las municipalidades o gobierno</p>

	<p>nuevas generaciones busquen otras actividades productivas.</p> <p>El principal mercado son los intermediarios, quienes hacen pedidos y los artesanos producen según esta demanda.</p> <p>La incursión de productos importados, reduce costos y aminora el número de ventas.</p>	<p>Identifican que existe una desidia de parte de los funcionarios y trabajadores de las diferentes instancias hacia los artesanos, por lo cual no se promueve esta actividad.</p> <p>Los intermediarios, se constituyen el único mercado al que acceden en muchos casos, es la manifestación que engloba el acceso a mercados.</p>	<p>regional, es el principal argumento manifestado por los entrevistados.</p>
Revisión documental			<p>Se identifica que sólo 72 artesanos del distrito de Hualhuas se encuentran inscritos en el MINCETUR y este proceso de inscripción se da a un ritmo muy bajo de 2 a 3 artesanos por año. A excepción del 2012 con una incorporación muy alta. Esta cantidad representa menos del 18% de artesanos que existen en Hualhuas, que limitan una mejor incursión en el mercado.</p>
<p>CONCLUSIÓN: Ninguno de los indicadores muestra que los artesanos del distrito de Hualhuas tengan una adecuada diferenciación, respecto a otros mercados. Si bien Hualhuas se caracteriza por una artesanía textil propia, esta se viene perdiendo dado que la rentabilidad como empresa productiva viene perdiéndose, a esto se suma que no existe apoyo de parte de las autoridades correspondientes para promover localmente esta actividad, no por falta de normatividad sino por su poca aplicabilidad.</p>			

Tabla 53

Triangulación dimensión Especialización

	Formalidad tributaria	Porcentaje de ahorro en tributos por exoneraciones	Número de mercados nivel regional incursionados por año	Número de mercados nivel nacional incursionados por año	Número de mercados nivel internacional incursionados por año
Encuesta a artesanos.	<p>Sólo el 30% de los encuestados tiene RUC, lo cual impedirá acceder a beneficios de la formalización.</p> <p>El pago de impuestos, se constituye en el principal factor que inhibe a los artesanos a formalizarse.</p> <p>Ninguno de los artesanos encuestados, conoce la ley N° 29482, por lo cual ninguno se ha acogido a esta.</p> <p>Después de exponer las bondades de la ley N°</p>		Ninguno de los encuestados accede a mercados regionales.	Ninguno de los encuestados accede a mercados nacionales.	Ninguno de los encuestados accede a mercados internacionales.

	29482, el 65% está dispuesto a acogerse, siendo el acceso a nuevos mercados el principal motivo.				
Entrevistas personales	<p>Los entrevistados, manifiestan que ninguno conoce la ley y es principalmente porque cuando van a sacar su RUC, no existe asesoría por parte del servidor público.</p> <p>Habría una alta adherencia a la ley 29482, por parte de los artesanos, si es que estos se enterarán de los beneficios de la ley.</p>	Los servidores públicos no brindan asesoría para poder acogerse a normas o beneficios que tienen los artesanos.	El principal argumento descrito por los entrevistados es que ninguna autoridad prioriza la artesanía de sus comunidades, como actividad productiva.	El principal argumento descrito por los entrevistados es que ninguna autoridad prioriza la artesanía de sus comunidades, como actividad productiva.	El principal argumento descrito por los entrevistados es que ninguna autoridad prioriza la artesanía de sus comunidades, como actividad productiva.

Revisión documental		<p>Se identifica que ningún artesano del distrito de Hualhuas obtiene ningún beneficio de la ley N° 29482, dado que ninguno registra como actividad principal o secundaria la “artesanía” CIUU 4773.</p> <p>Se incrementa el número de registrados en SUNAT, sin embargo, ninguno como artesano perdiendo cualquier beneficio tributario como tal.</p>			
<p>CONCLUSIÓN: Ninguno de los indicadores muestra que los artesanos del distrito de Hualhuas tienen una adecuada especialización en costos, dado que no aprovechan las ventajas que el estado le brinda por su condición de artesanos. Esto desencadena que la actividad productiva se vaya deteriorando porque no genera nuevos mercados y su frontera de expansión es limitada, siendo la desidia de las autoridades y servidores públicos el principal motivo.</p>					

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

Tabla 54
Contrastación de Hipótesis General:

H ₀	H _A	Estadísticos				Resultado	
La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal.	La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad	Correlación Spearman				Se rechaza la Hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación planteada.	
		Tipo de artesanía a la que se dedica	Porcentaje de ganancia por unidad vendida	Número de unidades de artesanía que produce al mes	Número de unidades de artesanía vendidas al mes		
			Coefficiente de correlación				
			Sig. (bilateral)				
		Esta acogido a la ley N° 29482	N	20	20		20
			Coefficiente de correlación	0.0000	0.2478		-0.8711
			Sig. (bilateral)	1.000	0.2921		0.00000
		Valor promedio de venta de unidad artesanía (S/)	N	20	20		20
			Coefficiente de correlación	.	0.2682		-0.812
			Sig. (bilateral)		0.2530		0.000

Tabla 55

Contrastación de Hipótesis específica 01

H ₀	H _A	Estadísticos				Resultado	
La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.	La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.	Correlación Spearman				Se rechaza la Hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación planteada.	
			Tipo de artesanía que elabora	Esta acogido a la ley 29482	Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía		
		Usa equipos importados	Coeficiente de correlación				
			Sig. (bilateral)				
			N	20	20		20
		Usa equipos sofisticados (Maquina tejedora)	Coeficiente de correlación		0.3974		-0.161
			Sig. (bilateral)		0.0828		0.497
			N	20	20		20
		Costo de producción de 1 unidad artesanía	Coeficiente de correlación		-0.3007		0.998
			Sig. (bilateral)		0.1977		0.0000
			N	20	20		20

Tabla 56
 Contrastación de Hipótesis específica 02

H ₀	H _A	Estadísticos				Resultado
La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables en la calidad de sus productos.	La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables en la calidad de sus productos.	Correlación Spearman		Tipo de artesanía que elabora	Esta acogido a la ley 29482	Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía
				Cuenta con Certificado de origen	Coefficiente de correlación	-0.0964
			Sig. (bilateral)	0.6861	0.230	
			N	20	20	20
		Número de capacitaciones recibidas en el último año	Coefficiente de correlación	0.0765	-0.524	
			Sig. (bilateral)	0.7486	0.018	
			N	20	20	20
		Venta en el mercado internacional	Coefficiente de correlación			
			Sig. (bilateral)			
			N	20	20	20

Se rechaza la Hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación planteada.

Tabla 57
 Contrastación de Hipótesis específica 03

H ₀	H _A	Estadísticos				Resultado																																																									
La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados	La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Correlación Spearman</th> <th>Tipo de artesanía que elabora</th> <th>Esta acogido a la ley 29482</th> <th>Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Tipo de artesanía que comercializa</td> <td>Coefficiente de correlación</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sig. (bilateral)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Venta en mercado nacional</td> <td>Coefficiente de correlación</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sig. (bilateral)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Venta en el mercado internacional</td> <td>Coefficiente de correlación</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sig. (bilateral)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Cuenta con RUC</td> <td>Coefficiente de correlación</td> <td></td> <td>0.3504</td> <td>-0.457</td> </tr> <tr> <td>Sig. (bilateral)</td> <td></td> <td>0.1298</td> <td>0.043</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>20</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> </tbody> </table>				Correlación Spearman		Tipo de artesanía que elabora	Esta acogido a la ley 29482	Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía	Tipo de artesanía que comercializa	Coefficiente de correlación				Sig. (bilateral)				N	20	20	20	Venta en mercado nacional	Coefficiente de correlación				Sig. (bilateral)				N	20	20	20	Venta en el mercado internacional	Coefficiente de correlación				Sig. (bilateral)				N	20	20	20	Cuenta con RUC	Coefficiente de correlación		0.3504	-0.457	Sig. (bilateral)		0.1298	0.043	N	20	20	20	Se rechaza la Hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación planteada.
Correlación Spearman		Tipo de artesanía que elabora	Esta acogido a la ley 29482	Valor promedio de venta de 1 unidad artesanía																																																											
Tipo de artesanía que comercializa	Coefficiente de correlación																																																														
	Sig. (bilateral)																																																														
	N	20	20	20																																																											
Venta en mercado nacional	Coefficiente de correlación																																																														
	Sig. (bilateral)																																																														
	N	20	20	20																																																											
Venta en el mercado internacional	Coefficiente de correlación																																																														
	Sig. (bilateral)																																																														
	N	20	20	20																																																											
Cuenta con RUC	Coefficiente de correlación		0.3504	-0.457																																																											
	Sig. (bilateral)		0.1298	0.043																																																											
	N	20	20	20																																																											

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares.

- a) En el presente estudio, se encontró que cerca de 250 familias se dedican a la artesanía textil, que representaría cerca del 30% de la población total. Según testimonios (Ramos, 2020), la población de personas dedicadas a la artesanía como actividad principal se ha ido reduciendo, llegando a ser incluso practicados por muchos adultos mayores, ya sólo como pasatiempo. Este hallazgo concuerda con lo descrito por Bellota y Díaz (2015) que encuentran que sólo el 32% de la población artesanal en Pisac se dedican a la producción artesanal, siendo la textilería la segunda artesanía más difundida con 38%, lo cual muestra que Hualhuas, es una comunidad eminentemente textil a diferencia de otras comunidades artesanales (100% se dedica a la artesanía textil), formando parte de las 9 líneas de artesanía textil que existen en Junín, siendo la más reconocida de esta región (Aguinaga Cueva, 2018) .
- b) Entre los años 1990 y 2000, la artesanía se incrementó en cerca de 1 millón de artesanos en el Perú, siendo de esta el 20% de esta dedicada a la artesanía textil, constituyendo por tanto una importante fuente de la PEA (MINCETUR, 2000). Sin embargo, como viene ocurriendo en Hualhuas, esta reducción del número de artesanos se viene dando en muchos de los pueblos artesanos en el Perú, por los mismo motivos encontrados en Hualhuas, como lo describe Moner (2014), que identifica a la migración, otras ocupaciones más rentables, descendencia con mayores estudios y nuevas aspiraciones generaron que muchos talleres tengan menos trabajadores reduciendo sus capacidades de producción, exigiéndoles mayor competitividad y producción limitada, por lo cual el número de artesanos en estos últimos tiempos se ha ido reduciendo por ser una actividad poco rentable (Moner , 2014) (Alejos Calderon, 2004).
- c) Respecto a la asociatividad de los artesanos en Hualhuas, sólo el 45% pertenece a una agrupación de la cual sólo el 11% percibe algún beneficio; inferior a lo encontrado en Pisac, donde más del 85% pertenece a alguna organización (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015) y a los encontrado por Suca (2017), donde sólo el 68% de los artesanos considera a la organización adecuada (Suca Castro & Chara Mamani, 2017), un factor que podría impedir a mejores mercados competitivos o mayores beneficios tributarios, dado que en Hualhuas los artesanos

se constituyen como unidades productivas pequeñas e independientes sin la fuerza que podría generar una asociatividad.

- d) Otra de las características de los artesanos es la carga laboral que tienen, más del 80% cuenta entre 1 y 3 trabajadores y sólo el 15% no tiene ningún trabajador, sin embargo en ninguno de los casos los trabajadores están en planilla, esto pudiera deberse a lo explicado por Lombera que identifica a la incorporación de personal en planilla, genera nuevos costos a la empresa, incrementando los costos de venta y reduciendo menos ventas y por ende menor rentabilidad (Lombera Cuadrado, 2019). Otra de las características que comparte Hualhuas con Pisac es que la mano de obra es de escasa división del trabajo y vinculada al núcleo familiar con una gran tendencia a la informalidad, inestabilidad, Bellota encontró que 89.80% de los ceramistas productores tiene de cero a dos trabajadores en producción (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015).
- e) Los artesanos de Hualhuas cumplen con el criterio de usar las manos en la elaboración de sus productos, por tanto, son artesanos (Congreso de la Republica del Perú, 2007) y sólo el 25% además usa equipos más sofisticados, siendo la máquina tejedora la usada en todos los casos y en ninguno de los casos equipos importados. Esto es un factor a tener en cuenta, dado que el mercado para artesanías se ha vuelto más exigente, por ejemplo, la Comunidad Europea exige que las joyas estén libres de cadmio (certificado), los textiles que tienen contacto con la piel deben estar libres de componentes azoicos y para niños deben tener certificación de la Comunidad Europea, que exigen procesos de mejora continua y modernización como procesos de certificación, pruebas de laboratorio, procedimientos de trazabilidad, entre otros; sin los cuales la artesanía de Hualhuas no pudiera aspirar a mercados más competitivos (Moner , 2014).
- f) La incorporación de nuevas tecnologías importadas para mejorar la competitividad es nula en Hualhuas, siendo el desconocimiento de existencia de estas tecnologías, elevados costos y reducción de la calidad de sus telares, las principales causas por las que no se usan, esto genera una necesidad de trabajar otros incentivos que para la modernización de la producción artesanal, antes que la exoneración de impuestos por exoneración, dado que no se da (Ramos, 2020). Esta realidad es similar a la de Pisac, donde más del 90% de los artesanos no

adquirió ningún equipo en los últimos dos años previos al estudio (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015). Aun cuando, se promueva un comercio justo, los artesanos estarán siempre sujetos a retos como la competencia extranjera, los cambios de la moda, reglas comerciales, oscilaciones de costos internacionales, tipo de cambio, etc. aspectos a tener en cuenta para apostar por una estrategia de mejora continua que mantenga a los artesanos con ventajas competitivas (Moner , 2014). Lo encontrado en Hualhuas, se asemeja a producción artesanal de Pitumarca, donde el 100% usa tecnología tradicional que demanda muchas horas/hombre (13 a 590 horas) dependiendo del tipo y tamaño del producto (Suca Castro & Chara Mamani, 2017).

- g) Otro aspecto a tener en cuenta es conocer “que esperan los consumidores de los productos artesanales”, para Maldonado (2005) las artesanías deben funcionar adecuadamente (brindar satisfacción), tener larga duración y precio razonable, criterios que se deben incorporar en los productos textiles de Hualhuas (Maldonado, 2005). Es aquí donde las CITEs de Artesanía y Turismo permitirían ampliar y diversificar la oferta de exportación de productos en los distintos mercados, actuando como eficaces articuladores de la oferta y la demanda permitiendo conseguir mayores ingresos (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015).
- h) Respecto a la productividad, se identificó que todos los artesanos producen menos de 10 unidades al mes y el 70% vende menos de 10 unidades al mes, lo que demuestra que en Hualhuas existe un mercado textil poco dinámico. La productividad está en relación a la cantidad de horas hombre que se dedican a la elaboración de una artesanía; el poco número de prendas que se producen muestran que la artesanía de Hualhuas es muy trabajada, con altas horas/hombre lo que genera costos altos y por ende pocas ventas y pobre rotación (Arias Arana & Peralta Espinoza, 2012), (Farfan Cconcho & Saire Callañaupa, 2016).
- i) Si bien, en un poco más de 10 años se pasó de 3 a 72 artesanos inscritos en MINCETUR, sólo el 15% de artesanos cuenta con Certificado de origen, documento que le permitiría fortalecer la imagen de calidad y reafirmar la diferenciación, aunado a que sólo el 10% de los encuestados ha recibido alguna capacitación; se hace muy difícil establecer un “sello” de calidad de la artesanía Hualhuas que le brinde una mayor ventaja competitiva. Esta situación se repite

con mucha frecuencia en otras zonas de artesanos, en Pitumarca, menos del 10% de los artesanos asociados considera que se les capacita (Suca Castro & Chara Mamani, 2017), que muestra que son los propios artesanos reconocen la importancia del desarrollo de capacidades para las habilidades técnicas, empresariales, de liderazgo y de creación de redes-organización, como factor necesario para acceder a mercados más exigentes y mejorar sus ventajas competitivas, (Soluciones Prácticas, abril 2017) (Bonilla de Céspedes & Carbajal Pantoja, 2020) (Lombera Cuadrado, 2019).

- j) Por otro lado, la misma Municipalidad de Hualhuas reconoce que la artesanía tiene potencial de crecimiento, pero que la actividad textil se ha ido perdiendo, incorpora en su PDC el resultado “..mercados reconocen la artesanía y Tejidos de Hualhuas como una de las mejores de la Región, aperturando su propio mercado competitivo” (Municipalidad distrital de Hualhuas, 2011), se hace incomprensible que el proyecto “Creación del Centro de Innovación Tecnológica de Investigación y Certificación Artesanal en el distrito de Hualhuas en Junín” con código SNIP 77765, con viabilidad declarada el 25/01/2010, para el cual ya se realizó la transferencia correspondiente por MINCETUR, hasta ahora no se haya concluido, estando en situación de paralizado por haber rescindido contrato con el encargado de ejecutar la obra (Consortio Hualhuas), por el no pago de 3 valorizaciones por parte de la Municipalidad (MEF, 2020) (INFObras).
- k) El acceso a los mercados es limitado para los artesanos de Hualhuas, todos los encuestados sólo venden en el mercado local, siendo sus principales clientes, intermediarios (Ramos, 2020), sin embargo existe una alta voluntad por explorar nuevos mercados. A diferencia de otros mercados locales, la venta directa a turistas en el mercado local no se da en Hualhuas, lo que obliga que se generen nuevos mercados (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015) (Caballero Salome, Canchucaja Gutarra, Miguel Sinchez, & Paitamala Campos, 2012) (Farfan Cconcho & Saire Callañaupa, 2016) (Suca Castro & Chara Mamani, 2017) (Municipalidad distrital de Hualhuas, 2011).
- l) La existencia del Programa Presupuestal 00087 “Incremento de la competitividad del sector artesanía”, en el marco del PpR, permite tener una oportunidad de eficiencia de gasto para la promoción de la artesanía (MEF, 2012).

- m) Los inscritos en el RUC en Hualhuas durante el periodo 2015-2019 pasaron de 83 a 1083, sin embargo, no se realizó ninguna inscripción bajo el CIIU 4773, relacionada a actividades de artesanía, que no permitiría acogerse a los beneficios de la ley 29482 como artesanos, pudiendo hacerlo bajo otras formas contempladas en la ley. De los encuestados, sólo el 30% tiene RUC, siendo el pago de impuestos y el incremento del costo del producto, los principales motivos por los que no se acogen. Esta realidad similar a la encontrada en Pisac, donde sólo el 80% de artesanos tiene RUC (Bellota Tito & Díaz Ayquipa, 2015).
- n) Por otro lado, los artesanos estarían dispuestos a tener RUC si se les brindara las facilidades, explicarían las ventajas de tenerlo por parte de los servidores, manifestando que existe una desidia por parte de estos hacia los artesanos (Ramos, 2020), esta aseveración es ratificada por Arias (2012), que recoge de parte de los artesanos testimonios sobre los problemas que afrontan los artesanos que los desaniman a tener RUC, entre ellos: acceso a internet, distancia de las oficinas SUNAT, poco entendimiento del sistema de funcionamiento, pago de multas por incumplimiento de pago de tributos; asumiendo SUNAT la imagen de ente castigador por lo cual es mejor evitarlo (Arias Arana & Peralta Espinoza, 2012), otro aspecto que identifican los entrevistados por Arias, es el elevado monto del IGV (19%) creyendo que un pago entre 5% y 10% sería más justo y les animaría a tener RUC; finalmente no ven ningún beneficio de tener RUC para exportar, manifiestan que no se cuenta con las plataformas para poder acceder a mercados más ambiciosos por lo que tener RUC sería más un perjuicio que beneficio en sus ingresos (Arias Arana & Peralta Espinoza, 2012).
- o) Respecto al análisis de la submuestra, identificamos que los artesanos de Hualhuas se encuentran acogidos al NuevoRUS, dado que sus ventas anuales están por debajo de S/. 5,000 soles, permitiéndole un pago congelado mensual, misma realidad que los afiliados a regímenes diferentes, donde los montos que se generan por el IR al año, varían entre 0 y 49 soles, montos pagables dado que la facturación anual es menor a S/.5,000 soles. Como se ve, los beneficios tributarios en casos prácticos no resultan atractivos, más si no están registrados como Artesanos.

- p) Como consecuencia de lo descrito, se comprende que ninguno de los encuestados conozca la ley 29482, y por ende ninguno se encuentra afiliado. Sólo el 35%, conociendo los beneficios, se acogería a los beneficios de la Ley, siendo el acceso a mercados internacionales el principal motivo; mientras que el incremento de costo de venta y el pago de impuestos son los motivos por los que no se afiliarían. Al respecto, Escobal (2018) identifico que las empresas por encima de los 3,200 msnm eran los principalmente beneficiados por la ley 29482, Hualhuas se ubica a más de 3,200 msnm y teóricamente debería tener beneficios, sin embargo sus artesanos no se encuentran acogidos a esta. Esto pudiera deberse a que según el mismo autor sólo el 4% de las empresas registradas en la ley han sido beneficiadas efectivamente, llegando a la conclusión que el impacto de la ley no ha sido positivo, llegando a ser incluso negativo en algunos casos (Escobal & Armas, 2018) .
- q) En su defecto, Huamán (2017) identifico crecimiento económico en los estados financieros cuando los beneficios tributarios son aplicados a cooperativas comunales. Esto podría redireccionar el alcance de la ley 29482 si se aplicase a cooperativas o asociaciones (HUAMAN ALVAREZ, 2017)
- r) Romero (2019), critica la viabilidad de la Ley 29482, dado que la exoneración de Impuesto a la Renta de Tercera categoría, incrementa los Gastos Tributarios de nuestro país, disminuyendo la recaudación lo que acarrea el incremento del déficit fiscal, no logrando un efecto positivo en la recaudación fiscal; también critica la irracional aplicación de la ley sin tener en cuenta la capacidad contributiva de los contribuyentes, se beneficia con pago cero del impuesto a la renta tanto a una empresa que factura millones de soles al año como a la unidad productiva que solo genera ingresos de subsistencia. Critica también que esta ley fomenta la disgregación de grupos económicos buscando beneficiarse de no pagar el IR (Romero López, 2019).
- s) Por último, Romero (2019), critica que existe un alejamiento al espíritu de la ley, dado que en la Exposición de Motivos se señala como rubros a priorizar la Acuicultura, Producción Láctea, etc. a partir de actividades familiares y comunales, sin embargo, en la ley y su reglamento, se brinda los beneficios a cualquier empresa (Romero López, 2019).

- t) Otro de los análisis hechos a la ley 29482 (Congreso de la Republica del Perú, 2010), muestra que el impacto tributario hacia el fisco en empresas por encima de los 2,500 msnm es pequeño, pudiendo esta ley permitir dinamizar la economía, sin embargo los resultados hasta ahora no son alentadores de manera individual, pudiendo cambiar este resultado si no se le ve como una solución, sino como un complemento de varias acciones concurrentes para fortalecer la competitividad local, nacional e internacional, buscando sinergias con otras leyes (Revista Agraria, 2010).
- u) Al analizar las exoneraciones e incentivos tributarios vigentes en el Perú, Apoyo Consultoría (2003) determinó los beneficios, costos y otros efectos producidos en la economía. Las principales conclusiones muestran, que la aplicación de los incentivos tributarios, resultan muy costosos para el país debido a que genera menor recaudación tributaria, generando una menor capacidad para afrontar el gasto público por parte del Estado. A esto, hay que sumarle el costo de oportunidad de no tener ingresos para invertirlos en proyectos que generen mayor impacto social. Las exoneraciones, generan un alto costo administrativo que se requieren para controlar dichos beneficios (Alva, 2020).

VII. CONCLUSIONES

1. Se acepta la Hipótesis general planteada, donde se demuestra que la Ley 29482, no incentiva la actividad artesanal.
2. Se acepta la Hipótesis específica 1 planteada, donde se demuestra que la Ley 29482 no genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.
3. Se acepta la Hipótesis específica 2 planteada, donde se demuestra que la Ley 29482 no genera condiciones favorables en la calidad de sus productos.
4. Se acepta la Hipótesis específica 3 planteada, donde se demuestra que la Ley 29482 no genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados.
5. La comunidad de Hualhuas, es reconocida por su artesanía textil a nivel nacional, la cual viene ingresando en un ocaso por falta de competitividad de este sector en el mercado local, nacional e internacional.

6. La Ley N° 29482, Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas” tuvo como objetivo brindar un estímulo a la competitividad de las actividades productivas en comunidades por encima de los 2,500 msnm. Hualhuas, cumple con este requisito, sin embargo, no goza de algún beneficio de esta.
7. La informalidad se constituye en uno de los principales factores que influyen en la pobre competitividad del mercado artesanal textil de Hualhuas, al encontrar un número limitado de artesanos con RUC, ninguno registrado con actividad “artesanía” que impide que se algún beneficio tributario al que puedan acceder como artesanos puedan beneficiarlos y promover sus ventajas competitivas.
8. La informalidad, no es exclusiva de parte del artesano sino, esta se extiende al Estado. Esto se evidencia que muchos artesanos son reconocidos, pero no teniendo en muchos casos personería jurídica que les permita cumplir con sus responsabilidades como productores, y al mismo tiempo obtener los beneficios de ser formales.
9. El incentivo a las acciones de la actividad productiva como el incremento de ventas, no resultan suficientes para tener mejores ventajas competitivas, dado que estas no sólo dependen de factores propios de la empresa sino del uso de factores externos favorables como la ley 29482, la cual no es acogida por los artesanos de Hualhuas y de la región Junín.
10. La ley 29482 por sí sola, ha demostrado no ser efectiva para promover ventajas competitivas, haciéndose necesario que esta forme parte de un plan integral con otras actividades concurrentes y haciendo sinergia con otras normas que favorezcan las actividades productivas en zonas altoandinas.

VIII. RECOMENDACIONES

1. La información hacia los que tributan y los potenciales tributantes resulta fundamental y actualmente insuficiente, por lo que una estrategia de acercamiento de SUNAT hacia pequeñas empresas artesanales resulta necesaria para explicar los procesos tributarios y dar a conocer los diversos mecanismos que los aportantes contamos para no generarnos sobrecostos innecesarios.
2. La asociatividad de los artesanos (como actividad productiva común) resulta necesario para acceder a mejores ventajas competitivas, fortaleciendo los procesos productivos y haciendo uso de las oportunidades externas que el sistema permite.
3. La escasa capacitación de los artesanos, limita sus capacidades para mejorar la calidad de sus productos u otros aspectos como mejorar el acceso a mercados, estrategias de marketing, asociatividad, mercados de exportación, entre otros. Por lo cual, el MINCETUR – DIRCETUR, deben fortalecer la estrategia de desarrollo de capacidades como piedra angular para fortalecer la artesanía y hacerla más competitiva, tal como lo describe como meta en el PNDAR.
4. Evaluar la factibilidad de elaborar futuras normas de exoneraciones tributarias, como herramientas únicas de promoción de la productividad debiendo priorizar la construcción de sistemas para hacer más efectivos los sistemas productivos de las unidades productivas para mejorar la actividad productiva, como la promoción de cooperativas, generación de mercados, programas de capacitación y acceso a créditos, que permita echar a andar el sistema productivo, después del cual se pueda aplicar beneficios tributarios para fortalecer este sistema productivo que permita mayor recaudación tributaria de manera sostenible.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

AGUINAGA CUEVA, M. Z. (2018). *Tesis: ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN EN LA GESTIÓN DE LA MARCA ARTESANÍA SAN MATEO DIRIGIDO AL MERCADO DE LIMA METROPOLITANA*. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.

Alejos Calderon, W. (2004). *PROYECTO LEY 10481: LEY DEL ARTESANO Y PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA*. Lima: Congreso de la Republica del Perú.

Alva, E. (20 de Setiembre de 2020). *Saberes compartidos.pe*. Obtenido de Beneficios tributarios: ¿Son efectivos para lograr la formalización de las MYPE?: <http://www.saberescompartidos.pe/ciencias-empresariales/beneficios-tributarios-son-efectivos-para-lograr-la-formalizacion-de-las-mype.html>

Arias Arana, M. I., & Peralta Espinoza, J. (2012). *RESIGNIFICANDO LA ARTESANIA PERUANA: UNA ACCIÓN DE POLÍTICA CULTURAL*. Lima: AECID. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2mo4LUUXPNoJ:hhttps://www.flacsoandes.edu.ec/agora/resignificando-la-artesania-peruanauna-accion-de-politica-cultural+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Bellota Tito, M. C., & Díaz Ayquipa, C. K. (2015). *Tesis: GRADO DE INNOVACION DE LA CERAMICA PISENA Y SU RELACION*. Cusco: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DE CUSCO.

Bonilla de Céspedes, E., & Carbajal Pantoja, M. (25 de Setiembre de 2020). *El desarrollo de la artesanía y su formalización empresarial*. Obtenido de Revista Universidad de Lima: https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/download/527/490/

Borges, J. (2001). *Teoría General da Insecao Tributaria, Malheiros*. Rio de Janeiro.

Bravo Cucci, J. (2009). *Fundamentos de Derecho Tributario*. Lima: Gijley - Tercera edición.

- Caballero Salome, S. J., Canchucaja Gutarra, P., Miguel Sinchez, J. E., & Paitamala Campos, O. (2012). *Tesis: Plan Estratégico del Sector Artesanal de la Región Junín*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM.
- Calle Pasapera, G. (2019). *Tesis: DETERMINANTES DE LA RENTABILIDAD DE LA JOYERIA DE PLATA: EL CASO DE CATACAOS*. Piura: UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA.
- Congreso de la República del Perú. (1993). *Constitución Política del Perú*. Lima: Congreso de la Republica.
- Congreso de la Republica del Perú. (2007). *Ley N°29073 - "Ley del artesano y desarrollo de la actividad artesanal"*. Lima: Congreso de la Republica.
- Congreso de la Republica del Perú. (2010). *Ley N° 29482 - Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas*. Lima: Congreso de la Republica del Perú.
- Escobal, J., & Armas, C. (2018). *Inclusión económica y tributación territorial: el caso de las exoneraciones altoandinas*. Lima: GRADE.
- Farfan Cconcho, J., & Saire Callañaupa, K. M. (2016). *Tesis: DINÁMICA DEL MERCADO ARTESANAL TEXTIL Y SU INFLUENCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DE LA TEXTILERÍA ORIGINARIA DEL DISTRITO DE CHINCHERO*. CUSCO: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.
- Granda Sandoval, A. (2019). *BALANCE SOBRE EL ESTADO DEL CONOCIMIENTO EN POLÍTICA TRIBUTARIA EN PERÚ Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES*. Lima: SUNAT - CIAS.
- HUAMAN ALVAREZ, F. (2017). *Tesis: Beneficios Tributarios y su relación con el Crecimiento Económico en las cooperativas comunales, del distrito de Simón Bolívar-Pasco, 2017*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Huamani Cueva , R. (2013). *Código Tributario Comentado, Parte 1*. Lima: Jurista editores.

- Lombera Cuadrado, H. V. (2019). *La crisis global y el sector artesano: importancia de la capacitación de los artesanos como estrategia para enfrentar las amenazas de la crisis económico- financiera global*. Nueva York: UNESCO.
- Maldonado, J. A. (2005). Calidad del producto artesanal. En J. A. Maldonado, *Fundamentos de Calidad Total* (págs. 155-160). Honduras: Servicios Académicos Intercontinentales.
- MEF. (2009). *Reglamento de la Ley 29482* . Lima: MEF.
- MEF. (2012). *PROGRAMA PRESUPUESTAL 0087: INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANÍA*. Lima: MEF.
- MEF. (26 de Setiembre de 2020). *MEF - Consulta de Inversiones*. Obtenido de Banco de Inversiones:
<http://ofi4.mef.gob.pe/InformeCierre/ConsultaInforme.aspx?proyecto=77765>
- MINCETUR. (2000). *Plan Nacional de Desarrollo de la Actividad Artesanal 2000-2005* . Lima: MINCETUR.
- Moner , L. (01 de Noviembre de 2014). *intercraftsperu*. Obtenido de ¿La artesanía Peruana en crisis?: <https://intercraftsperu.com/blogciap/?p=729>
- Municipalidad distrital de Hualhuas. (2011). *Plan de Desarrollo Concertado 2011-2021*. Hualhuas: Municipalidad Hualhuas.
- PCM. (2006). *Exposición de Motivos – Ley N° 29482*. «Exposición de Motivos – LEY N° 29482. Lima: PCM. Obtenido de http://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/Expvirt_2011.nsf/Repexpvirt?OpenForm&Db=200600027&View
- Porter, M. (2004). *COMPETITIVE STRATEGY*. New York: Simon & Schuster Ltd.
- Porter, M. (2015). *Ventaja competitiva : creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Mexico DF: Grupo Editorial Patria.
- Ramos, M. C. (30 de Julio de 2020). Presidente de Comunidad campesina de Hualhuas. (M. Marcacuzco, Entrevistador)

Revista Agraria. (02 de Enero de 2010). *Revista Agraria*. Obtenido de ¿Sirve o No Sirve?: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/pe/pe-003/index/assoc/D4272.dir/13.pdf>

Romero López, M. A. (2019). *Tesis: La igualdad como instrumento para legitimar la exoneración del Impuesto a la Renta de la ley N° 29482*. Huancayo: Universidad Continental.

Rubio, L., & Baz, V. (2004). *El Poder de la Competitividad*. Mexico: CIDAC.

Soluciones Prácticas. (abril 2017). *HILANDO CULTURAS: La puesta en valor de la tradición textil altoandina en Perú y Bolivia*. Lima: Unión Europea.

Suca Castro, L. I., & Chara Mamani, R. N. (2017). *Tesis: ANÁLISIS DE FACTORES QUE INFLUYE EN LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN ARTESANAL TRADICIONAL MUNAY TICLLA DEL DISTRITO DE PITUMARCA*. Cusco: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.

ANEXOS:

ANEXO 1 – MATRIZ DE CONCISTENCIA

LA EXONERACION TRIBUTARIA DE LA LEY DE PROMOCION PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN ZONAS ALTOANDINAS Y SU APLICACIÓN EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS INVESTIGACIÓN	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
PRINCIPAL	GENERAL	GENERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal?	Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal.	La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal.	DEPENDIENTE: Competitividad económica	Económica	1) Porcentaje de ganancia de unidad vendida. 2) Costo final de venta de 1 unidad de artesanía. 3) Artesano acogido a la ley N° 29482
			INDEPENDIENTE: La Actividad productiva	Eficiencia productiva	1) Tipo de artesanía

					<p>2) Unidades de artesanía producidas.</p> <p>3) Unidades de artesanía vendidas</p>
<p>¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios?</p>	<p>O. ESPECIFICO 1 Establecer si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.</p>	<p>H. SECUNDARIA 1 La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para mayor competitividad de precios.</p>	<p>Liderazgo en costo</p>		<p>1) Uso equipos importados</p> <p>2) Modernización de procesos productivos (Uso de maquinarias)</p> <p>3) Meta de ventas por mes planteada (número de veces):</p>
<p>¿La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en</p>	<p>O. ESPECIFICO 3 Establecer si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de</p>	<p>H. SECUNDARIA 3 La aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades</p>	<p>Enfoque (Focalización / segmentación)</p>		<p>1) Tipos de artesanía producidas</p>

<p>zonas altoandinas genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados?</p>	<p>actividades productivas en zonas altoandinas genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados.</p>	<p>productivas en zonas altoandinas no genera condiciones favorables para acceder a mejores mercados.</p>			<p>2) Artesanos con mercado nacional</p> <p>5) Artesanos con mercado extranjero</p> <p>6) Artesanos con formalización tributaria (RUC)</p>
---	--	---	--	--	--

ANEXO 2 – OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de Medición
1) Competitividad económica	<p>Según Baz, “la competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas (organización y capacidad para producir y elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, existen factores externos que determinan su capacidad de competir. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad (Baz, 2004, pág. 5).</p> <p>Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”. Plantea las estrategias básicas para lograr la competitividad: 1) Liderazgo por costos (bajo costo), 2) Diferenciación y 3) Enfoque, (Porter M. , 2004))</p>	<p>Se determinará si una empresa logra un nivel de competitividad adecuado cuando:</p> <p>a) Optimice sus procesos internos, mejorando los costos para obtener una mayor rentabilidad de la venta de sus productos.</p> <p>b) Use los recursos que el Estado y el mercado brinda para mejorar su competitividad.</p>	<p>1) Porcentaje de ganancia de unidad vendida.</p> <p>2) Costo final de venta de 1 unidad de artesanía.</p> <p>3) Artesano acogido a la ley N° 29482</p>	<p>1) Razón</p> <p>2) Razón</p> <p>3) Ordinal</p>

<p>2) Actividad productiva</p>	<p>Se denomina actividad económica, a los procesos mediante los cuales se crean los bienes y servicios, a partir de unos factores de producción, que satisfacen las necesidades de los consumidores y es alrededor de estas que gira la economía de un país. Existen distintos tipos de actividades: primarias, secundarias y terciarias mediante las cuales somos capaces de extraer, transformar y ofrecer servicios respectivamente. Su fin es generar riqueza. (López G. 2019)</p> <p>En específico, la Actividad Artesanal, es aquella donde la producción de bienes o prestación de servicios predomina el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio, que pueda realizarse en el domicilio del artesano o fuera de él. (MINCETUR, 2020).</p>	<p>Esta variable, identificará y caracterizará la actividad productiva de la artesanía. Se identificará si cumple con el criterio que el producto producido sea una artesanía, la cantidad de unidades producidas y vendidas; así como los costos de producción y venta.</p>	<p>1) Tipo de artesanía</p> <p>2) Unidades de artesanía producidas.</p> <p>3) Unidades de artesanía vendidas</p>	<p>1) Nominal</p> <p>2) Razón</p> <p>3) Razón</p>
--------------------------------	--	--	--	---

<p>3) Liderazgo en costo</p>	<p>Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Esta estrategia se enfoca en ofrecer el precio más bajo del mercado a través de la reducción de tus costos (Porter M. , 2004).</p>	<p>Esta variable, busca identificar que estrategias usan los artesanos para mejorar los costos de producción de las artesanías, en función a los beneficios que les ofrece la ley N° 29482.</p> <p>Se verificará si los artesanos usan además de sus manos, equipos importados o maquinaria en sus procesos productivos que reduzcan costos de producción.</p>	<p>1) Uso equipos importados</p> <p>2) Modernización de procesos productivos (Uso de maquinarias)</p> <p>3) Unidades de artesanía vendidas</p>	<p>1) Nominal</p> <p>2) Nominal</p> <p>3) Nominal</p>
<p>4) Diferenciación (Calidad del producto)</p>	<p>Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Consiste en ofrecer productos o servicios que el mercado perciba como únicos y con atributos que los hacen distinguirse con respecto a la competencia (Porter M. , 2004)</p>	<p>Se medirá si existe diferenciación en los productos ofrecidos, cuando el artesano cuente con un Certificado de Origen otorgado por MINCETUR y valorará el número de capacitaciones recibidas así como la comercialización de sus productos en mercados</p>	<p>1) Artesanos con Certificados de Origen</p> <p>2) Número de capacitaciones recibidas.</p> <p>3) Número de</p>	<p>1) Nominal</p> <p>2) Razón</p> <p>3) Razón</p>

		más exigentes como el internacional	artesanos con mercado externo (extranjero)	
5) Enfoque (Focalización / segmentación).	Estrategia básica para conseguir una ventaja competitiva, planteada por Porter. Consiste en concentrarse en un segmento específico del mercado y lograr la especialización en cuanto a necesidades o preferencias de este grupo se logra mayor eficiencia (Porter M. , 2004).	La variable identificará si el artesano se ha enfocado a un mercado específico, buscando su especialización y un mercado específico escalable.	1) Tipos de artesanía producidas 2) Artesanos con mercado nacional 3) Artesanos con mercado extranjero 4) Artesanos con formalización tributaria (RUC)	1) Nominal 2) Razón 3) Razón 6) Nominal

CUESTIONARIO

Nombre: _____

Nombre de la empresa: _____

Fecha _____ -

1. Numero de RUC: _____
2. Tipo de artesanía a que se dedica (la principal):
3. Pertenece a alguna asociación:
4. Obtienes algún beneficio por pertenecer a esta asociación (de ser el caso): No ()
Si () Acceso a mercado (), Reducir costo (), Crédito (), Capacitación (), Otro ()
5. Personal dependiente: No ()
()
6. Tienes personal en planilla:
7. Herramientas que usa para producir cada tipo de artesanías (puede marcar más de uno):
Manos (), Moldes (), Horno leña (), Horno a gas (), Maquina carpintería (), Soldadora (), Maquina tejedora (), Herramientas nacionales (), Herramientas importadas (), Equipos importados ().
8. Existen equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías / Costo. No ()
Si () < \$500 (), \$501 - 1000 (), \$1001 - 3000 (), \$3001 - 5000 (), >\$5000 ()
9. Usa equipos o maquinarias importadas para producir sus artesanías.
 - Existen: Si () No () No sabe ()

- Si es si / Quisiera adquirir un equipo o maquinaria importada: Si () No ()
- Si es si / Porque no lo adquiere: Costo elevado (), No se cómo comprar (), Pago impuesto ()

Si ()

- Le ayuda en la calidad: Si () No () No sabe ()
- Le ayuda a producir más cantidad: Si () No ()
- Le ayuda a reducir costos: Si () No ()
- Cuanto costo: < \$500 (), \$501-1000 (), \$1001-3000 (), \$3001- 5000 (), >\$5000 ()

10. Cuántas unidades de artesanía produce al mes:

< 10 (), 11-50 (), 51-100 (), 101-300 (), 301-500 (), >500 ()

11. Cuanto podría producir si usara maquinaria

Doble (), triple (), cuatro veces más (), cinco veces más (), entre 6 y 10 veces más (), >10 veces más ()

12. Cuántas unidades de artesanía vendió el último mes:

< 10 (), 11-50 (), 51-100 (), 101-300 (), 301-500 (), >500 ()

13. Costo promedio de venta de 1 unidad de artesanía (en soles):

< 10 (), 11-30 (), 31-50 (), 51-100 (), 101-300 (), 301-500 (), >500 ()

14. Costo promedio de producción de 1 unidad de artesanía (en %):

< 10 (), 11-30 (), 31-50 (), 51-70 (), 71-90 (), >90 ()

15.Cuál es su meta de ventas por mes (número de veces):

Doble (), triple (), cuatro veces más (), cinco veces más (), entre 6 y 10 veces más (), >10 veces más ()

16. Cuenta con Certificado de Origen:

17. Cuantas capacitaciones para mejorar su producción artesanal ha recibido en el último año Ninguna (), 1-2 capacitaciones (), 3-5 capacitaciones (), >5 capacitaciones ()

18. Mercados donde vende sus artesanías (puestos de venta físico o virtual -internet-):
Mismo distrito / Número puestos _____

Región Junín / Número de puestos _____

Perú / Número de puestos _____

Otros países / Número de puestos _____

19. Quisiera vender sus artesanías en otros mercados (puede marcar más de uno): No ()

Si (): Dentro de Junín (), En otros departamentos de Perú (), En el extranjero ()

20. Tiene RUC / Por qué?

- Pago impuestos: Si () No () No sabe ()
- Aumenta costo de venta de mi producto: Si () No ()
- No me ayuda en nada: Si () No ()
- Entro riesgo por fiscalización: Si () No ()
- Otro: _____

Si ()

- Me ayuda a tener crédito / préstamo: Si () No () No sabe ()
- Me ayuda a vender en otros mercados: Si () No ()
- Puedo reducir los impuestos: Si () No ()
- Me fiscalizan: Si () No ()

21. Conoce la ley Ley N° 29482 - Ley de Promoción para el Desarrollo de Actividades Productivas en Zonas Altoandinas

Si ()

22. Crees que te ayudaría el acogerte a esta ley?

- Igual pago impuestos: Si () No ()
- Aumenta costo de venta de mi producto por otros impuestos: Si () No ()
 - No me ayuda en nada: Si () No ()
 - Otro: _____

Si ()

- Me ayuda a comprar equipos más baratos: Si () No () No sabe ()
 - Me ayuda a vender en otros mercados: Si () No ()
 - Puedo reducir los impuestos: Si () No ()
 - No pagaría muchos impuestos: Si () No ()
23. Qué norma recomendarías que se elabore para mejorar tus ventas y calidad de tu artesanía:
- Que nos permitan capacitarnos: Si () No ()
 - Que obligue a los gobiernos a crear mercados para artesanos: Si () No ()
 - Que nos den crédito por ser artesanos: Si () No ()
 - Que nos liberen de impuestos: Si () No ()

Ficha para el juicio de expertos

Experto: _____

Cargo e institución donde labora: _____

Instrucciones:

A continuación, tiene 22 columnas por cuadro para evaluar cada una de las preguntas del cuestionario respectivamente en seis aspectos diferentes. Marque en el espacio en blanco para cada pregunta un check (✓) si no le encuentra objeción o un aspa (X) si tiene que modificarse la pregunta.

	Tipo de artesanía a que se dedica (la principal):	Pertenece a alguna asociación:	Obtienes algún beneficio por pertenecer a esta asociación (de ser el caso):	Personal dependiente:	Tienes personal en planilla:	Herramientas que usa para producir cada tipo de artesanías (puede marcar más de uno):	Existen equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías / Costo.	Usa equipos o maquinarias importadas para producir sus artesanías.	Usa equipos o maquinarias importadas para producir sus artesanías.	Cuántas unidades de artesanía produce al mes:	Cuánto podría producir si usara maquinaria al mes:	Cuántas unidades de artesanía vendió el último mes:
	Cerámica () Textil () Metal () Madera () Otro ()	SI () NO ()	NO () SI () Acceso a mercado (), Reducir costo (), Crédito (), Capacitación (), Otro ()	NO () SI () 1-3 (), 4-5 (), 6-10 (), >10 ()	SI () NO ()	Manos (), Moldes (), Horno leña (), Horno a gas (), Maquina carpintería (), Soldadora (), Maquina tejedora (), Herramientas nacionales (), Herramientas importadas (), Equipos importados ()	NO () SI () < \$500 (), \$501 - 1000 (), \$1001 - 3000 (), \$3001 - 5000 (), >\$5000 ()	NO () Existen: SI () No () No sabe () Quisiera adquirir un equipo o maquinaria importada: SI () No () Porque no lo adquiere: Costo elevado (), No se como comprar (), Pago impuesto ()	SI () Le ayuda en la calidad: SI () No () No sabe () Le ayuda a producir mas cantidad: SI () No () Le ayuda a reducir costos: SI () No () Cuento costo: < \$500 (), \$501-1000 (), \$1001-3000 (), \$3001- 5000 (), >\$5000 ()	_____	_____	_____
1. Esta pregunta permitirá alcanzar el objetivo planteado en el estudio?												
2. La pregunta esta formulada de forma clara?												
3. El orden de esta pregunta es el adecuado?												
4. La redacción es entendible coherente con el proposito del estudio												
5. El contenido corresponde con el propósito del estudio?												
6. El vocabulario de esta pregunta es el adecuado?												

	Costo promedio de venta de 1 unidad de artesanía (en soles):	Porcentaje de ganancia promedio de 1 unidad de artesanía (en %):	Cuál es su meta de ventas por mes (número de veces):	Cuenta con Certificado de Origen:	Cuántas capacitaciones para mejorar su producción artesanal ha recibido en el último año	Mercados donde vende sus artesanías (físico o virtual - internet-):	Quisiera vender sus artesanías en otros mercados (puede marcar mas de uno):	Tiene RUC / Por qué?	Conoce la ley Ley Nº 29482 Ley de Promoción para el Desarrollo de Actividades Productivas en Zonas Altoandinas	Crees que te ayudaría el acogerte a esta ley ?	Qué norma recomendarías que se elabore para mejorar tus ventas y calidad de tu artesanía:
	_____	_____	_____	SI () NO ()	Ninguna (), 1-2 capacitaciones (), 3-5 capacitaciones (), >5 capacitaciones ()	Nacional () Internacional ()	NO () SI () : Dentro de Junín (), En otros departamentos de Perú (), En el extranjero ()	NO () Pago impuestos: SI () No () No sabe () Aumenta costo de venta de mi producto: SI () No () No me ayuda en nada: SI () No () Entro riesgo por fiscalización: SI () No () Otro: _____ SI () Me ayuda a tener crédito / préstamo: SI () No () No sabe () Me ayuda a vender en otros mercados: SI () No () Puedo reducir los impuestos: SI () No () Me fiscalizan: SI () No ()	SI () NO ()	NO () Igual pago impuestos: SI () No () Aumenta costo de venta: SI () No () No me ayuda en nada: SI () No () Otro: _____ SI () Me ayuda comprar equipos más baratos: SI () No () No sabe () Me ayuda a vender en otros mercados: SI () No () Puedo reducir los impuestos: SI () No () No pagaría muchos impuestos: SI () No ()	Que nos permitan capacitarnos: SI () No () Que obligue a los gobiernos a crear mercados para artesanos: SI () No () Que nos den crédito por ser artesanos: SI () No () Que nos liberen de impuestos: SI () No ()
1. Esta pregunta permitirá alcanzar el objetivo planteado en el estudio?											
2. La pregunta esta formulada de forma clara?											
3. El orden de esta pregunta es el adecuado?											
4. La redacción es entendible coherente con el proposito del estudio											
5. El contenido corresponde con el propósito del estudio?											
6. El vocabulario de esta pregunta es el adecuado?											

Observaciones y Sugerencias:






















N°	Tipo de artesanía a que se dedica (la principal):	Perteneces a alguna asociación:	Obtienes algún beneficio por pertenecer a esta asociación (de ser el caso):	Personal dependiente:	Tienes personal en planilla:	MANOS	MOLDES	HORNO LEÑA	HORNO GAS	MAQUINA CARPINTERIA	SOLDADORA	MAQUINA TEJEDORA	HERRAMIENTAS NACIONALES	HERRAMIENTAS IMPORTADAS	EQUIPOS IMPORTADOS	Existen equipos o maquinarias más sofisticadas para producir sus artesanías
1	2	2		3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2		2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
3	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	1	2	0	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
6	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	2	1	2	0	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	2	2		3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
9	2	2		2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
12	2	2		3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
13	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
15	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2		2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	2	2		1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	2	1	2	0	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Costo de equipo	Usa equipos o maquinarias importadas para producir sus artesanías.	Quisiera adquirir un equipo o maquinaria importada	Porque no lo adquiere	Porque adquiriría	Costo promedio de producción de 1 unidad de artesanía (en %):	Cuántas unidades de artesanía produce al mes:	Cuántas unidades de artesanía vendió el último mes	Costo promedio de venta de 1 unidad de artesanía -en soles	Costo promedio de producción de 1 unidad de artesanía (en %):	Cual es su meta de ventas por mes (número de veces):	Mercado nacional	Mercado internacional	Quisiera vender sus artesanías en otros mercados	Tiene RUC	Tiene Certificado de Origen
	2	2		2	50	2	2	60	0.17	10	1	2	1	2	2
	2	2		1	80	1	2	100	0.20	10	1	2	1	1	2
	2	1	1		30	5	5	35	0.14	15	1	2	1	2	1
	2	1	1		45	4	2	55	0.18	20	1	2	1	2	2
	2	1	1		25	8	10	30	0.17	30	1	2	1	2	2
	2	1	1		85	1	1	100	0.15	10	1	2	1	1	2
	2	1	1		10	3	20	15	0.33	100	1	2	1	2	2
	2	2		3	150	1	1	180	0.17	5	1	2	1	2	2
	2	2		2	50	2	1	60	0.17	5	1	2	1	1	1
	2	1	1		45	1	2	55	0.18	10	1	2	1	2	2
	2	2		1	100	1	1	120	0.17	5	1	2	1	1	2
	2	1	1		100	1	1	115	0.13	10	1	2	1	2	2
	2	1	1		25	6	5	30	0.17	15	1	2	1	2	2
	2	1	1		30	4	10	35	0.13	40	1	2	1	2	2
	2	2		2	40	2	2	48	0.17	20	1	2	1	2	2
	2	2		2	30	5	1	35	0.13	10	1	2	1	2	2
	2	1	1		9	10	15	15	0.40	50	1	2	1	2	1
	2	2		2	50	1	3	60	0.17	10	1	2	1	1	2
	2	2		1	100	1	1	120	0.17	10	1	2	1	2	2
	2	2		3	50	2	2	60	0.17	20	1	2	1	1	2

Número de capacitaciones en el último año	Porque no tiene RUC	Porque si tiene RUC	Conoce la ley Ley N° 29482	Crees que te ayudaría el acogerte a esta ley	Si ayudaria	No ayudaria	Norma recomienda: Que nos permitan capacitarnos	Norma recomienda: Que cree mercados para artesanos	Norma recomienda: Que nos den crédito por ser artesanos	Norma recomienda: Que nos liberen de impuestos	Tipo de artesanía a que se dedica (la principal):	Esta acogido a Ley N° 29482
1	1		2	2		1	1	1	1	1	2	2
1		4	2	2		2	1	1	1	1	2	2
1	2		2	2		2	1	1	1	2	2	2
1	2		2	2		1	1	1	1	2	2	2
1	2		2	1	2		1	1	1	2	2	2
1		4	2	1	2		1	1	1	1	2	2
2	1		2	2		3	1	1	1	1	2	2
1	2		2	1	1		1	1	1	2	2	2
1		1	2	2		1	1	1	1	1	2	2
1	1		2	2		2	1	1	1	1	2	2
1		2	1	2		2	1	1	1	1	2	1
1	2		2	1	2		1	1	1	2	2	2
1	2		2	1	2		1	1	1	2	2	2
1	2		2	2		3	1	1	1	2	2	2
1	1		2	2		2	1	1	1	2	2	2
1	1		2	1	3		1	1	1	2	2	2
2	1		2	2		3	1	1	1	2	2	2
1		1	2	2		1	1	1	1	1	2	2
1	2		2	2		1	1	1	1	1	2	2
1		1	2	1	3		1	1	1	1	2	2

1	Costo_prod	Numérico	8	2		Ninguno
2	Costo_venta	Numérico	8	2		Ninguno
3	RUC	Numérico	8	2		Ninguno
4	Ahorro	Numérico	8	2		Ninguno
5	Tipo_artes	Numérico	8	2		Ninguno
6	N_unid_prod. ..	Numérico	8	2		Ninguno
7	N_unid_vend id	Numérico	8	2		Ninguno
8	Importadas	Numérico	8	2		Ninguno
9	Maqu_tejed or	Numérico	8	2		Ninguno
10	Certf_orig	Numérico	8	2		Ninguno
11	N_capacit	Numérico	8	2		Ninguno
12	Merc_extra	Numérico	8	2		Ninguno
13	Merc_distr	Numérico	8	2		Ninguno
14	Merc_regio	Numérico	8	2		Ninguno
15	Merc_nacio	Numérico	8	2		Ninguno

Sin título1.sav

1	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
2	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
3	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
4	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
5	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
6	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
7	Ninguno	8		Derecha 	Nominal 	Entrada
8	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
9	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
10	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
11	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
12	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
13	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
14	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada
15	Ninguno	8		Derecha	Nominal	Entrada

Sin título1.sav

1	3,00	4,00	2,00	,00	2,00	1,00
2	4,00	5,00	1,00	,00	2,00	1,00
3	2,00	1,00	2,00	,00	2,00	1,00
4	3,00	6,00	2,00	,00	2,00	1,00
5	2,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00
6	4,00	6,00	1,00	,00	2,00	1,00
7	1,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00
8	4,00	4,00	2,00	,00	2,00	1,00
9	3,00	5,00	1,00	,00	2,00	1,00
10	3,00	5,00	2,00	,00	2,00	1,00
11	4,00	3,00	1,00	,00	2,00	1,00
12	4,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00
13	2,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00
14	2,00	1,00	2,00	,00	2,00	1,00
15	3,00	4,00	2,00	,00	2,00	1,00
16	2,00	3,00	2,00	,00	2,00	1,00
17	1,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00
18	3,00	3,00	1,00	,00	2,00	1,00
19	4,00	3,00	2,00	,00	2,00	1,00
20	3,00	3,00	1,00	,00	2,00	1,00

Sin título1.sav

1	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
2	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	,00
3	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	,00
4	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
5	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	,00
6	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
7	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	,00
8	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
9	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	,00
10	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
11	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	,00
12	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	,00
13	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
14	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	,00
15	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
16	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
17	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	,00
18	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
19	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00
20	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	,00

Sin título1.sav

1	1,00	,00	,00
2	1,00	,00	,00
3	1,00	,00	,00
4	1,00	,00	,00
5	1,00	,00	,00
6	1,00	,00	,00
7	1,00	,00	,00
8	1,00	,00	,00
9	1,00	,00	,00
10	1,00	,00	,00
11	1,00	,00	,00
12	1,00	,00	,00
13	1,00	,00	,00
14	1,00	,00	,00
15	1,00	,00	,00
16	1,00	,00	,00
17	1,00	,00	,00
18	1,00	,00	,00
19	1,00	,00	,00



20	1,00	,00	,00
----	------	-----	-----

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **FAUSTINA VELI SEGUIL**, identificado con RUC N° 10200759201; doy autorización para usar mis datos contables para ser usado en el estudio “LA EXONERACIÓN TRIBUTARIA DE LA LEY DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN ZONAS ALTOANDINAS Y SU APLICACIÓN EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL” con el objetivo de “Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal”.

La información podrá ser publicada en la Tesis magistral del mismo nombre, sustentado por el Abog. Miguel Ángel Marcacuzco Roca.

Huancayo, 20 junio de 2020

FAUSTINA VELI SEGUIL

RUC 10200759201

**FICHA RUC : 10200759201
VELI SEGUIL FAUSTINA**

Número de Transacción : 52420534

Información General del Contribuyente

Apellidos y Nombres ó Razón Social	: VELI SEGUIL FAUSTINA
Tipo de Contribuyente	: 02 -PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Fecha de Inscripción	: 15/05/2007
Fecha de Inicio de Actividades	: 15/05/2007
Estado del Contribuyente	: ACTIVO
Dependencia SUNAT	: 0133 - I.R.JUNIN-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	: HABIDO
Emisor electrónico desde	:
Comprobantes electrónicos	:
Operador Autorizado de Comercio Exterior	: -

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial	: -
Tipo de Representación	: -
Actividad Económica Principal	: 4773 - VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS : EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
Actividad Económica Secundaria 1	: 8549 - OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA N.C.P.
Actividad Económica Secundaria 2	: -
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	: MANUAL
Sistema de Contabilidad	: MANUAL
Código de Profesión / Oficio	: 99- PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Actividad de Comercio Exterior	: SIN ACTIVIDAD
Número Fax	: -
Teléfono Fijo 1	: -
Teléfono Fijo 2	: -
Teléfono Móvil 1	: 64 - 954145308
Teléfono Móvil 2	: 64 - 964390450
Correo Electrónico 1	: JASVERI_14@HOTMAIL.COM
Correo Electrónico 2	: -

Domicilio Fiscal

Actividad Económica Principal	: 4773 - VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS : EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
Departamento	: JUNIN
Provincia	: HUANCAYO
Distrito	: EL TAMBO
Tipo y Nombre Zona	: -
Tipo y Nombre Vía	: AV. HUANCAYO
Nro	: 297
Km	: -
Mz	: -
Lote	: -
Dpto	: -
Interior	: -
Otras Referencias	: COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	: PROPIO

Datos de la Persona Natural

Documento de Identidad	: DNI 20075920
Cond. Domiciliado	: DOMICILIADO
Fecha de Nacimiento o Inicio Sucesión	: 15/12/1972

Sexo : Femenino
Nacionalidad : PERUANA
País de procedencia : -

Registro de Tributos Afectos

Tributo	Afecto desde	Marca de Exoneración	Exoneración	
			Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/10/2010	-	-	-
RENTA-4TA. CATEGOR.-CTA.PROPIA	15/05/2007	-	-	-
RENTA - REGIMEN ESPECIAL	01/01/2013	-	-	-

Restricción Domiciliaria

Fecha de Inicio/Fin	Área	Estado	Usuario
24/06/2015	COBRANZA COACTIVA	Inicio de Restricción	informix
06/10/2016	COBRANZA COACTIVA	Fin de la Restricción	informix

Formularios

Fecha de presentación	Orden	Formulario	Novedad
12/03/2020	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
12/03/2020	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
16/10/2018	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
15/03/2018	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
28/02/2017	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
06/10/2016	0	2226 - SOL.INICIO/FIN RESTRICC.DOMIC.	SOL.FIN RESTRICCION DOMIC.
17/03/2016	4275039	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	AR-CONFIRM. DE DOMICILIO
17/03/2016	0	I455 - MODIFICACION CONDICION DOMICILIO	ACT COND HABIDO X SCAD
08/03/2016	0	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO
01/03/2016	19328520	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
29/02/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
29/02/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
29/02/2016	4263193	3707 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO - INTERNET	ACUSE DE RECIBO - INTERNET
23/02/2016	11577266	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO
18/01/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
30/09/2015	0	I448 - CAMBIO A NO HABIDO	CAMBIO A NO HABIDO
04/09/2015	0	I447 - REQUERIMIENTO DE NO HALLADOS	REQ. DE NO HALLADOS
31/08/2015	0	I447 - REQUERIMIENTO DE NO HALLADOS	BAJA REQ. DE NO HALLADOS
07/08/2015	0	I447 - REQUERIMIENTO DE NO HALLADOS	REQ. DE NO HALLADOS
24/07/2015	0	I446 - CAMBIO A CONDICION NO HALLADO	CAMBIO A COND. NO HALLADO
24/06/2015	0	2226 - SOL.INICIO/FIN RESTRICC.DOMIC.	SOL.INICIO RESTRICC.DOMIC.
15/01/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
14/07/2014	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
14/01/2014	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
11/07/2013	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
16/05/2013	14377587	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
02/03/2013	0	I402 - CAMBIO REGIMEN MEDIANTE PAGOS	CAMB.REGIMEN GRAL. A ESPEC
21/12/2012	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
21/07/2011	11085657	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
18/04/2011	3170103	4554 - AR-COMUNICACION SIDCOT	AR-COMUNICACION SIDCOT
27/09/2010	9704712	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL

22/09/2010	0	3119 - INSCRIPCION AFECT. TRIBUTOS INTRANET	ALTA TRIBUTOS - INTRANET
22/09/2010	0	3129 - MODIF. DATOS RUC, SUSP. TEMP. - INTRANET	MODIF. DATOS - INTRANET
13/06/2007	4662157	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
15/05/2007	0	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE
15/05/2007	0	2739 - REACTIVACION DE R. PASIVO	REACTIVACION DE R. PASIVO
15/05/2007	2457055	2135 - BAJA DE INSCRIPCION O TRIBUTOS	BAJA DE INSCRIPCION
15/05/2007	999	2127 - MODIFICACION DE DATOS Y/O REGIMEN	SUSPENSION TEMPORAL
21/02/2002	0	I405 - BAJA DE INCRIP. O TRIBUTOS DE OFICIO	BAJA DEFINITIVA DE OFIC.
26/03/2001	4356683	2127 - MODIFICACION DE DATOS Y/O REGIMEN	MOD. SIN CAMBIO DE REGIMEN
23/01/2001	926250	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	AR-CONFIRM. DE DOMICILIO
19/01/2001	0	2739 - REACTIVACION DE R. PASIVO	REACTIVACION DE R. PASIVO
19/01/2001	4978626	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE
18/03/1999	0	I405 - BAJA DE INCRIP. O TRIBUTOS DE OFICIO	BAJA DEFINITIVA DE OFIC.
26/02/1998	393998	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	AR-CONFIRM. DE DOMICILIO
23/02/1998	2580336	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE

Documentos Notificados (Condición de Domicilio Fiscal)

Fecha de Generación de Notificación	Orden	Formulario que genera notificación	Novedad	Formulario de notificación	Estado	Fecha de Notificación
08/03/2016	0	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	11/03/2016
23/02/2016	11577266	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	29/02/2016
04/04/2011	0	4554 - AR-COMUNICACION SIDCOT	AR-COMUNICACION SIDCOT	4554 - AR-COMUNICACION SIDCOT	NEGATIVA RECEPCION X PER	11/04/2011
19/01/2001	0	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	20/01/2001
23/02/1998	2580336	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	25/02/1998

Histórico de Domicilio Fiscal

Fecha de Baja	Dirección	Departamento	Provincia	Distrito	Cond.Legal	Cond. Domicilio Fiscal
14/05/2007	CAL. HUANCAYO 297 (ANEXO DE COCHAS CHICO)	JUNIN	HUANCAYO	EL TAMBO	-	HABIDO
18/03/1999	CAL. HUANCAYO 297 (ANEXO COCHAS CHICO)	JUNIN	HUANCAYO	EL TAMBO	-	HABIDO

Histórico de Tributos Afectos

Fecha de Baja	Tributo	Afecto desde
31/12/2012	RENTA-3RA. CATEGOR.-CTA.PROPIA	01/10/2010
14/05/2007	REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO	01/01/2001

18/03/1999

REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO

21/02/1998

Histórico de Estados del Contribuyente

Estado	Fecha Desde	Fecha Hasta
ACTIVO		18/03/1999
BAJA DE OFICIO	19/03/1999	18/01/2001
BAJA DE OFICIO	19/01/2001	29/06/2001
SUSPENSION TEMPORAL	30/06/2001	13/05/2007
BAJA DEFINITIVA	14/05/2007	14/05/2007

Histórico de Nombre/Razón Social

Fecha de baja	Nombre
15/05/2007	VELI SEGUIL FAUSTINA
19/01/2001	VELI SEGUIL FAUSTINA

Comprobantes de Pago Autorizados

Tipo	Descripción
01	FACTURA
02	RECIBO POR HONORARIO
03	BOLETA DE VENTA
09	GUÍA DE REMISION - R

Autorizaciones de Impresión

Nro Autorización	Fecha	Formulario	Imprenta
0948483133	01/03/2016	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	20568291485 - GRAPH PRINT COLOR S.A.C.
0781833133	16/05/2013	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198196806 - MEZA DE FLORES OLIVIA
0665235133	21/07/2011	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198637993 - GARCIA DORREGARAY HEBER ISAIAS
0617446133	27/09/2010	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198637993 - GARCIA DORREGARAY HEBER ISAIAS
0405017133	13/06/2007	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	20486521156 - EMPRESA DE SERVICIOS GENERALES CAHUIN S.R.L.

Comprobantes Disponibles

Serie	Documento	Dispone del Nro.	Dispone al Nro.
0001	01 - FACTURA	0000001	0000200
0001	02 - RECIBO POR HONORARIOS	0000001	0000050
0001	09 - GUIA DE REMISION - REMITENTE	0000001	0000200
0001	03 - BOLETA DE VENTA	0000001	0000100

CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA AUTORIZADA
LOS DATOS SON CONSIGNADOS EN CALIDAD DE DECLARACIÓN JURADA Y EXPRESAN LA VERDAD

DEPENDENCIA SUNAT
Fecha:20/08/2020
Hora:18:47

Apellidos y Nombres

Firma

Huella digital

Sello y Firma del Res

Tipo y Nro. de Documento :

RUC

NUMERO DE RUC 1 : 10200759201
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA
 DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
 EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 1
 FECHA : 20/08/2020
 HORA : 18:53:09

EXTRACTO DE PRESENTACIONES Y PAGOS

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

I.- FORMULARIOS QUE REGISTRAN IMPORTE A PAGAR :

IMPORTE PAGADO	PERIODO	FORMULARIO		FECHA	BANCO	TRIBUTOS		IMPORTE DECLARADO
		No. RESOLUCION/ No. No. ORDEN	No. ORDEN DE PAGO			PRESENT.	RECEPTOR	
11.00	2015/03	1662	241885628	21/04/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
136.00	2015/03	1662	241885542	21/04/2015	BIF	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
100.00	2015/04	1662	242926211	19/05/2015	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
22.00	2016/03	1662	256055655	29/04/2016	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
118.00	2016/03	1662	256055721	29/04/2016	BIF	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
4.00	2016/04	1662	256822640	19/05/2016	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
73.00	2016/04	1662	256822592	19/05/2016	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
40.00	2016/03	1662	258575210	08/07/2016	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
11.00	2016/07	1662	260476010	23/08/2016	NACION	6091	CIFR.DAT.FALSOS DET.DEUDA TRIB	
11.00	2016/07	1662	260476021	23/08/2016	NACION	6091	CIFR.DAT.FALSOS DET.DEUDA TRIB	
205.00	2016/07	1662	260476040	23/08/2016	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
22.00	2016/07	1662	260476071	23/08/2016	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
14.00	2016/11	1662	264776745	20/12/2016	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
1.00	2016/11	1662	264776773	20/12/2016	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
35.00	2016/12	1662	265155745	29/12/2016	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
220.00	2017/01	1662	266306882	31/01/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
220.00	2017/02	1662	267678621	15/03/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
220.00	2017/03	1662	268362473	31/03/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
150.00	2017/04	1662	269358751	29/04/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
60.00	2017/05	1662	270406070	31/05/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
70.00	2017/04	1662	270406016	31/05/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
25.00	2017/05	1662	270991664	19/06/2017	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
173.00	2017/05	1662	270991575	19/06/2017	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
60.00	2017/06	1662	271370795	28/06/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
160.00	2017/05	1662	271370725	28/06/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	
163.00	2017/07	1662	272437426	01/08/2017	NACION	8021	FRACCIONAMIENTO C.T. - ART 36	

NUMERO DE RUC 1 : 10200759201
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA
 DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
 EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 2
 FECHA : 20/08/2020
 HORA : 18:53:11

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

I.- FORMULARIOS QUE REGISTRAN IMPORTE A PAGAR :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTOS	IMPORTE
IMPORTE	No. RESOLUCION/ No. No. ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO
PAGADO	ORDEN DE PAGO				
14.00	2017/10 1662 276196915	16/11/2017	SCOTIABANK	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
32.00	2017/10 1662 276196937	16/11/2017	SCOTIABANK	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	
20.00	2018/04 1662 283311496	18/05/2018	SCOTIABANK	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
14.00	2018/10 1662 290311026	20/11/2018	SCOTIABANK	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
154.00	2018/10 1662 290311120	20/11/2018	SCOTIABANK	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	

NUMERO DE RUC 1 : 10200759201
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA
 DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
 EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 3
 FECHA : 20/08/2020
 HORA : 18:53:13

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTOS	IMPORTE
IMPORTE	R No. RESOLUCION/ No. No. ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO
PAGADO	ORDEN DE PAGO				
0.00	2014/12 0621 798314603	15/01/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2014/12 0621 798314603	15/01/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/01 0621 799253449	16/02/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/01 0621 799253449	16/02/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/02 0621 800137641	16/03/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/02 0621 800137641	16/03/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/03 0621 801077010	17/04/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	136.00
0.00	2015/03 0621 801077010	17/04/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/04 0621 801962533	18/05/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	442.00
0.00	2015/04 0621 801962533	18/05/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/05 0621 802862238	15/06/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/05 0621 802862238	15/06/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/06 0621 803761630	15/07/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	330.00
0.00	2015/06 0621 803761630	15/07/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/07 0621 804710461	17/08/2015	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/07 0621 804710461	17/08/2015	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL	

0.00	2015/08	0621	805625417	15/09/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/08	0621	805625417	15/09/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/09	0621	806553690	16/10/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/09	0621	806553690	16/10/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/10	0621	807471735	16/11/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	302.00
0.00	2015/10	0621	807471735	16/11/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/11	0621	808431005	16/12/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/11	0621	808431005	16/12/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2015/12	0621	809381929	18/01/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2015/12	0621	809381929	18/01/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/01	0621	810457857	18/02/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/01	0621	810457857	18/02/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/02	0621	811378100	18/03/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/02	0621	811378100	18/03/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/03	0621	812338116	20/04/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	192.00
0.00	2016/03	0621	812338116	20/04/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/04	0621	813277381	19/05/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	73.00
0.00	2016/04	0621	813277381	19/05/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/05	0621	814246587	20/06/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00

NUMERO DE RUC : 1 : 10200759201

NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA

DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 4
FECHA : 20/08/2020
HORA : 18:53:13

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTOS	IMPORTE			
IMPORTE	R	No. RESOLUCION/						
PAGADO		No. No. ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO		
		ORDEN DE PAGO						
0.00	2016/05	0621	814246587	20/06/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/06	0621	815202375	20/07/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/06	0621	815202375	20/07/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/07	0621	816143431	18/08/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/07	0621	816143431	18/08/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/08	0621	817098832	20/09/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/08	0621	817098832	20/09/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/09	0621	818073464	20/10/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/09	0621	818073464	20/10/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/10	0621	819010024	21/11/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2016/10	0621	819010024	21/11/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/11	0621	819981763	21/12/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	14.00
0.00	2016/11	0621	819981763	21/12/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2016/12	0621	820907977	19/01/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	131.00
0.00	2016/12	0621	820907977	19/01/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	

0.00	2017/01	0621	821450053	15/02/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/01	0621	821450053	15/02/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/02	0621	822389991	15/03/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/02	0621	822389991	15/03/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/03	0621	823366813	19/04/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/03	0621	823366813	19/04/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/04	0621	824271203	16/05/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/04	0621	824271203	16/05/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/05	0621	825195940	15/06/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	173.00
0.00	2017/05	0621	825195940	15/06/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/06	0621	826139968	17/07/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/06	0621	826139968	17/07/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/07	0621	827083057	15/08/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/07	0621	827083057	15/08/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/08	0621	828042910	15/09/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/08	0621	828042910	15/09/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/09	0621	828993478	16/10/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/09	0621	828993478	16/10/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/10	0621	830000178	16/11/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	32.00
0.00	2017/10	0621	830000178	16/11/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	

NUMERO DE RUC 1 : 10200759201

NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA

DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 5
FECHA : 20/08/2020
HORA : 18:53:13

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTO	IMPORTE			
IMPORTE	R No. RESOLUCION/	FECHA	BANCO	COD. DESCRIPCION	DECLARADO			
PAGADO	No. No.ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR					
	ORDEN DE PAGO							
0.00	2017/11	0621	831000742	18/12/2017	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/11	0621	831000742	18/12/2017	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2017/12	0621	831909343	16/01/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2017/12	0621	831909343	16/01/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/01	0621	832854975	15/02/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/01	0621	832854975	15/02/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/02	0621	833798559	15/03/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/02	0621	833798559	15/03/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/03	0621	834755694	16/04/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/03	0621	834755694	16/04/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/04	0621	835747582	16/05/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/04	0621	835747582	16/05/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/05	0621	836665064	15/06/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/05	0621	836665064	15/06/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/06	0621	837591916	16/07/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00

0.00	2018/06	0621	837591916	16/07/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/07	0621	838556655	15/08/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/07	0621	838556655	15/08/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/08	0621	839439419	17/09/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/08	0621	839439419	17/09/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/09	0621	839930602	16/10/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/09	0621	839930602	16/10/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/10	0621	840410713	16/11/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	154.00
0.00	2018/10	0621	840410713	16/11/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/11	0621	912855591	17/12/2018	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/11	0621	912855591	17/12/2018	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2018/12	0621	913875777	16/01/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2018/12	0621	913875777	16/01/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/01	0621	914888640	15/02/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/01	0621	914888640	15/02/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/02	0621	916170893	15/03/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/02	0621	916170893	15/03/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/03	0621	917397444	15/04/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/03	0621	917397444	15/04/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/04	0621	918740353	16/05/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00

NUMERO DE RUC 1 : 10200759201

NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA

DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 6
FECHA : 20/08/2020
HORA : 18:53:13

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTO	IMPORTE			
IMPORTE R	No. RESOLUCION/ No. No. ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO			
PAGADO	ORDEN DE PAGO							
0.00	2019/04	0621	918740353	16/05/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/05	0621	920388145	20/06/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/05	0621	920388145	20/06/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/06	0621	921305622	15/07/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/06	0621	921305622	15/07/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/06	0621	921304967	15/07/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/06	0621	921304967	15/07/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/07	0621	922717414	15/08/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/07	0621	922717414	15/08/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/08	0621	924002013	16/09/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/08	0621	924002013	16/09/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/09	0621	925440473	16/10/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/09	0621	925440473	16/10/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/10	0621	926872835	18/11/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00

0.00	2019/10	0621	926872835	18/11/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/11	0621	928251727	16/12/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/11	0621	928251727	16/12/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2019/12	0621	929731938	16/01/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2019/12	0621	929731938	16/01/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2020/01	0621	931424199	17/02/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2020/01	0621	931424199	17/02/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2020/02	0621	933030981	16/03/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2020/02	0621	933030981	16/03/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2020/03	0621	937025020	13/07/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2020/03	0621	937025020	13/07/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2020/04	0621	938823053	06/08/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2020/04	0621	938823053	06/08/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	
0.00	2020/05	0621	940115561	17/08/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00
0.00	2020/05	0621	940115561	17/08/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	

- NO INCLUYE FORMULARIOS PRESENTADOS DENTRO DE LOS QUINCE DIAS HABILES ANTES DE LA FECHA DE EMISION DE ESTE REPORTE. LA FECHA DE EMISION ES LA QUE FIGURA CON LA PAGINA IMPRESA EN ESTE REPORTE.

- EL ASTERISCO (*) EN EL RUBRO II INDICA FORMULARIOS QUE FUERON PAGADOS CON CHEQUE QUE FUE RECHAZADO.

NUMERO DE RUC : 10200759201

NOMBRE O RAZON SOCIAL : VELI SEGUIL FAUSTINA

DIRECCION : AV. HUANCAYO 297 COCHAS CHICO-ESQ. TUPAC AMARU Y HUANCAYO
EL TAMBO - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 7
FECHA : 20/08/2020
HORA : 18:53:13

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 20/08/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTO	IMPORTE
IMPORTE R	No.RESOLUCION/ No. No.ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO
PAGADO	ORDEN DE PAGO				

- NO INCLUYE LOS FORMULARIO 1093,1092,125 Y 4952
- LOS FORMULARIOS QUE NO ESPECIFICAN TRIBUTO E IMPORTE (RUBRO II), NO REGISTRAN VALOR EN LAS CASILLAS DE IMPORTE A PAGAR.
- ESTE REPORTE UNICAMENTE COMPRENDE LOS FORMULARIOS PRESENTADOS EN EL RANGO DE FECHAS DESDE - HASTA INDICADOS EN EL PRESENTE EXTRACTO.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, **FAUSTINO MALDONADO MALDONADO** identificado con N° 10199372527; doy autorización para usar mis datos contables para ser usado en el estudio “LA EXONERACIÓN TRIBUTARIA DE LA LEY DE PROMOCIÓN PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS EN ZONAS ALTOANDINAS Y SU APLICACIÓN EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL” con el objetivo de “Determinar si la aplicación de la Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas ha cumplido su objetivo de incentivar la actividad artesanal”.

La información podrá ser publicada en la Tesis magistral del mismo nombre, sustentado por el Abog. Miguel Ángel Marcacuzco Roca.

Huancayo, 20 junio de 2020

FAUSTINO MALDONADO MALDONADO

RUC 10199372527

RUC



FICHA RUC : 10199372527
MALDONADO MALDONADO FAUSTINO

Número de Transacción : 52904237

Acogido a la Ley de Promoción para el Desarrollo de Actividades en Zonas Altoandinas (Ley 29482) desde 05/09/2012

Información General del Contribuyente

Apellidos y Nombres ó Razón Social : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO
 Tipo de Contribuyente : 02 -PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
 Fecha de Inscripción : 05/09/2012
 Fecha de Inicio de Actividades : 05/09/2012
 Estado del Contribuyente : ACTIVO
 Dependencia SUNAT : 0133 - I.R.JUNIN-MEPECO
 Condición del Domicilio Fiscal : HABIDO
 Emisor electrónico desde :
 Comprobantes electrónicos :
 Operador Autorizado de Comercio Exterior : -

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial : TAHUANTINSUYO HUALHUAS
 Tipo de Representación : -
 Actividad Económica Principal : 1399 - FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES N.C.P.
 Actividad Económica Secundaria 1 : -
 Actividad Económica Secundaria 2 : -
 Sistema Emisión Comprobantes de Pago : MANUAL
 Sistema de Contabilidad : MANUAL
 Código de Profesión / Oficio : -
 Actividad de Comercio Exterior : SIN ACTIVIDAD
 Número Fax : -
 Teléfono Fijo 1 : 64 - 421428
 Teléfono Fijo 2 : -
 Teléfono Móvil 1 : 64 - 988642803
 Teléfono Móvil 2 : -
 Correo Electrónico 1 : samuel-1967cpc@hotmail.com
 Correo Electrónico 2 : -

Domicilio Fiscal

Actividad Económica Principal : 1399 - FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES N.C.P.
 Departamento : JUNIN
 Provincia : HUANCAJO
 Distrito : HUALHUAS
 Tipo y Nombre Zona : ---- C.P.M HUALHUAS
 Tipo y Nombre Vía : JR. ALFONSO UGARTE
 Nro : 1175
 Km : -
 Mz : -
 Lote : -
 Dpto : -
 Interior : -
 Otras Referencias : FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
 Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal : OTROS.

Datos de la Persona Natural

Documento de Identidad : DNI 19937252
 Cond. Domiciliado : DOMICILIADO
 Fecha de Nacimiento o Inicio Sucesión : 05/10/1953
 Sexo : Masculino
 Nacionalidad : PERUANA
 País de procedencia : -

Registro de Tributos Afectos

Tributo	Afecto desde	Exoneración		
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/10/2012	-	-	-
RENTA - REGIMEN ESPECIAL	01/01/2013	-	-	-

Formularios			
Fecha de presentación	Orden	Formulario	Novedad
31/07/2020	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
29/07/2020	0	5001 - SOLICITUD DE REPORTE TRIBUTARIO	SOLICITUD DE REPORTE TRIB.
19/11/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
06/08/2019	23451638	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
06/08/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
06/08/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
06/08/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
06/08/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
24/07/2019	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
21/06/2018	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
09/12/2017	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
02/12/2016	20324054	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
02/12/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
02/12/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
02/12/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
02/12/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
02/12/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
09/11/2016	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
12/09/2016	20029183	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
02/11/2015	18599309	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
02/11/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
02/11/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
02/11/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
02/11/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
29/10/2015	0	0855 - DECLA. DE BAJA Y CANCELACION CDP	BAJA COMPROBANTES DE PAGO
06/02/2015	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
18/08/2014	16701319	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
06/08/2014	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
24/07/2014	16583031	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
23/07/2014	16576915	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
06/02/2014	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
09/07/2013	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
02/03/2013	0	I402 - CAMBIO REGIMEN MEDIANTE PAGOS	CAMB.REGIMEN GRAL. A ESPEC
11/12/2012	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	ACTUALIZ. DATOS CAMPANA
01/12/2012	0	I402 - CAMBIO REGIMEN MEDIANTE PAGOS	CAMB.REGIMEN ESPEC.A GRAL.
18/10/2012	0	I458 - EXONERACION DE OFICIO DE TRIBUTOS	ALTA DE EXONER. DE TRIBUTOS
18/10/2012	13303114	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
18/10/2012	41792018	3707 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO - INTERNET	ACUSE DE RECIBO - IMPRENTA
10/10/2012	0	3129 - MODIF. DATOS RUC, SUSP. TEMP. - INTRANET	CAMBIO REGIMEN - INTRANET
10/10/2012	0	I456 - MOD.COND.CONT.AFECT.REGIMEN TRIBUTARIO	MOD.COND.CONT.AFECT.REGIMEN
07/09/2012	13087807	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
05/09/2012	0	3128 - MOD. DATOS RUC - INTERNET	MODIF. DATOS - INTERNET
05/09/2012	0	3119 - INSCRIPCION AFECT. TRIBUTOS INTRANET	ALTA DE CONTRIB. INTRA
05/09/2012	0	3739 - REACTIVACION DE R. PASIVO POR INTRANET	REACTIV.R.PASIVO INTRANET
05/09/2012	0	I461 - CONFIRMACION AUTOMATICA SIN ACUSE	CONF.AUTO.SIN ACUSE INTRA
07/01/2011	0	3135 - BAJA INSCRIPCION O TRIBUTOS - INTRANET	BAJA INSCRIP. - INTRANET
30/12/2010	0	0855 - DECLA. DE BAJA Y CANCELACION CDP	BAJA DE SERIE CDP
30/12/2010	0	0855 - DECLA. DE BAJA Y CANCELACION CDP	BAJA COMPROBANTES DE PAGO
25/05/2005	1937854	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	AUTORIZA.IMPRESION CDP-SOL
02/03/2005	1792027	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	AR-CONFIRM. DE DOMICILIO
02/03/2005	0	I415 - MOD.OFIC.CONDIC.DOMICILIO	MOD.OFIC.COND.DOM.NO HALL
18/02/2005	0	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO
06/03/2004	0	I429 - CAMBIO REGIMEN MEDIANTE PAGOS	CAMB.REG RUS ANT. A N.RUS
04/10/2002	0	I404 - MOD.SIN CAMB.REG.DE OFIC.	MOD.SIN CAMB.REG.DE OFIC.
14/08/2002	8627957	0806 - AUTORIZA.IMPRESION CDP	AUTORIZA.IMPRESION CDP
14/08/2002	0	0846 - CONFIRMA. AUTORIZACION IMPRESION	LEVANTA RESTRIC - OTROS

9/10/2020

Datos de Ficha RUC- CIR(Constancia de Información Registrada)

11/07/2000	5759220	0806 - AUTORIZA.IMPRESION CDP	AUTORIZA.IMPRESION CDP
30/05/1995	0	I402 - CAMBIO REGIMEN MEDIANTE PAGOS	CAMB.REGIMEN GENERAL A RUS
24/11/1993	367313	0876 - AUTORIZACION DE IMPRESION, SERIES Y MAQ.	AUTORIZAC,SERIES,MAQUINAS
24/11/1993	367313	0877 - AUTORIZACION DE IMPRESION DE DOCUMENTOS	AUTORIZACION DE IMPRESION
13/10/1993	1547879	2054 - REPRESENTANTES LEGALES	ALTA DE REPRESEN. LEGALES
13/10/1993	1524375	2119 - INSCRIPCION O AFECTACION DE TRIBUTOS	ALTA DE CONTRIBUYENTE

Documentos Notificados (Condición de Domicilio Fiscal)

Fecha de Generación de Notificación	Orden	Formulario que genera notificación	Novedad	Formulario de notificación	Estado	Fecha de Notificación
10/10/2012	0	3129 - MODIF. DATOS RUC, SUSP. TEMP. - INTRANET	MODIF. DATOS - INTRANET	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	18/10/2012
18/02/2005	0	2224 - CONFIRMACION DE DOMICILIO	CONFIRMACION DE DOMICILIO	2607 - AR-CONFIRM. DE DOMICILIO	HABIDO	25/02/2005

Histórico de Domicilio Fiscal

Fecha de Baja	Dirección	Departamento	Provincia	Distrito	Cond.Legal	Cond. Domicilio Fiscal
31/07/2008	AV. - 1175	JUNIN	HUANCAYO	HUALHUAS	-	HABIDO

Histórico de Tributos Afectos

Fecha de Baja	Tributo	Afecto desde
31/12/2012	RENTA-3RA. CATEGOR.-CTA.PROPIA	01/10/2012
01/10/2012	RENTA - REGIMEN ESPECIAL	01/10/2012
30/09/2012	NUEVO REGIMEN UNICO SIMPLIFICAD	05/09/2012
31/07/2008	NUEVO REGIMEN UNICO SIMPLIFICAD	01/01/2004
31/12/2003	REGIMEN UNICO SIMPLIFICADO	01/01/1995
31/12/1994	RENTA-3RA. CATEGOR.-CTA.PROPIA	01/01/0001

Histórico de Estados del Contribuyente

Estado	Fecha Desde	Fecha Hasta
ACTIVO		08/07/2002
BAJA PROV. POR OFICIO	09/07/2002	15/07/2002
ACTIVO	16/07/2002	31/07/2008
BAJA DEFINITIVA	01/08/2008	05/09/2012

Histórico de Nombre/Razón Social

Fecha de baja	Nombre
05/09/2012	MALDONADO MALDONADO FAUSTINO

Comprobantes de Pago Autorizados

Tipo	Descripción
01	FACTURA
03	BOLETA DE VENTA
09	GUIA DE REMISION - R

Autorizaciones de Impresión

Nro Autorización	Fecha	Formulario	Imprenta
1098682133	06/08/2019	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198164297 - MERINO SALAZAR HILDA MARIA
0984143133	02/12/2016	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198164297 - MERINO SALAZAR HILDA MARIA
0973945133	12/09/2016	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198164297 - MERINO SALAZAR HILDA MARIA
0924214133	02/11/2015	0816 - AUTORIZA.IMPRESION CDP - SOL	10198164297 - MERINO SALAZAR HILDA MARIA

NUMERO DE RUC : 1 : 10199372527
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO
 DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.P.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
 HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 1
 FECHA : 09/10/2020
 HORA : 12:54:26

EXTRACTO DE PRESENTACIONES Y PAGOS

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

I.- FORMULARIOS QUE REGISTRAN IMPORTE A PAGAR :

PERIODO	FORMULARIO No.	No.ORDEN	FECHA PRESENT.	BANCO RECEPTOR	TRIBUTOS COD.	DESCRIPCION	IMPORTE DECLARADO	IMPORTE PAGADO	No.RESOLUCION/ORDEN DE PAGO
2014/12	1662	237642762	06/01/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		222.00	
2015/01	1662	239057399	07/02/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		122.00	
2015/02	1662	239993762	04/03/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		62.00	
2015/03	1662	241352127	10/04/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		108.00	
2015/04	1662	242469205	11/05/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		153.00	
2015/05	0621	802389192	08/06/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		149.00	
2015/05	1662	243608227	09/06/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		9.00	
2015/06	1662	244615089	07/07/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		54.00	
2015/07	0621	804189920	07/08/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		85.00	
2015/08	0621	805124174	08/09/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		87.00	
2015/09	0621	806071839	09/10/2015	NACION	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		46.00	
2015/10	1662	249301399	10/11/2015	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		136.00	
2015/12	1662	252887305	11/02/2016	CREDITO	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		134.00	
2016/02	1662	253913915	10/03/2016	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		92.00	
2019/05	1662	750735539	16/08/2019	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		3.00	
2019/03	1662	750735602	16/08/2019	BIF	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		4.00	

NUMERO DE RUC : 1 : 10199372527
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO
 DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.P.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
 HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 2
 FECHA : 09/10/2020
 HORA : 12:54:29

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO No.	No.ORDEN	FECHA PRESENT.	BANCO RECEPTOR	TRIBUTOS COD.	DESCRIPCION	IMPORTE DECLARADO	IMPORTE PAGADO	No.RESOLUCION/ORDEN DE PAGO
2014/12	0621	797801827	05/01/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2014/12	0621	797801827	05/01/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/01	0621	798724608	06/02/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/01	0621	798724608	06/02/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/02	0621	799570357	03/03/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/02	0621	799570357	03/03/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/03	0621	800915401	05/04/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/03	0621	800915401	05/04/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/04	0621	801490023	11/05/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/04	0621	801490023	11/05/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/05	0621	802389192	08/06/2015	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/06	0621	803246870	07/07/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/06	0621	803246870	07/07/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/07	0621	804189920	07/08/2015	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/08	0621	805124174	08/09/2015	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/09	0621	806071839	09/10/2015	NACION	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/10	0621	806992247	09/11/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/10	0621	806992247	09/11/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/11	0621	807928666	09/12/2015	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/11	0621	807928666	09/12/2015	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2015/12	0621	808778911	07/01/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2015/12	0621	808778911	07/01/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/01	0621	809820916	11/02/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/01	0621	809820916	11/02/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/02	0621	810849053	14/03/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/02	0621	810849053	14/03/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/03	0621	811672343	12/04/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/03	0621	811672343	12/04/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/04	0621	812650764	12/05/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/04	0621	812650764	12/05/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/04	0621	813499359	07/06/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/04	0621	813499359	07/06/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	
2016/06	0621	814667484	14/07/2016	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00	0.00	
2016/06	0621	814667484	14/07/2016	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00	

2016/07 0621 815743903 15/08/2016 INTERNET 1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA 0.00 0.00

NUMERO DE RUC 1 : 10199372527

NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO

DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.F.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 3
FECHA : 09/10/2020
HORA : 12:54:29

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO No.	No.ORDEN	FECHA PRESENT.	BANCO RECEPTOR	TRIBUTOS COD. DESCRIPCION	IMPORTE DECLARADO	IMPORTE PAGADO	R	No.RESOLUCION/ORDEN DE PAGO
2016/07	0621	815743903	15/08/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/08	0621	816279390	22/08/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/08	0621	816279390	22/08/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/01	0621	816331011	05/09/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/01	0621	816331011	05/09/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/06	0621	816331253	05/09/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/06	0621	816331253	05/09/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/08	0621	816711369	15/09/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/08	0621	816711369	15/09/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/09	0621	817447530	13/10/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/09	0621	817447530	13/10/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/10	0621	818294917	09/11/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/10	0621	818294917	09/11/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/11	0621	819576650	16/12/2016	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/11	0621	819576650	16/12/2016	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2016/12	0621	820183938	09/01/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2016/12	0621	820183938	09/01/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/01	0621	821029722	13/02/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/01	0621	821029722	13/02/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/02	0621	822035599	06/03/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/02	0621	822035599	06/03/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/03	0621	823040116	11/04/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/03	0621	823040116	11/04/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/04	0621	823958282	09/05/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/04	0621	823958282	09/05/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/05	0621	824868242	07/06/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/05	0621	824868242	07/06/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/06	0621	825780557	05/07/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/06	0621	825780557	05/07/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/07	0621	826763415	08/08/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/07	0621	826763415	08/08/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/08	0621	827714194	07/09/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/08	0621	827714194	07/09/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/08	0621	827753947	11/09/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/08	0621	827753947	11/09/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				

NUMERO DE RUC 1 : 10199372527

NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO

DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.F.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 4
FECHA : 09/10/2020
HORA : 12:54:29

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO No.	No.ORDEN	FECHA PRESENT.	BANCO RECEPTOR	TRIBUTOS COD. DESCRIPCION	IMPORTE DECLARADO	IMPORTE PAGADO	R	No.RESOLUCION/ORDEN DE PAGO
2017/09	0621	828702898	09/10/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/09	0621	828702898	09/10/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/10	0621	829677191	09/11/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/10	0621	829677191	09/11/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/11	0621	830644362	09/12/2017	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/11	0621	830644362	09/12/2017	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2017/12	0621	831619891	10/01/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2017/12	0621	831619891	10/01/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/01	0621	832597983	12/02/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/01	0621	832597983	12/02/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/02	0621	833481145	08/03/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/02	0621	833481145	08/03/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/03	0621	834482656	10/04/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/03	0621	834482656	10/04/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/04	0621	835404926	07/05/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/04	0621	835404926	07/05/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/05	0621	836435394	12/06/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/05	0621	836435394	12/06/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/06	0621	837277793	05/07/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/06	0621	837277793	05/07/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/07	0621	838517833	15/08/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/07	0621	838517833	15/08/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/08	0621	839207090	11/09/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/08	0621	839207090	11/09/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/09	0621	811036876	15/10/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/09	0621	811036876	15/10/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/10	0621	811980462	17/11/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/10	0621	811980462	17/11/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				
2018/11	0621	812564643	10/12/2018	INTERNET	1011 IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	0.00			
2018/11	0621	812564643	10/12/2018	INTERNET	3111 RENTA - REGIMEN ESPECIAL				

2018/12	0621	918522901	08/01/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2018/12	0621	918522901	08/01/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/01	0621	914601695	09/02/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/01	0621	914601695	09/02/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/02	0621	918741420	05/03/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00

NUMERO DE RUC : 1 : 10199372527
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO
 DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.P.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
 HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 5
 FECHA : 09/10/2020
 HORA : 12:54:29

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTO	IMPORTE	IMPORTE	R	No.RESOLUCION/ ORDEN DE PAGO
No.	No.ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO	FAGADO		
2019/02	0621	918741420	05/03/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/03	0621	917033400	05/04/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/03	0621	917033400	05/04/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/04	0621	918391719	10/05/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/04	0621	918391719	10/05/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/05	0621	918932266	17/06/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/05	0621	918932266	17/06/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/06	0621	921293795	15/07/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/06	0621	921293795	15/07/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/07	0621	923348594	12/08/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/07	0621	923348594	12/08/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/08	0621	923396487	05/09/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/08	0621	923396487	05/09/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/09	0621	925216547	15/10/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/09	0621	925216547	15/10/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/10	0621	926306551	07/11/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/10	0621	926306551	07/11/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/10	0621	926306562	07/11/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/10	0621	926306562	07/11/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/11	0621	927693484	03/12/2019	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/11	0621	927693484	03/12/2019	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2019/12	0621	929235975	09/01/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2019/12	0621	929235975	09/01/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/01	0621	930306607	08/02/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/01	0621	930306607	08/02/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/02	0621	932544985	09/03/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/02	0621	932544985	09/03/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/03	0621	934259771	13/05/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/03	0621	934259771	13/05/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/05	0621	935942219	30/06/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/05	0621	935942219	30/06/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/04	0621	938842060	30/06/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/04	0621	938842060	30/06/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/06	0621	937773558	18/07/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/06	0621	937773558	18/07/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00

NUMERO DE RUC : 1 : 10199372527
 NOMBRE O RAZON SOCIAL : MALDONADO MALDONADO FAUSTINO
 DIRECCION : JR. ALFONSO UGARTE 1175 C.P.M HUALHUAS ---- FTE A LA POSTA DE HUALHUAS S69412024
 HUALHUAS - HUANCAYO - JUNIN

PAGINA : 6
 FECHA : 09/10/2020
 HORA : 12:54:29

REGISTRO DE PRESENTACIONES : DESDE 01/01/2015 HASTA 09/10/2020

II.- FORMULARIOS QUE NO REGISTRAN IMPORTE A PAGAR O REGISTRAN CERO :

PERIODO	FORMULARIO	FECHA	BANCO	TRIBUTO	IMPORTE	IMPORTE	R	No.RESOLUCION/ ORDEN DE PAGO
No.	No.ORDEN	PRESENT.	RECEPTOR	COD. DESCRIPCION	DECLARADO	FAGADO		
2020/07	0621	939892706	14/08/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/07	0621	939892706	14/08/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00
2020/08	0621	943306986	14/09/2020	INTERNET	1011	IGV - OPER. INT. - CIA. PROPIA	0.00	0.00
2020/08	0621	943306986	14/09/2020	INTERNET	3111	RENTA - REGIMEN ESPECIAL		0.00

- NO INCLUYE FORMULARIOS PRESENTADOS DENTRO DE LOS QUINCE DIAS HABILIS ANTES DE LA FECHA DE EMISION DE ESTE REPORTE. LA FECHA DE EMISION ES LA QUE FIGURA CON LA PAGINA IMPRESA EN ESTE REPORTE.

- EL ASTERISCO (*) EN EL RUBRO II INDICA FORMULARIOS QUE FUERON PAGADOS CON CHEQUE QUE FUE RECHAZADO.

- NO INCLUYE LOS FORMULARIOS 1098,1092,125 Y 4582.

- LOS FORMULARIOS QUE NO ESPECIFICAN TRIBUTO E IMPORTE (RUBRO II), NO REGISTRAN VALOR EN LAS CASILLAS DE IMPORTE A PAGAR.

- ESTE REPORTE UNICAMENTE COMPRENDE LOS FORMULARIOS PRESENTADOS EN EL RANGO DE FECHAS DESDE - HASTA INDICADOS EN EL PRESENTE EXTRACTO.



ZONA REGISTRAL VIII - SEDE HUANCAYO
93146059

Código N°

Oficina Registral HUANCAYO
N° 736582

Solicitud

07/06/2020
12:46:15

REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS

LIBRO DE COMUNIDADES CAMPESINAS Y NATIVAS

CERTIFICADO DE VIGENCIA

El funcionario que suscribe, **CERTIFICA:**

Que, en la partida electrónica N° 02027844 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de HUANCAYO, consta registrado y vigente el nombramiento a favor de MARISELA CHIPANA RAMOS, identificado con DNI 07524030 cuyos datos se precisan a continuación:

DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL: COMUNIDAD CAMPESINA DE HUALHUAS

LIBRO: COMUNIDADES CAMPESINAS Y NATIVAS

ASIENTO: A00013 **FICHA:** 02027844

CARGO: PRESIDENTE DE DIRECTIVA COMUNAL PERIODO 14/04/2019 AL 31/12/2020

FACULTADES:

Artículo 56.- Son atribuciones del Presidente de la Directiva Comunal: a) Ejercer la representación institucional de la Comunidad. b) Convocar a Asamblea General obligatoria, Asamblea General y sesión de Directiva. c) Presidir las sesiones de la Directiva Comunal. d) Aperturar la Asamblea General, salvo que esta última haya acordado nombrar un moderador. e) Representar a la Comunidad en actos Judiciales Penales Civiles, Transacciones y otros, previa facultades de la Asamblea. f) Supervisar la marcha administrativa de la Comunidad. g) Coordinar y supervisar la elaboración de los planes y proyectos de desarrollo comunal, del presupuesto anual y del balance del ejercicio económico. h) Suscribir conjuntamente con el Tesorero todas las operaciones de orden bancario como: abrir y cerrar cuentas corrientes, girar, aceptar endosar y descontar letras de cambio, cheques, pagares; obtener créditos en cuentas corrientes con o sin garantía. i) Celebrar toda clase de actos y contratos, inclusive los de compra venta de bienes muebles o inmuebles, los de arrendamiento o subarrendamientos, los de sesión de uso, desmembramientos, usufructo, donaciones, en general hacer todo cuanto estime conveniente para el cumplimiento de los fines de la Comunidad, previo acuerdo de la Asamblea General. j) Representar a la Comunidad con las facultades generales y especiales previstas en el Código Procesal Civil como son: decidir la iniciación, continuación, y transacción de los procedimientos judiciales, administrativos, municipales, regionales o políticas. k) Controlar las recaudaciones e ingresos de la Comunidad y autorizar los gastos conjuntamente con el Tesorero. l) Asistir con voz pero sin voto, a las sesiones de la Asamblea General, salvo que esta decida en contrario. m) Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de los Libros y Registros de la Comunidad conjuntamente con el Secretario. n) Otras facultades que pudiera conferirle la Directiva Comunal o la Asamblea General, para el cumplimiento de los objetivos de la Comunidad.

DOCUMENTO QUE DIO MÉRITO A LA INSCRIPCIÓN:

ASÍ CONSTA DE LAS COPIAS CERTIFICADAS DE FECHA 30.04.2019, 08.08.2019, (QUE CONTIENE LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA DE FECHA 14.04.2019 Y LAS REAPERTURAS DE ACTA DE FECHA 24.05.2019, 19.06.2019, 19.07.2019), EXPEDIDAS POR EL FEDATARIO DE LA SUNARP SRA. GERALDINE SANDY TORRES ROMERO Y SR. ARMANDO CASTRO GABRIEL.

EL ACTA DE FECHA 14.4.2019, 24.5.2019, 19.6.2019, 19.7.2019, FUERON EXTRAÍDAS DE FOLIOS 180 AL 196 DEL DECIMO TERCER LIBRO DE ACTAS LEGALIZADO CON FECHA 23.02.2015, POR EL JUEZ DE PAZ DE HUALHUAS SRA. MARUJA ANGELICA MEDINA GAMARRA, SIN NÚMERO DE REGISTRO CRONOLÓGICO.

CUARTO Y QUINTO LIBRO PADRÓN, LEGALIZADO POR EL JUEZ DE HUALHUAS SRA. MARUJA MEDINA GAMARRA CON FECHA 19.12.2008, SIN NUMERO DE REGISTRO CRONOLÓGICO. –

- LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICIÓN (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 126-2012-SUNARP-SN).
- La autenticidad del presente documento podrá verificarse en la página web <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces> en el plazo de 90 días calendario contados desde su emisión.

II. **ANOTACIONES EN EL REGISTRO PERSONAL O EN EL RUBRO OTROS** Ninguno

III. **TÍTULOS PENDIENTES** Ninguno

IV. **DATOS ADICIONALES DE RELEVANCIA PARA CONOCIMIENTO DE TERCEROS** Ninguno

Nº de Fojas del Certificado: 02

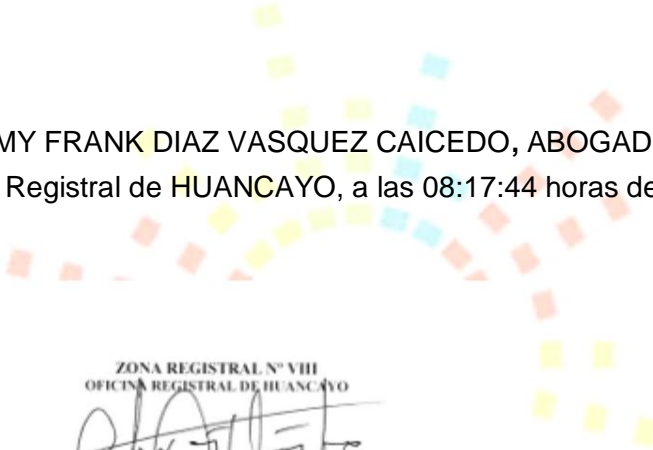
Nº Cuenta: SOLUCIONESNR


Derechos Pagados/.26.00

Mayor Derecho: S/.0.00

Total de Derechos: S/.26.00

Verificado y expedido por JIMMY FRANK DIAZ VASQUEZ CAICEDO, ABOGADO CERTIFICADOR de la Oficina Registral de HUANCAYO, a las 08:17:44 horas del 10 de Junio del 2020



ZONA REGISTRAL N° VIII
OFICINA REGISTRAL DE HUANCAYO

Jimmy E. Díaz Vásquez Caicedo
ABOGADO CERTIFICADOR

- LOS CERTIFICADOS QUE EXTIENDEN LAS OFICINAS REGISTRALES ACREDITAN LA EXISTENCIA O INEXISTENCIA DE INSCRIPCIONES O ANOTACIONES EN EL REGISTRO AL TIEMPO DE SU EXPEDICIÓN (ART. 140° DEL T.U.O DEL REGLAMENTO GENERAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS APROBADO POR RESOLUCIÓN N° 126-2012-SUNARP-SN).
- La autenticidad del presente documento podrá verificarse en la página web <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/acceso/frmTitulos.faces> en el plazo de 90 días calendario contados desde su emisión

Document Information

Analyzed document	Archivo 2. 1A, Marcacuzco Roca, Miguel Angel-Maestria-2020.Referencias-doc..docx (D82628765)
Submitted	10/24/2020 7:36:00 PM
Submitted by	investigacion
Submitter email	iniccfcc@unac.pe
Similarity	0%
Analysis address	iniccfcc.unac@analysis.arkund.com

Sources included in the report
