



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA EN LA COMPRA Y VENTA DE
COMBUSTIBLES LÍQUIDOS EN SERVICENTROS, CIUDAD
DE IQUITOS, AÑO 2025**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

SARAVIA DE LEMOS, DANTE

ASESOR:

MGR. JORGE PÉREZ SANTILLÁN

ORCID: 0000-0002-0934-752

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE
MERCADOS Y TERRITORIOS**

IQUITOS – PERÚ

2025

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con amor a mis padres, Hilda y Nicolás Tolentino, por ser mi guía, mi raíz y mi fortaleza constante. A Brenda Verusca, mi compañera de vida, por caminar a mi lado con amor, paciencia y fe, y por estar presente en cada paso de este recorrido.

Dante Saravia De Lemos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, Hilda y Nicolás Tolentino, por su ejemplo de esfuerzo y valores, pilares fundamentales en este camino. A Brenda Verusca, por su apoyo constante y por acompañarme con amor y firmeza en cada etapa. A mis seres queridos, cuya presencia generosa me inspira día a día. Y a todas las personas que, de alguna manera, me alentaron a seguir adelante. Cada gesto ha hecho posible este trabajo.

Dante Saravia De Lemos.

ACTA DE SUSTENTACION

Con Resolución Decanal N° 683-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 18 de setiembre del 2025 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 17-2026-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 20 de enero del 2026, se autorizó la sustentación.

Siendo las 11:00 horas del día 26 de enero se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis CULTURA TRIBUTARIA EN LA COMPRA Y VENTA DE COMBUSTIBLES LIQUIDOS EN SERVICENTROS, CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2025.

Presentado por:

SARAVIA DE LEMOS DANTE
Para optar el título profesional de Contador Público

Asesor: Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mag.

Luego de escuchar la sustentación y defensa ante las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en forma reservada, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

A las 12:30 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.



Lic. RR.II. Salvador Calderon Ferreira, Mag.
Presidente del Jurado



CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mag.
Miembro del Jurado



CPC. Carlos Anibal Garcia del Castillo, Mag.
Miembro del Jurado

HOJA DE APROBACIÓN

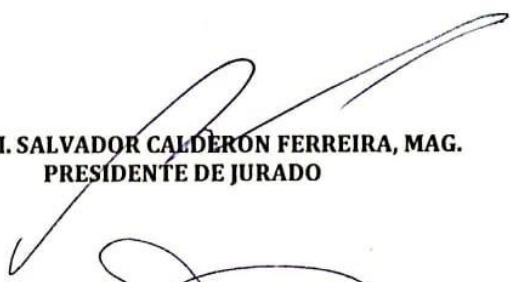
FACULTAD DE
NEGOCIOS



HOJA DE APROBACIÓN PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

BACHILLER SARAVIA DE LEMOS DANTE

La Tesis sustentada el día 26 de Enero de 2026, a las 11: 00 horas.



**LIC. RR.II. SALVADOR CALDERON FERREIRA, MAG.
PRESIDENTE DE JURADO**



**CPC. JORGE GONZALES BARDALES, MAG.
MIEMBRO DE JURADO**



**CPC. CARLOS ANIBAL GARCIA DEL CASTILLO, MAG.
MIEMBRO DE JURADO**



**LIC. ADM. JORGE PÉREZ SANTILLÁN, MAG.
ASESOR**

HOJA ANTIPLAGIO



“Año de la recuperación y consolidación de la económica peruana”

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ – UCP

El presidente del Comité de Ética e Integridad Científica

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**“CULTURA TRIBUTARIA EN LA COMPRA Y VENTA DE
COMBUSTIBLES LÍQUIDOS EN SERVICENTROS, CIUDAD DE
IQUITOS, AÑO 2025”**

Del alumno: **DANTE SARA VIA DE LEMOS**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **13% de similitud**. Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 4 de diciembre del 2025.

**Presidente del Comité de Ética e
Integridad Científica
Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores**

UCP_CONTABILIDAD_2025_TESIS_DANTE_SARAVIA_VI



Nombre del documento: UCP_CONTABILIDAD_2025_TESIS_DANTE_SARAVIA_VI.pdf
ID del documento: 75f571e14d7d7b74725a3d5ff6158cbccaecae40
Tamaño del documento original: 638,25 kB

Depositante: Chris Angela Ramirez Flores
Fecha de depósito: 4/12/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 4/12/2025

Número de palabras: 6601
Número de caracteres: 43.368

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.ucp.edu.pe http://repositorio.ucp.edu.pe:8080/server/api/core/bitstreams/aaf544e6-6495-417a-a1e7-ae8... 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas: 3% (161 palabras)
2	repositorio.ucp.edu.pe http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/UCP/1581/1/DARWIN_ALBERTO_DIAZ_CHOTA_-_TESIS.pdf	1%		Palabras idénticas: 1% (70 palabras)
3	repositorio.utmachala.edu.ec Análisis de las actividades contables de la empr... http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4853/6/TUACE-2015-CA-CD00024.pdf.txt 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
4	hdl.handle.net La emisión electrónica de comprobantes de pago en el cumplim... http://hdl.handle.net/20.500.14074/3363 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	sni.org.pe https://sni.org.pe/wp-content/uploads/2023/10/MODIFICAN-LA-LEY-MARCO-DE-LICENCIA-DE-...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
2	repositorio.unapikitos.edu.pe Implementación de la norma Iso 9001:2008 en... http://repositorio.unapikitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5449	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
3	www.buenastareas.com El comprobante de pago es un documento que accredi... https://www.buenastareas.com/ensayos/El-Comprobante-De-Pago-Es-Un/72632887.html	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)
4	repositorio.uch.edu.pe Sanciones tributarias de los comprobantes de pago y s... http://repositorio.uch.edu.pe/handle/uch/138	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)
5	repositorio.ucp.edu.pe Análisis de la gestión contable en la etapa de formación... http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/786	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ACTA DE SUSTENTACIÓN	IV
HOJA DE APROBACIÓN	V
HOJA ANTIPLAGIO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Bases teóricas	5
1.2.1. La venta y compra de los combustibles	5
1.2.2. Cultura tributaria	9
1.3. Términos básicos	13
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
2.1. Descripción del problema	14

2.2. Formulación del problema	15
2.3. Objetivos de la investigación	16
2.3.2. Objetivos específicos	16
2.4. Hipótesis.....	17
2.4.1. Hipótesis general	17
2.4.2. Hipótesis específicas	17
2.5. Variables	17
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño	18
3.2. Población y muestra.....	18
3.3. Técnica, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.	20
3.4. Procedimientos y análisis de datos	20
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
4.1. Datos generales	21
4.2. Actitud del consumidor	23
4.3. Actitud del vendedor.....	28
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	31
5.1. Conclusiones.....	31
5.2. Recomendaciones	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
TABLA 1	19
CONSUMIDORES POR ESTRATOS, DISTRITOS DE IQUITOS, 2025..	19
TABLA 2	20
MATRIZ DE VALIDEZ DE CONSTRUCTO DEL INSTRUMENTO	20
TABLA 3	21
CONSUMIDORES DE COMBUSTIBLES, POR EDAD Y SEXO, 2025 ...	21
TABLA 4	22
ACTITUD DE CONSUMIDORES A RESPONDER LA ENCUESTA, POR SEXO, 2025.....	22
TABLA 5	22
ACTITUD DE CONSUMIDORES A RESPONDER LA ENCUESTA, POR EDAD, 2025.....	22
TABLA 6	23
CONOCIMIENTO DE LOS SIGUIENTES COMPROBANTES DE PAGO QUE PUEDE SOLICITAR AL COMPRAR COMBUSTIBLE EN UN SERVICENTRO, 2025	23
TABLA 7	24
CONOCIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER EL COMPROBANTE DE PAGO, 2025.....	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
GRÁFICO 1.....	25
SOLICITA COMPROBANTE DE PAGO AL REALIZAR LA COMPRA EN UN SERVICENTRO DE COMBUSTIBLE, 2025	25
GRÁFICO 2.....	26
OBSERVA LOS DETALLES AL SOLICITAR COMPROBANTE DE PAGO AL REALIZAR LA COMPRA EN UN SERVICENTRO DE COMBUSTIBLE, 2025.....	26
GRÁFICO 3.....	28
AL INGRESAR Y COMPRAR COMBUSTIBLE EN UN SERVICENTRO, OBSERVÓ LA EXISTENCIA DEL AFICHE “EXIJA COMPROBANTE”, 2025	28
GRÁFICO 4.....	29
ENTREGA POR EL VENDEDOR DE COMPROBANTE PAGO AL COMPRAR EN UN SERVICENTRO DE COMBUSTIBLE, 2025	29
GRÁFICO 5.....	30
OFRECIMIENTO DE ALTERNATIVA DE COMPROBANTE DE PAGO AL REALIZAR LA COMPRA EN UN SERVICENTRO DE COMBUSTIBLE, 2025.....	30

RESUMEN

Cultura tributaria en la compra y venta de combustibles líquidos en
servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

Dante Saravia De Lemos

El objetivo general de la investigación fue determinar la cultura tributaria en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025. Hay un buen y regular conocimiento del derecho de exigir la entrega del comprobante, cerca de 40%; y se redujo al 25% en los conocimientos de sus usos. El 46,88% señaló que nunca lo ha pedido sino lo entregaron, pero, algo más del 12% si lo hace. El 75,88% nunca lo ha revisado, y algo más del 13% si lo hace. La utilidad tributaria está en los beneficios para la sociedad, el 56% señala que ello se logra si lo exige. El 71,56% señala que nunca se fijó letreros que le enseña su derecho de exigir la entrega del documento. El 26,25% nunca ha recibido, y al 50,31% nunca lo ofrecieron la alternativa de elegir el tipo de comprobante.

Palabras claves: comprobantes de pago, cultura tributaria

ABSTRACT

Tax culture in the purchase and sale of liquid fuels at service stations, city of Iquitos, year 2025.

Dante Saravia De Lemos

The general objective of the research was to determine the tax culture in the purchase and sale of liquid fuels in service stations, city of Iquitos, year 2025. There is a good and moderate knowledge of the right to demand the delivery of the receipt, around 40%; and it dropped to 25% in the knowledge of its uses. 46.88% indicated that they have never requested it unless it was given to them, but just over 12% do request it. 75.88% have never checked it, and just over 13% do check it. The tax usefulness lies in the benefits for society; 56% indicate that this is achieved if the receipt is requested. 71.56% indicate that no signs informing them of their right to request the document were ever posted. 26.25% have never received, and 50.31% were never offered the option to choose the type of receipt.

Keywords: payment receipts, tax culture

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

Nivel internacional

En el año 2017, se estudió la cultura tributaria en Colombia, con el objetivo de medir la percepción que se tienen de las obligaciones sobre el tema; metodología de corte exploratorio, enfoque cualitativo, y de relaciones entre variables; población constituida por ciudadanos de Bogotá, muestreo no probabilístico de 200 de ellos, y aplicación de encuesta electrónica. Concluye que, la corrupción, el uso ineficiente de los recursos públicos y la inequidad tributaria son determinantes para cumplir o no con esta obligación. Asimismo que, la cultura del cumplimiento tributario y de reconocer este pago como un deber social, debe partir desde casa. Finalmente que, el nivel de evasión es muy alto, por lo que daña la salud de la finanza pública (Pacheco Carrascal, 2017).

Nivel nacional

En el año 2024, se investigó sobre la cultura tributaria y las infracciones y sanciones respectivas en Perú, con el objetivo de determinar la educación tributaria, el cumplimiento fiscal y la difusión y orientación tributaria; metodología de investigación aplicada y diseño no experimental; población de Mypes del sector alimenticio en la provincia constitucional del Callao, muestra de 175 de ellas, aplicación de cuestionario. Concluye que, expresan un nivel aceptable sobre la educación tributaria, 51,3%, lo que señala que debe fortalecerse la formación fiscal en este sector. Agrega que, revelan un nivel aceptable respecto al cumplimiento fiscal, 41,7%, lo que destaca la complejidad del escenario tributario. Añade que, los hallazgos indican un nivel aceptable de la difusión y orientación tributaria, hecho que sugiere una revisión de las estrategias de comunicación. Finalmente, que

hay críticas a las deficiencias en la educación tributaria y que son inadecuadas las sanciones tributarias (Luna Palacios, 2024).

En el año 2023, se investigó sobre la facturación electrónica y la rentabilidad en los negocios en el periodo 2021 - 2022, con el objetivo de medir la obligatoriedad de su uso y el impacto; metodología de investigación aplicada, enfoque cuantitativo y cualitativo, nivel explicativo, diseño no experimental; población de propietarios de imprentas del distrito de Cusco, y muestra de 47 de ellas; aplicación de cuestionario. Concluyen que, este hecho generó un alto nivel de afectación en la rentabilidad de su negocio, el 80,9% así lo señaló. Se expresó en una reducción de 93,6% de las ventas de talonarios físicos, de un promedio de 50 a 80 pasó a 1 a 5 talonarios al día. Generó disminución en la rentabilidad de los ingresos, de los activos y sobre el patrimonio, en 4%, 22% y 39% respectivamente (Huaraka Mendoza y Quispe Mogrovejo, 2023).

En el año 2019, se estudió la cultura tributaria y la acción de control que realizó la Sunat en Perú en el año 2017, con el objetivo de determinar la actitud tributaria en la actividad comercial; metodología descriptiva y correlacional; población de comerciantes del mercado Modelo de la ciudad de Tingo María, y muestra de 49 de ellos, a quienes aplicó encuesta. Concluye que, consideran que la norma tributaria no es clara, precisa y atendible, 57,1%; recibió capacitación, 16,3%; acude a la SUNAT a recabar información tributaria, 30,6%; se enteró de la promoción de las obligaciones tributarias, 32,7%; y de ellos, por televisión, 28,6%; por periódico regional, 14,3%; y 26,5% a través de afiches. Considera que es buena acción cumplir con la obligación tributaria, 87,8%; tiene conocimiento de esta obligación, 73,5%; es consciente que no emitir comprobante de pago recibe sanción, 79,6%; piensa que esta sanción es muy rigurosa, 71,4 %; conoce para que se pagan los impuestos, 75,5%; conoce el destino de estos fondos, 45,1% (Bautista Teodoro, 2019).

En el año 2018, se estudió el costo de emitir el comprobante de pago electrónico en el periodo 2017, con el objetivo de determinar la reducción en los costos de mano de obra, envío y almacenamiento, respecto del sistema físico; metodología explicativa; población de la compañía SSK Ingeniería y Construcción, y como muestra su proceso de facturación, y aplicación de revisión documental. Concluye que, este sistema electrónico genera impacto positivo al reducir el costo de facturación en la compañía, tanto en el tiempo de la mano de obra que emite el documento, como en el costo de envío respectivo y de almacenamiento documentario (Pérez Cabellos, 2018).

1.2. Bases teóricas

1.2.1. La venta y compra de los combustibles

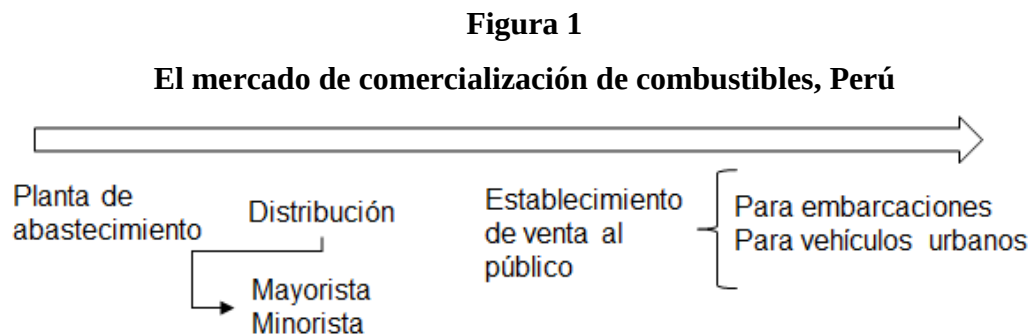
En el país hay diversos mercados económicos cuyas características generan diferencias con otros sectores, como son las etapas por los que pasa la producción, distribución y comercialización, los tipos de productos que se compran y venden, así como por los tipos de agentes que intervienen. Todo esto definirá sus regulaciones particulares que deben establecerse, en diversos aspectos.

Una primera regulación se ha establecido en el derecho que tiene el consumidor de tener información sobre los productos que se encuentra a su disposición en los mercados. El Estado garantiza este derecho (art. 65, Constitución Política, Perú).

Uno de estos mercados es el referido al de los combustibles, en sus diversas formas. Los combustibles constituyen un recurso esencial para las empresas, representando un alto costo, por ejemplo para las de transporte, el 84% de los costos operativos, y por lo tanto su control eficiente es clave para la rentabilidad (Grifos.net.pe, s.f.).

En este mercado de los combustibles, la compra y venta, o comercialización, ocurre en diversas etapas, desde la que se realiza en la planta de abastecimiento (punto final del proceso productivo); luego en la distribución hacia los canales, puede ser móvil (transporte por vehículos) o fija (por redes establecidas). Posteriormente, la venta en los puntos de intermediación, como son los servicentros (o grifos, caso de la ciudad de Iquitos, quienes están localizados en zona urbana o en los ríos aledaños para atender a las embarcaciones fluviales).

Morris *et al.* (2010) describen estas etapas en Perú, refinería, transferencia a las plantas de abastecimiento, propiedad de empresas privadas; desde allí los distribuidores mayoristas venden sus productos, los cuales despacha el operador de la planta hacia las estaciones de servicio, consumidores directos, distribuidores minoristas, etc. Finalmente, a través de estas estaciones y los distribuidores minoristas se entrega el combustible al consumidor final.



Fuente: D.S. 012-2007-EM, modifica D.S. 045-2001-EM, Reglamento de la comercialización de combustibles líquidos y derivados de los hidrocarburos.

Otra regulación lo tiene la autoridad municipal, sobre el funcionamiento del establecimiento, si está prohibido legalmente o si constituye riesgo para la seguridad de las personas y la propiedad privada o la seguridad pública, o haya infringido normas reglamentarias o de seguridad (señaladas por el sistema de defensa civil), o produzcan olores, humos, ruidos u otros efectos perjudiciales para la salud o la tranquilidad

del vecindario, y frente a ello puede ordenar la clausura transitoria o definitiva (art. 49, Ley 27972, sobre funciones de las municipalidades).

Otra regulación ocurre para todas las etapas y señala que toda transacción comercial se debe expresar en un comprobante de pago, documento útil para atender los controles que pueden ocurrir en el tránsito, es el caso del policial.

El comprobante de pago utilizado señala el grado de formalidad que tienen los agentes vendedores o transportadores, y contribuye a que los compradores también transiten con formalidad hasta su punto de destino, con lo que se reducen diversos riesgos.

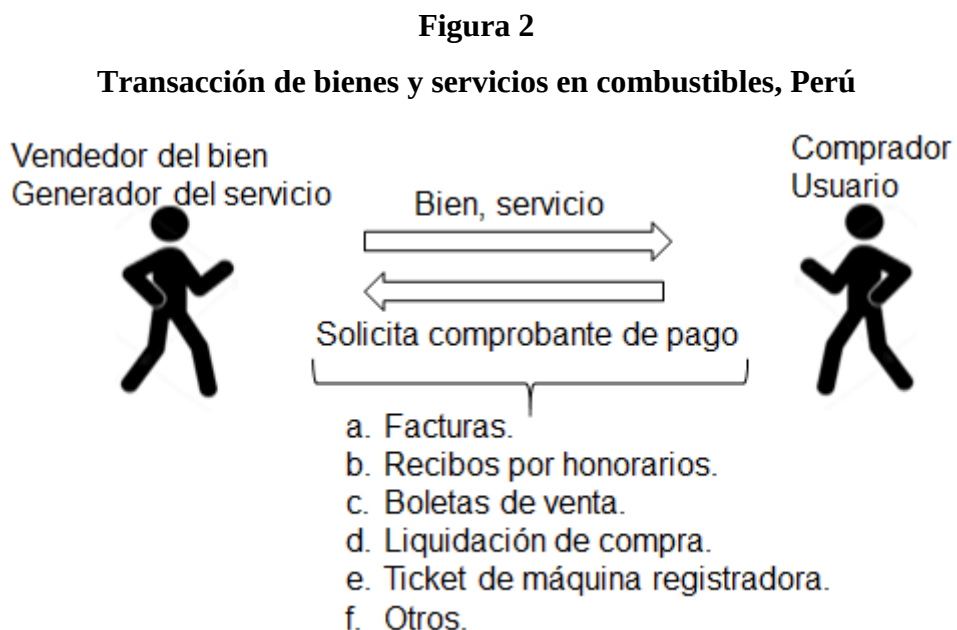
Hay diversos agentes, caso del productor, el operador de planta de abastecimiento (p.e. en aeropuerto y en terminal), el consumidor (directo, o con instalación móvil), el importador en tránsito, el distribuidor mayorista, el comercializador de combustible (para embarcaciones, o de aviación) y el distribuidor minorista, quienes están obligados a proporcionar información que permitirá el cumplimiento de la función de la autoridad competente, en oportunidad, formato y medio tecnológico que determinen (D.S. 012-2007-EM, modifican normas referidas a la comercialización de combustibles líquidos y derivados).

Otra regulación ocurre en los distribuidores minoristas, caso de los servicentros para vehículos terrestres, o gasolineras, con infraestructura como son los depósitos y los surtidores, quienes deben contar con distintivo de calidad, el cual indicará al usuario final que este punto de venta es cien por ciento confiable, en cuanto a precio, procedencia del producto, control del volumen, y servicios adicionales, caso de pagos con tarjetas de consumo, débito o crédito. Se han definido protocolos que debe expresar el personal de ventas en los momentos de interacción con el cliente.

Regulaciones de mayor detalle lo ha establecido el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía (OSINERG), sobre las actividades comerciales de hidrocarburos, entre otras, para que estas se ejecuten cumpliendo lo dispuesto en normas legales y técnicas (Ley 26734, Reglamento y normas). También publica las estadísticas sobre su cumplimiento.

En sus actividades comerciales o de consumo, las personas realizan transacciones. En ella se hacen entrega de bienes o servicios y se acredita mediante un comprobante de pago, documento de diversa utilidad, como se ha señalado anteriormente, por lo cual esta entrega se ha convertido en una obligación de quien vende y en un derecho de quien compra.

Esta conversión en obligación debe ocurrir en todo acto de transferencia o prestación (importante para crear hábitos en el comportamiento de las personas), y esta rige aun cuando no se encuentre afecta a tributos (art. 1, Ley 25632).



El comprobante de pago acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios (R.S. N.° 007-99/SUNAT).

En la venta de combustible al público, la factura electrónica debe consignar el número de placa del vehículo cuando el despacho es directo al tanque (R.S. N.° 364-2015/SUNAT).

La no entrega de comprobantes de pago en los servicentros es sancionada con el cierre temporal (1 a 10 días) o multa del 50 % de la UIT, aun en operaciones exoneradas del IGV, con reducción de hasta el 95 %.

1.2.2. Cultura tributaria

Tal como se explicó en el capítulo anterior, en los distintos mercados se realizan transacciones comerciales entre agentes que han desarrollado comportamientos diferenciados en la compra y venta. El estudio de esta cultura resulta relevante, ya que permite conocer el nivel de eficiencia en la interacción entre la empresa y sus clientes, especialmente respecto a la entrega del comprobante de pago como evidencia de la transacción realizada.

En el momento de la transacción comercial, la empresa está representada por sus trabajadores, por lo cual es importante la acción de impacto para lograr en ellos una cultura de eficiencia en ellos. Komm *et al.* (2025), consultores de Mckinsey & Company, señalan que muchas empresas están dando pasos significativos para trabajar los cambios en la cultura de los empleados respecto al trabajo, y buscar una mayor productividad.

Muchos sostienen que estos cambios deben trabajarse desde la educación que ellos reciben, en cada uno de los niveles de la educación

básica, y luego en la educación superior. La continuidad de la educación competitiva es efectiva, especialmente en temas de comportamiento humano, muy difícil de lograrlo, pero posible.

Hurtado Barazorda *et al.* (2023) señalan el énfasis en la educación formal (escuelas, institutos y universidades) hasta la educación no formal (población adulta), para fomentar un cambio de actitud hacia la tributación y mejorar la percepción que tienen sobre cómo se invierten los recursos recaudados.

Además de la educación que ha recibido el trabajador, se requiere que tenga competencias sobre las transacciones actuales; pero ello no está ocurriendo. Komm *et al.* (2025), señalan en los tiempos actuales, los trabajadores son seleccionados con “demasiada frecuencia por su experiencia pasada y no por sus habilidades actuales o potenciales”. Y ello es un error que debe corregirse.

Agregan que, la tecnología está generando cambios en los procesos de gestión y en los diseños de los documentos que se utilizan en las transacciones, es el caso del proceso de compra y venta, y de los comprobantes de pago que se emiten, y estos como parte de las obligaciones tributarias.

Flores Gallego (2025) explica la diferencia entre los tipos de obligaciones tributarias: las sustanciales y las formales. Señala que, la obligación sustancial se refiere al pago del tributo en sí mismo; mientras que, la obligación formal constituye el deber accesorio establecido por normas con rango de ley que permitan facilitar la determinación, fiscalización y recaudación de dichos tributos.

El comprobante de pago se inscribe en el grupo de obligaciones formales. En años anteriores, se había determinado que el comprobante de

pago podía ser emitido por el usuario, no exigía la obligatoriedad (Decreto Ley 25632, año 1992). Luego, se definieron las características y requisitos mínimos, oportunidad de entrega, tipos de obligaciones en las que debe emitirse y los mecanismos de control (Decreto Legislativo 814, año 1996). Asimismo, se reguló sobre el formato que debe tener la impresión y la obligación de quienes hacen este trabajo, de estar inscritos en SUNAT.

Se establecieron tiempos máximos para el uso de sistemas informáticos en la emisión del ticket y su presentación en el Formulario N.º 845, para lo cual se estableció el uso de la comunicación virtual (Resolución 339-2017/SUNAT, de Intendencia). Asimismo, los procedimientos respectivos.

También, se han definido los fines tributarios de cada comprobante de pago, y por lo tanto el usuario respectivo con el que ocurre:

- a. **Factura.** Se realiza con usuarios sujetos del IGV que tengan derecho a crédito fiscal; quien solicita para sustentar gasto o costo para efecto tributario. Si está en el RUS, lo solicita para sustentar el crédito deducible.
- b. **Boleta de venta.** En operaciones con consumidor o usuario final; o con sujetos del Nuevo RUS. No permite ejercerse en el derecho al crédito fiscal, ni sustentar gasto o costo para efecto tributario (salvo casos que la ley lo permita).
- c. **Liquidación de compra.** En usuarios que sustentan gasto o costo para efecto tributario. Permite ejercer el derecho a usar el crédito fiscal, siempre que el impuesto sea retenido y pagado por el comprador.
- d. **Ticket emitido por máquina registradora.** Realizado por sujetos inmersos en el RUS, y solo es emitido en moneda nacional y ocurre en operación con el consumidor final. Permite sustentar el crédito fiscal,

gasto o costo para efecto tributario, o crédito deducible, siempre que el adquirente tenga RUC.

Es importante señalar que, la liquidación de compra ocurre en adquisiciones que hace una persona natural productora y/o acopiadora de productos primarios, por ejemplo, en el caso del ámbito rural cercana a Iquitos, que derivan de la actividad agropecuaria, pesca artesanal y extracción de madera, entre otros, siempre que estas personas no otorguen comprobante de pago por carecer de RUC (en el departamento de Loreto se presenta alto grado de informalidad en este tema).

Una acción del Estado para reducir la informalidad fue crear el régimen MYPE Tributario, para su uso en la micro y pequeña empresa, el que crea condiciones simples en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, y con lo cual puede emitir factura, boleta de venta, o ticket por máquina registradora.

En el contexto de las obligaciones formales, pueden emitirse otros documentos complementarios en el negocio, caso de la guía de remisión (sustenta el traslado de bienes, por ejemplo, al domicilio del cliente); o Nota de Débito o de Crédito (modifica el comprobante de pago emitido, incrementando o reduciendo su monto, por ejemplo, se emitió por error al cliente una factura por S/ 100 soles, debiendo ser S/ 90, entonces se emite una nota de crédito por S/ 10).

Las obligaciones formales deben señalar el comportamiento de las personas que participan en la transacción comercial. Flores Gallego (2025) señala la importancia de comprender esta obligación y su respectivo cumplimiento, lo que se resulta “vital para la transparencia económica y la eficacia del sistema tributario peruano”.

Pero no ocurre así; se observa indiferencia por parte del comprador en exigir el comprobante de pago, o en el personal de venta de señalarle la

alternativa de tipo de documento. Y esto preocupa a las instituciones que participan en las regulaciones. El OCDE (2023) plantea la acción de enseñar a los contribuyentes la utilidad social de los tributos, y consideran que ello puede contribuir a modificar la forma en que estos los perciben, que a menudo se centra en los costos y pasa por alto los beneficios. Agrega que, ello contribuye al sistema fiscal redundante en beneficio de todos y cada uno de los ciudadanos, incluidos ellos mismos.

1.3. Términos básicos

- a. Actitud del consumidor.** Comportamiento que muestra el comprador o usuario, y que se busca influenciar con factores de motivación externa, como son los afiches de “exige comprobante de pago”, o de factores de motivación interna “quiero mi comprobante para que los impuestos permitan más obras”.
- b. Actitud del vendedor.** Comportamiento que muestra la persona que atiende al comprador o usuario y que se busca influenciar para que exija, tengo este comprobante, al permitirle beneficios directos como es justificar gastos ante su institución, caso de un funcionario, o empresa para fines de costo o gasto deducible de impuesto a la renta.

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

En el mercado de combustibles, particularmente en la etapa de la venta al cliente final, se observa la oferta de varios tipos de productos, cuya estructura determina las características de las transacciones comerciales que en él se realizan.

En la estructura comercial por tipo de producto combustible a nivel nacional, el principal producto vendido es el DB5 S-50 (Diésel); en diciembre del año 2021 constituyó 5,4 millones de galones/día, y en diciembre del año 2024, fue de 5,7 millones de galones/día, 60.29% y 59,91% del total vendido respectivamente (Osinergmin, 2024). Este cambio en el tamaño del mercado constituyó un crecimiento de 4,74% en este periodo de tiempo, con una tasa promedio anual de 1,56%.

Cabe señalar que, en el precio de venta unitario de cada tipo de combustible participan diversos agentes que logran recursos monetarios: el obtenido por el fabricante, el impuesto que recauda el Estado (Impuesto al Rodaje, IGV, ISC), y el margen comercial que aplica el intermediario, o minorista.

Respecto al Impuesto al Rodaje, la tasa no ha variado desde el año 1990. Sobre el IGV, la tasa es de 17% más 2%, total 19%. El ISC se aplica en soles por galón, desde 1997; inicialmente, se aplicó como un porcentaje del Precio Ex-Refinería.

El mercado de venta minorista en el Perú está caracterizado por la presencia de diversos agentes: transportistas, comercializadores y consumidores de combustibles líquidos, y en muchos de ellos hay presencia de informalidad.

Referente a la comercialización, los combustibles líquidos se hacen a través de negocios denominados estaciones de servicio o grifos, o servicentros de combustibles, en las cuales se realizan actividades de almacenamiento y distribución de combustibles a través de equipos fijos (surtidores).

Referente a la cantidad de establecimientos minoristas en la ciudad de Iquitos, esta se encuentra concentrada en el distrito de Iquitos, con el 37,50% del total a diciembre del 2024, seguido de San Juan Bautista, con el 29,17% del total de la ciudad.

La ciudad de Iquitos está presentando una tendencia creciente de la cantidad de servicentros de combustibles, lo que muestra la presencia de nuevas inversiones en este rubro. Ello motivada por el creciente consumo de los vehículos menores y mayores.

Considerando las características de la movilización de sus habitantes, un importante grupo de consumidor está constituido por los vehículos menores de transporte personal (motocicletas), en los diferentes segmentos socioeconómicos: microempresarios, profesionales, trabajadores y familiar. A ello se agregan los vehículos de transporte comercial de personas (motocarros).

En el momento de la compra del combustible ocurren transacciones y actitudes de las personas que participan en ellas. Por ejemplo, solicitar un comprobante de pago por parte del consumidor, y la entrega por parte del vendedor.

2.2. Formulación del problema

El problema descrito en la investigación se resume en la siguiente interrogante general:

¿Cuál es la cultura tributaria en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

¿Cuál es la actitud del consumidor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025?

¿Cuál es la actitud del vendedor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025?

2.3. Objetivos de la investigación

2.3.1. Objetivo general

Se estableció como objetivo general de la investigación:

Determinar la cultura tributaria en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

2.3.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos a considerarse son los siguientes:

- a.** Identificar la actitud del consumidor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.
- b.** Identificar la actitud del vendedor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Se observa alto grado de cultura tributaria en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

2.4.2. Hipótesis específicas

Se observa importante actitud del consumidor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

Se observa importante actitud del vendedor en la compra y venta de combustibles líquidos en servicentros, ciudad de Iquitos, año 2025.

2.5. Variables

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Cultura tributaria	1. Actitud del consumidor	1.1 Conocimiento del comprobante de pago 1.2 Pedido realizado del comprobante de pago 1.3 Utilidad tributaria del comprobante de pago
	2. Actitud del vendedor	2.1 Motivación para pedir el comprobante de pago 2.2 Alternativa de entrega del comprobante

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño

- a.** Por el tiempo en que se capta, es retrospectivo porque se identificaron actitudes sobre compras realizadas en los meses de setiembre y octubre del año 2025.
- b.** Por la intensidad: es transversal, por cuanto el instrumento de recolección fue aplicado en un solo momento.
- c.** Por comparación de poblaciones: es descriptivo individual.
- d.** Por el control del investigador: es un caso, corresponde a un tema comercial que realizan las personas en la ciudad.

El diseño consistió en identificar la data histórica, revisar la consistencia de dicha data, cuantificarla en periodos de tiempo y por tipo de instituciones, y construir una estructura por sectores funcionales.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Elemento: personas que han realizado compra de combustibles líquidos (384 consumidores).

Alcance: quienes realizan transacciones en la ciudad de Iquitos, varios distritos.

Unidad de muestreo: el servicentro.

Unidad de análisis: persona que maneja un vehículo menor (motocicleta o motocarro)

Tiempo: mes de setiembre y octubre del año 2025.

3.2.2. Muestra

Considerando que es una población infinita, no se conoce cuántas personas realizan transacciones de compra de combustibles líquidos se utiliza la siguiente fórmula:

$$n_o = \frac{Z^2 \times P \times Q}{S^2}$$

Donde:

Z = Criterio de confianza (probabilidad). Se trabaja con 95% de confianza.

P = Atributo a favor. Se trabaja con 50%

Q = Atributo en contra $P + Q = 1$ ó 100%

S = Criterio de tolerancia (error estadístico)

n_o = 384 consumidores

Tabla 1
Consumidores por estratos, distritos de Iquitos, 2025

Distrito	Cantidad servicentros	Porcentaje	Cantidad consumidores
Iquitos	36	37.50%	144
Belén	25	26.04%	100
Punchana	7	7.29%	28
San Juan Bautista	28	29.17%	112
Total	96	100.00%	384

Fuente: Osinergmin, Facilito, al 30 de agosto de 2025

3.3. Técnica, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

La técnica es la encuesta, con su respectivo análisis cuantitativo.

El instrumento de recolección de datos es el cuestionario.

Tabla 2
Matriz de validez de constructo del instrumento

Indicadores	Índices	Pregunta
1. Actitud del consumidor	1.1 Conocimiento del comprobante de pago	Preguntas 1 y 2
	1.2 Pedido realizado del comprobante de pago	Preguntas 3 y 4
	1.3 Utilidad tributaria del comprobante de pago	Preguntas 5 , 6 y 7
2. Actitud del vendedor	2.1 Motivación para pedir el comprobante de pago	Preguntas 8 y 9
	2.2 Alternativa de entrega del comprobante de pago	Preguntas 10

La recolección de los datos siguió el procedimiento siguiente:

- Se identificó los puntos de venta de combustibles líquidos.
- Se determinó el horario donde ocurre la mayor presencia de clientes comprando.
- Se preparó la persona de apoyo en la aplicación de la encuesta.
- La supervisión estuvo a cargo del investigador.

3.4. Procedimientos y análisis de datos

La tabulación de la información se realizó mediante cuadros de dos indicadores, el primer indicador con tres índices, el segundo con dos índices, datos tomados en los dos meses de aplicación del cuestionario.

El análisis de la información comprendió el uso de la estadística descriptiva, expresándose los resultados en frecuencias, porcentajes y cantidades, lo que permitió describir el comportamiento de la variable de estudio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Datos generales

La recolección de los datos ha permitido tener un perfil demográfico de las personas que se acercan a realizar la compra de varios tipos de combustibles y diferentes cantidades cada vez que acude al servicentro de la ciudad de Iquitos.

El segmento de mayor presencia en el consumo de combustibles en estos servicentros está constituida por las personas de 25 a 40 años, el 42,45% del total, y ellos llegan mayormente en vehículos de tres ruedas, denominado “motocarro” el que es utilizado como fuente de trabajo diario y de modo continuo durante buena cantidad de horas del día o noche; su consumo es pequeñas cantidades porque depende de su ingreso logrado en el día.

Hay un importante segmento formado por jóvenes, menores de 25 años, cerca de la tercera parte, 32.29%, que maneja un vehículo lineal, particularmente motocicleta de dos ruedas. Y dentro de ellos hay una alta presencia de la mujer.

Tabla 3
Consumidores de combustibles, por edad y sexo, 2025

	Hombre	Mujer	Total	Cantidad
Menor de 25 años	5.99%	26.30%	32.29%	124
25 a 40 años	29.17%	13.28%	42.45%	163
Mayor de 40 años	15.10%	10.16%	25.26%	97
Total	50.26%	49.74%	100.00%	384
Cantidad	193	191	384	

Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

A fin de cumplir con los códigos de integridad científica, se aplicó una pregunta sobre la decisión de participar o no en ella, y frente a una respuesta negativa, terminaba la encuesta.

Los resultados señalan que una pequeña, pero importante, cantidad de clientes de los servicentros de la ciudad de Iquitos, 16,67%, consideró que no tenía interés en participar, explicado por no tener tiempo en ese momento.

Tabla 4
Actitud de consumidores a responder la encuesta, por sexo, 2025

	Hombre	Mujer	Total	Cantidad
Si contestaron la encuesta	46.61%	36.72%	83.33%	320
No contestaron la encuesta	3.65%	13.02%	16.67%	64
Total	50.26%	49.74%	100.00%	384
Cantidad	193	191	384	

Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

Tabla 5
Actitud de consumidores a responder la encuesta, por edad, 2025

	Menor de 25 años	25 a 40 años	Mayor de 40 años	Total	Cantidad
Si contestaron la encuesta	29.95%	31.25%	22.14%	83.33%	320
No contestaron la encuesta	3.39%	10.16%	3.13%	16.67%	64
Total	32.29%	42.45%	25.26%	100.00%	384
Cantidad	124	163	97	384	

Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

4.2. Actitud del consumidor

Se ha constituido en un derecho, más no en una obligación, del cliente la acción de solicitar un comprobante de pago en cada de sus compras que realiza en su vida diaria.

El buen conocimiento del derecho todavía se mantiene reducido en los tres tipo de documentos, el ticket electrónico tiene el mejor resultado, 14,38%. Estos resultados mejoran cuando se agrega la calificación de regular conocimiento, llegando este documento algo mayor del 50% del total.

Trabajando con estos grupos de calificaciones, bueno y regular conocimiento, el conocimiento a exigir la boleta de venta, cerca de 40% del total lo tiene.

Tabla 6
Conocimiento de los siguientes comprobantes de pago que puede solicitar al comprar combustible en un servicentro, 2025

Comprobantes de pago	Ningún conocimiento	Algún conocimiento	Regular conocimiento	Buen conocimiento	Total %
Factura	32.19%	47.19%	14.06%	6.56%	100.00%
Boleta de venta	19.69%	40.63%	31.88%	7.81%	100.00%
Ticket electrónico	18.75%	30.00%	36.88%	14.38%	100.00%

Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

El buen conocimiento del derecho a exigir la entrega, se reduce cuando se preguntó sobre el conocimiento de las características que debe cumplir el documento y de los usos que puede darse, explicado en capítulo anterior.

Es muy reducido el buen conocimiento de los tres tipo de documentos, factura, boleta de venta y ticket con 0,31%, 4,06% y 3,13% respectivamente. Estos resultados mejoran bastante cuando se agrega la calificación de regular conocimiento, escenario en el cual la boleta de venta alcanza cerca del 25% del total.

Trabajando con estos grupos de calificaciones, bueno y regular conocimiento, el conocimiento a exigir la boleta de venta, cerca de 25% del total.

Otro documento que alcanza un buen y regular performance es el ticket electrónico, cerca del 22% así lo señalan, considerando que su utilidad en la vida diaria o en los negocios es reducido.

Tabla 7
Conocimiento de las características del comprobante de pago, 2025

Comprobantes de pago	Ningún conocimiento	Algún conocimiento	Regular conocimiento	Buen conocimiento	Total
Factura	54.06%	35.63%	10.00%	0.31%	100.00%
Boleta de venta	35.94%	39.06%	20.94%	4.06%	100.00%
Ticket electrónico	40.63%	37.50%	18.75%	3.13%	100.00%

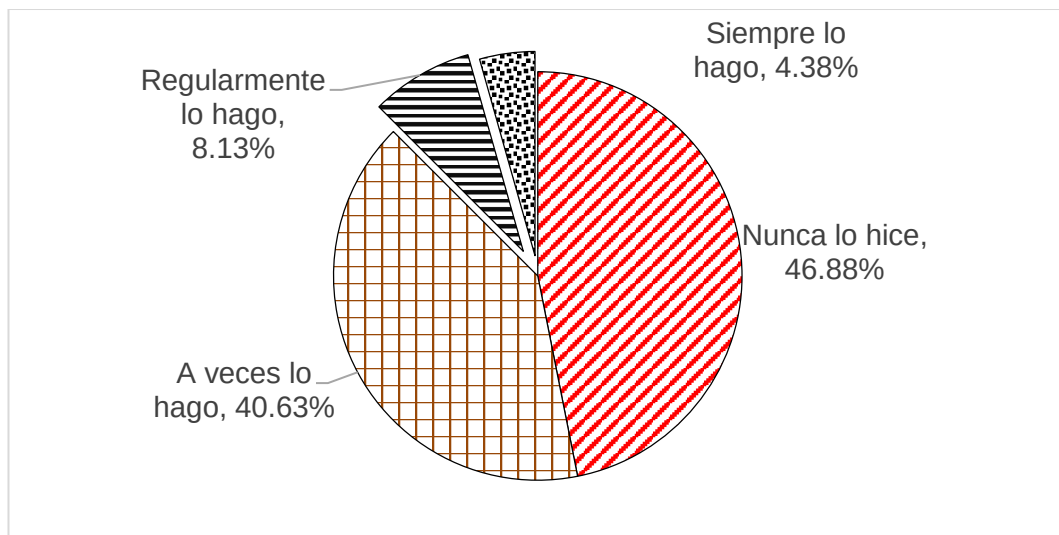
Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

Hay una secuencia de acciones en la decisión de compra, y ella empieza con conocer el derecho de solicitarlo, luego el conocimiento técnico de su usos, y luego en la acción de pedirlo, como una iniciativa propia, si no es entregado.

Un alto porcentaje de los clientes señala que nunca lo ha pedido sino lo entregaron, el 46,88%, explicado su indiferencia ante el desconocimiento de su derecho de exigirlo y ante el desconocimiento de sus usos como documento contable y tributario.

Hay un pequeño, pero importante segmento de quien siempre o regularmente lo hace, frente a un escenario de no ser entregado, algo más del 12% así lo señala.

Gráfico 1
Solicita comprobante de pago al realizar la compra en un servicentro de combustible, 2025



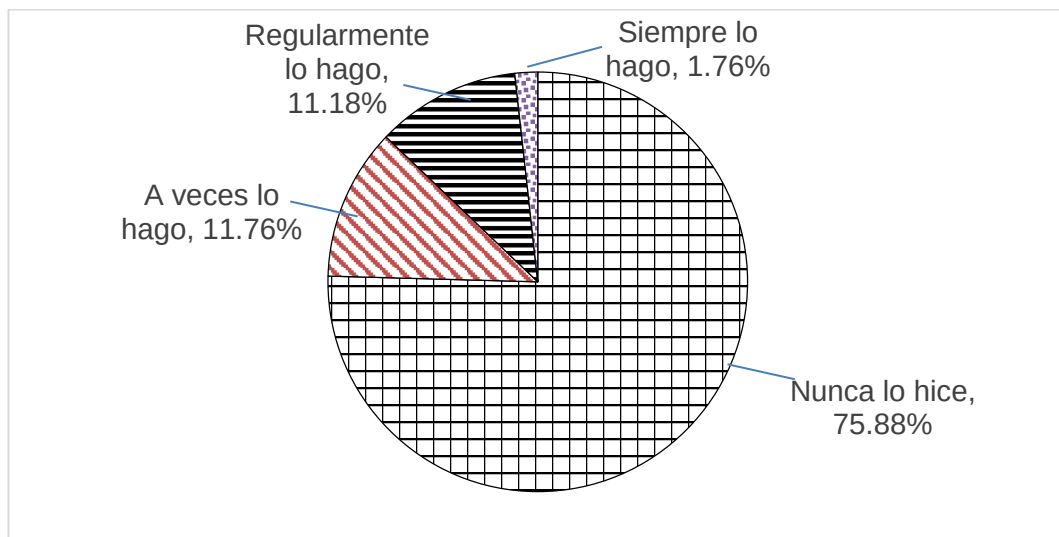
Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

Otra acción que realiza el cliente en su decisión de compra, es revisar el documento que solicitó o le entregaron por acción rutinaria en el vendedor, a fin de identificar datos importantes que expliquen el producto para responder si alguien le dio esa tarea de hacerlo, o con fines contables y tributarios.

Un porcentaje sumamente de los clientes señala que nunca lo ha revisado cuando lo entregaron o lo pidió, el 75,88%, explicado también por el desconocimiento de sus usos como documento contable y tributario, similar a lo explicado en la pregunta anterior.

Hay un pequeño, pero importante segmento formado por quienes siempre o regularmente lo revisan, algo más del 13% así lo señala, explicado porque se ha detectado que muchos negocios entregan documentos sin tener interconexión con la SUNAT.

Gráfico 2
Observa los detalles al solicitar comprobante de pago al realizar la compra en un servicentro de combustible, 2025



Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

Tal como se explicó en capítulo anterior, las compras de bienes o servicios deben reflejarse en un documento, comprobante, para ser utilizado en varios fines, según quien lo hace.

Para la persona, la regular y buena utilidad tributaria, es reducida, más del 9% del total así lo señala, explicado por que el cliente es un profesional que por el nivel alto de ingresos puede utilizarlo para reducir el pago de su impuesto a la renta anual, según determinadas compras explicadas en las normas tributarias.

La utilidad tributaria para el negocio ocurrirá si el vehículo para el cual compra forma parte del activo de un negocio, algo más del 26% recibe calificación de regular y buena utilidad. La más alta calificación está en que al exigir contribuye con la sociedad, sus impuestos sirven para la inversión en infraestructura o servicios de seguridad ciudadana, más del 56% tienen esta calificación.

Tabla 8
Utilidad tributaria al hecho de solicitar comprobante de pago en un
servicentro de combustible, 2025

Utilidad tributaria	Ninguna utilidad	Alguna utilidad	Regular utilidad	Buena utilidad	Total %
Utilidad tributaria como persona	70.63%	20.00%	6.88%	2.50%	100.00%
Utilidad tributaria para los negocios	39.69%	34.06%	16.56%	9.69%	100.00%
utilidad tributaria para la sociedad	18.75%	24.69%	32.19%	24.38%	100.00%

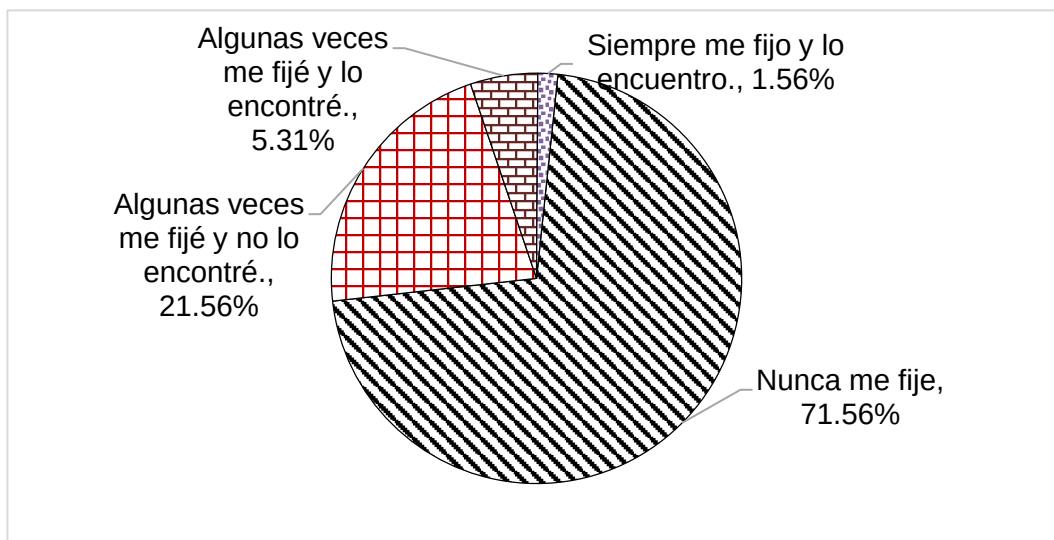
Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

4.3. Actitud del vendedor

El vendedor asume determinado comportamiento en el proceso de la transacción comercial de la venta, como son las obligaciones de contribuir a la buena cultura tributaria en sí mismo como en su cliente. Una de las obligaciones está en mostrar un letrero donde le recuerda al cliente que tiene un derecho de exigir, y que debe ubicarse en lugares visibles durante la permanencia del cliente en el servicentro de combustibles para llamar su atención.

Un porcentaje sumamente alto, el 71,56% de los clientes señala que nunca se fijó en ese detalle, su permanencia es de reducido tiempo, y es un acto rutinario acerca al punto de venta, y su concentración está puesto en otros temas.

Gráfico 3
Al ingresar y comprar combustible en un servicentro, observó la existencia del afiche “exija comprobante”, 2025

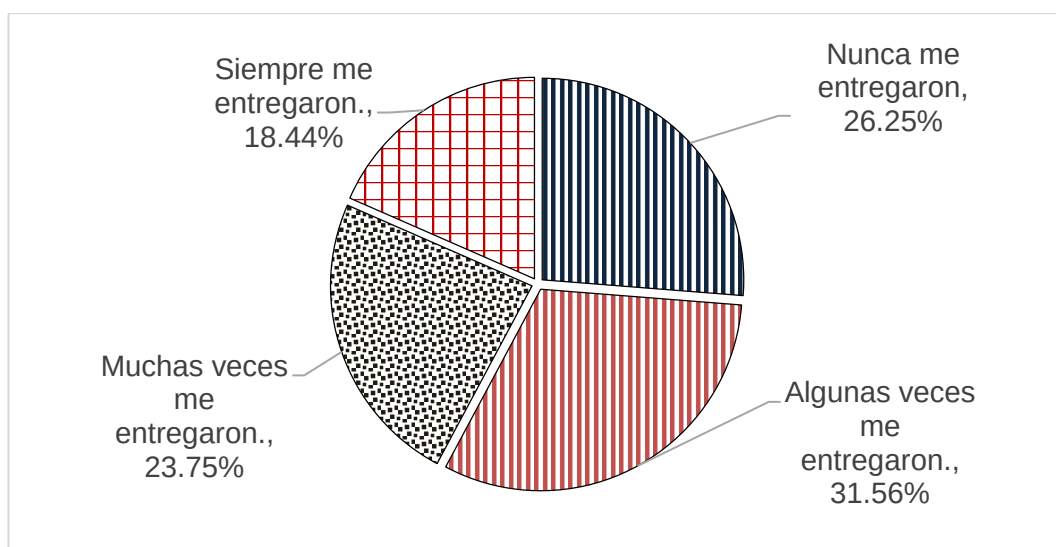


Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

A pesar de las obligaciones establecidas por la SUNAT para la entrega del comprobante de pago, muchos negocios no lo hacen por varios motivos, están trabajando en la ilegalidad comercial, o es tan pequeño la compra del cliente para su vehículo, caso de los “motocarros”, quien en cantidades reducidas “dos o tres soles de gasolina”, que el esfuerzo a realizare es más grande, y por lo tanto no ocurre la entrega del documento.

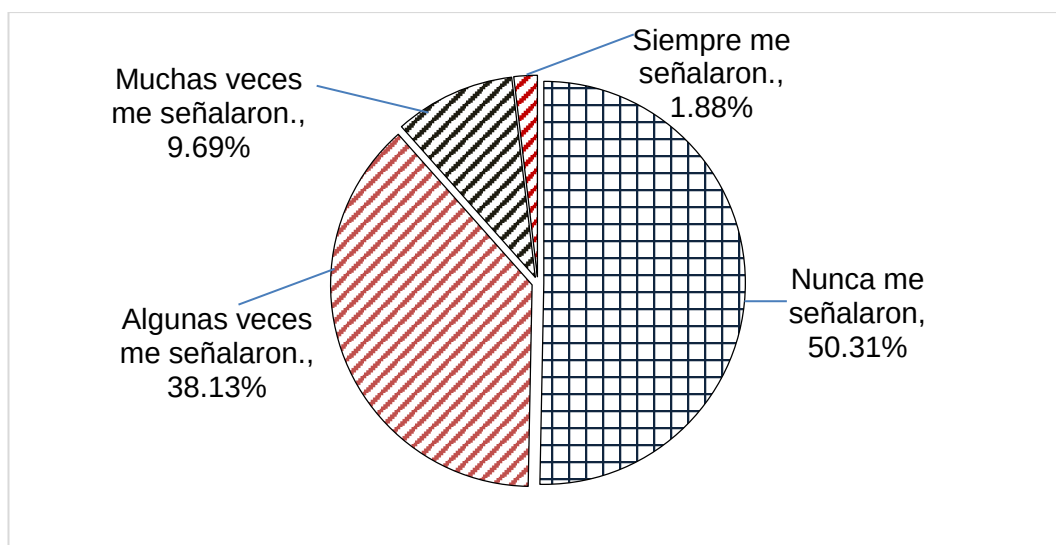
Un porcentaje importante, el 26,25% de los clientes señalaron que nunca lo entregaron el comprobante.

Gráfico 4
Entrega por el vendedor de comprobante pago al comprar en un servicentro de combustible, 2025



Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

Gráfico 5
Ofrecimiento de alternativa de comprobante de pago al realizar la compra en un servicentro de combustible, 2025



Fuente: encuesta aplicada a clientes, ciudad de Iquitos, octubre 2025

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- a. Referidas al primer objetivo específico, el comportamiento del usuario se expresa tiene un buen y regular conocimiento del derecho de exigir la entrega del comprobante, cerca de 40% del total lo tiene. Este grupo de respuestas es menor cuando se preguntó sobre el conocimiento de las características que debe cumplir el documento y de los usos que puede darse, la boleta de venta alcanza la calificación de bueno y regular conocimiento en cerca de 25% del total. Un alto porcentaje de los clientes señala que nunca lo ha pedido sino lo entregaron, el 46,88%, pero, hay un pequeño segmento de quien siempre o regularmente lo hace, algo más del 12% así lo señala. Respecto a la revisión del documento, el 75,88% nunca lo ha hecho, explicado también por el desconocimiento de sus usos como documento contable y tributario; un pequeño segmento, algo más del 13% si lo hace. Las personas consideran que la buena y regular utilidad tributaria, algo más del 56% está en que al exigir está contribuyendo con la sociedad, para la inversión en infraestructura o cubrir diversos servicios.
- b. Respecto al segundo objetivo específico, un segmento de la población de clientes muy grande, el 71,56%, señala que nunca se fijó en ese detalle, de la existencia del afiche “exija comprobante”, le es indiferente, su acceso al punto de venta es rutinario, y está concentrado en otros temas. Muchos negocios no hacen entrega del comprobante, el 26,25% de los clientes señalaron que nunca lo entregaron el comprobante. Asimismo, el 50,31% señaló que nunca lo ofrecieron la alternativa de elegir entre diversos tipos de documentos.

5.2. Recomendaciones

- a. Es fundamental realizar un diagnóstico del comportamiento del consumidor en transacciones rutinarias, como la compra de combustibles líquidos, donde el interés se centra en resolver una necesidad inmediata. Para fortalecer la cultura tributaria en este sector, se recomienda que la SUNAT, en coordinación con los gobiernos municipales, implemente campañas educativas orientadas a incentivar la exigencia del comprobante de pago y desarrolle estrategias operativas que contribuyan a mejorar la recaudación. Asimismo, se sugiere retomar iniciativas de incentivos, como premiaciones económicas por exigir comprobantes, adaptadas al entorno digital mediante el uso de bases de datos y registros electrónicos de compra, incorporando beneficios tributarios, como deducciones en el impuesto a la renta por gastos personales debidamente sustentados, que generen un incentivo económico directo al consumidor y promuevan el cumplimiento tributario de los establecimientos, motivando la participación ciudadana.
- b. La SUNAT debe considerar los factores que inciden en la evasión tributaria en cada sector económico, con el fin de diseñar políticas diferenciadas que fomenten la transparencia y fortalezcan la confianza del contribuyente. Asimismo, se recomienda que el Gobierno Central, junto con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), establezca lineamientos claros y asignación presupuestaria adecuada para fortalecer la capacidad operativa de la SUNAT. Por otro lado, se propone que las empresas del sector también reciban incentivos por su buen comportamiento tributario, mediante reconocimientos a la atención con responsabilidad social, complementando las sanciones ya vigentes por la no entrega del comprobante de pago.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bautista Teodoro, Gaby Susy (2019). *La cultura tributaria y la acción de control de la Sunat en la evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes del mercado modelo de Tingo María*. [Tesis para contador público, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María]. Disponible en: <http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1587>
- Flores Gallegos, Jorge. 2025. CDP: La Obligación Formal de Emitir Comprobantes de Pago según el Decreto Ley N° 25632. Portal, Lex Analítica, 18 de abril de 2025. <https://lexanalitica.blogspot.com/2025/04/cdp-la-obligacion-formal-de-emitir.html>
- Grifos.net.pe, s.f. Control de combustible: El gran problema de las empresas de transporte. Portal.
- Huaraka Mendoza, Luz; Quispe Mogrovejo, Lucero.2023. La obligatoriedad de la facturación electrónica y su incidencia en la rentabilidad de las imprentas del distrito de Cusco, periodo 2021 - 2022. [Tesis para contador público, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Perú]. En: <http://hdl.handle.net/20.500.12918/7885>
- Hurtado Barazorda, K., Estrada Araoz, E. G., Gallegos Ramos, N. A., & Velásquez Giersch, L. (2023). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de Puerto Maldonado, Perú. *Revista Universidad y Sociedad*, 15(2), 187-193. <http://www.scielo.sld.cu/pdf/rus/v15n2/2218-3620-rus-15-02-187.pdf>
- Komm, Asmus; Mayol, Fernanda; Gandhi, Neeles; Durth, Sandra; Kiefer, Jasmin. 2025. *Un nuevo modelo operativo para la gestión de personas más personal tecnológico y humano*. Portal Mckinsey & Company, 7 de febrero de 2025. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/un-nuevo-modelo-operativo-para-la-gestion-de-personas-mas-personal-tecnologico-y-humano/es#/>
- Luna Palacios, José Eladio.2024. *La cultura tributaria y las infracciones y sanciones tributarias en las Mypes del sector alimenticio de la provincia constitucional del Callao*. [Tesis para contador público, Universidad Nacional del Callao, Callao]. En: <https://hdl.handle.net/20.500.12952/8738>
- Morris, Eddie; Díaz, José; Marco, Elizabeth; Montenegro, Carlos. Comercialización de combustibles: modelo de solución tecnológica. –

Lima: Universidad ESAN, 2010. – 129 p. – (Serie Gerencia para el Desarrollo; 18)

OECD (2021), *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo, segunda edición*, OECD Publishing, Paris,
<https://doi.org/10.1787/17a3eabd-es>.

Osinermin. 2024. *Demanda de diesel, gasolinas y gasoholes por departamento y actividad*. Disponible en:
<https://www.osinermin.gob.pe/empresas/hidrocarburos/scop/documentos-scop>

Osinermin. 2024. *Demanda nacional de combustibles líquidos por departamento*. Disponible en:
<https://www.osinermin.gob.pe/empresas/hidrocarburos/scop/documentos-scop>

Pacheco Carrascal, Maira Alejandra. 2017. *Aportes de la economía conductual a la comprensión del comportamiento tributario: Una aproximación al caso de los contribuyentes en la ciudad de Bogotá*. [Tesis para magister en administración, Universidad Nacional del Colombia].
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/63794>

Perez Cabellos, Junior William (2018). *Los comprobantes de pago electrónicos SUNAT y los costos de proceso de facturación en la compañía SSK Ingeniería y Construcción en el periodo 2017*. [Tesis para contador público, Universidad Nacional del Callao, Callao].
En: <https://hdl.handle.net/20.500.12952/3313>

SUNAT. 2021. Comprobantes de pago electrónico (CPE). Portal institucional. En: <https://cpe.sunat.gob.pe/sites>

Anexo 1 CUESTIONARIO

DATOS GENERALES

I. Sexo: Hombre ☐ 1 Mujer ☐ 2

II. Edad:
 a. Menor de 25 años. ☐ 1
 b. 25 hasta 40 años. ☐ 2
 c. Mayor de 40 años. ☐ 3

III. ¿Tiene interés en responder la presente encuesta? Si ☐ 1 No ☐ 2
Si respondió NO, termina la encuesta.

1. Indique el conocimiento de los siguientes comprobantes de pago que puede solicitar al comprar combustible en un servicentro.

	Ningún conocimiento	Algún conocimiento	Regular conocimiento	Buen conocimiento
1.1 Factura	1	2	3	4
1.2 Boleta de venta	1	2	3	4
1.3 Ticket electrónico	1	2	3	4

2. Indique el conocimiento de las características que debe tener el comprobante de pago

	Ningún conocimiento	Algún conocimiento	Regular conocimiento	Buen conocimiento
2.1 De la factura	1	2	3	4
2.2 De la boleta de venta	1	2	3	4
2.3 Del ticket electrónico	1	2	3	4

3. Al realizar su compra de combustible, ¿solicitó el comprobante de pago?

a. Nunca lo hice ☐ 1
 b. A veces lo hago. ☐ 2
 c. Regularmente lo hago. ☐ 3
 d. Siempre lo hago. ☐ 4

Si respondió, *Nunca lo hice*, pasar a la pregunta 5

4. Al solicitar el comprobante de pago, ¿observó los detalles del comprobante de pago?

a. Nunca lo hice ☐ 1
 b. A veces lo hago. ☐ 2
 c. Regularmente lo hago. ☐ 3
 d. Siempre lo hago. ☐ 4

5. Indique la utilidad tributaria para usted como persona el hecho de solicitar comprobante de pago:
- | | | |
|----------------------|--------------------------|---|
| a. Ninguna utilidad | ☐ | 1 |
| b. Alguna utilidad. | ☐ | 2 |
| c. Regular utilidad. | ☐ | 3 |
| d. Buena utilidad. | ☐ | 4 |
6. Indique la utilidad tributaria para los negocios el hecho de solicitar el comprobante de pago:
- | | | |
|----------------------|--------------------------|---|
| a. Ninguna utilidad | ☐ | 1 |
| b. Alguna utilidad. | ☐ | 2 |
| c. Regular utilidad. | ☐ | 3 |
| d. Buena utilidad. | ☐ | 4 |
7. Indique la utilidad tributaria para la sociedad el hecho de solicitar el comprobante de pago:
- | | | |
|----------------------|--------------------------|---|
| a. Ninguna utilidad | ☐ | 1 |
| b. Alguna utilidad. | ☐ | 2 |
| c. Regular utilidad. | ☐ | 3 |
| d. Buena utilidad. | ☐ | 4 |
8. Al ingresar y comprar combustible en un servicentro, ¿observó la existencia del afiche “exija comprobante” cerca de usted?:
- | | | |
|--|--------------------------|---|
| a. Nunca me fije | ☐ | 1 |
| b. Algunas veces me fijé y no lo encontré. | ☐ | 2 |
| c. Algunas veces me fijé y lo encontré. | ☐ | 3 |
| d. Siempre me fijo y lo encuentro. | ☐ | 4 |
9. Al ingresar y comprar combustible en un servicentro, ¿le entregaron el comprobante de pago?:
- | | | |
|---------------------------------|--------------------------|---|
| a. Nunca me entregaron | ☐ | 1 |
| b. Algunas veces me entregaron. | ☐ | 2 |
| c. Muchas veces me entregaron. | ☐ | 3 |
| d. Siempre me entregaron. | ☐ | 4 |
10. Al ingresar y comprar combustible en un servicentro, ¿le señalaron la alternativa del tipo de comprobante de pago que puede tener?:
- | | | |
|---------------------------------|--------------------------|---|
| a. Nunca me ofrecieron | ☐ | 1 |
| b. Algunas veces me ofrecieron. | ☐ | 2 |
| c. Regularmente lo ofrecen. | ☐ | 3 |
| d. Siempre lo ofrecen. | ☐ | 4 |

Anexo 2
MONOGRAFÍA CONTABLE
COMPRA Y VENTA DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS – IQUITOS, 2025

El presente caso práctico forma parte de la tesis y las operaciones simuladas de una empresa ficticia con fines académicos, correspondientes a las ventas del mes de agosto de 2025, en una zona exonerada del IGV.

1. Información general: SERVICENTRO ATENEA S.R.L. (RUC N.º 20528222123) es una empresa dedicada a la venta al por menor de combustibles, ubicada en el distrito de San Juan Bautista, provincia de Maynas, región Loreto. Lleva los libros contables Diario, Mayor e Inventarios y Balances, y opera bajo el régimen de exoneración del IGV según la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

Para el análisis se consideraron como datos iniciales: caja S/ 25,000; bancos S/ 35,000; inventarios S/ 120,000; capital social S/ 110,000; resultados acumulados S/ 30,000; y proveedores S/ 40,000. Durante el mes se registraron compras por S/ 60,000, ventas al contado por S/ 90,000 y gastos operativos por S/ 30,000, obteniéndose una utilidad neta de S/ 14,100 luego del reconocimiento del Impuesto a la Renta.

2. Desarrollo del Caso Práctico Contable

2.1 Asiento de Apertura – 01/01/2025

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
101 Caja	25,000	
1041 Cuentas corrientes operativas (Banco)	35,000	
201 Combustibles	120,000	
4212 Proveedores – Combustibles		40,000
591 Resultados acumulados		30,000
501 Capital social		110,000
TOTAL	180,000	180,000

Glosa: Registro de los activos, pasivos y patrimonio inicial del servicentro al inicio del ejercicio contable 2025.

2.2 Compra de combustible – agosto 2025 (exonerado IGV)

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
201 Combustibles	60,000	
421 Proveedores- Combustibles		60,000

Glosa: Compra de combustible destinada a ventas posteriores, exonerada del IGV conforme a la Ley de la Amazonía.

2.3 Ventas y Costo de Ventas de combustible – Agosto de 2025

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
101 Caja	90,000	
70121 Ventas de combustibles		90,000
691 Costo de Ventas – Combustibles	40,000	
201 Combustibles		40,000

Glosa: Registro de ventas al contado de agosto 2025, mostrando el costo de ventas correspondiente a los combustibles vendidos.

2.4 Gastos operativos pagados – agosto 2025

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
63 Gastos de servicios prestados por terceros	30,000	
101 Caja		30,000

Glosa: Registro de gastos administrativos y operativos pagados en efectivo.

2.5 Reconocimiento del Impuesto a la Renta – agosto 2025

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
881 Gastos por Impuesto a la Renta	5,900	
4017 Impuesto a la Renta por pagar		5,900

Glosa: Reconocimiento del IR del periodo (29.5%).

3. Libro Diario (resumen)

<i>Cuenta</i>	<i>Debe (S/)</i>	<i>Haber (S/)</i>
101 Caja	115,000	30,000
1041 Cuentas corrientes – Banco	35,000	
201 Combustibles (Inventarios)	180,000	40,000
4212 Proveedores - Combustibles		100,000
70121 Ventas de combustibles		90,000
691 Costo de ventas- Combustibles	40,000	
63 Gastos operativos	30,000	
881 Gasto por IR	5,900	
4017 IR por pagar		5,900
501 Capital social		110,000
591 Resultados acumulados		30,000
TOTALES	435,900	435,900

Nota: Para efectos académicos, los asientos del Libro Diario se presentan agrupados por períodos (enero y agosto), manteniendo coherencia lógica con el desarrollo del caso práctico.

4. Libro Mayor

Período: Enero – Agosto 2025

Moneda: Soles (S/)

☐ Cuenta 101 – Caja

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Saldo inicial	25,000	–	25,000 D
10/08/2025	Ventas al contado	90,000	–	115,000 D
20/08/2025	Gastos operativos	–	30,000	85,000 D

✓ Saldo final Caja: S/ 85,000

☐ Cuenta 104 – Bancos

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Saldo inicial	35,000	–	35,000 D

✓ Saldo final Bancos: S/ 35,000

☐ Cuenta 201 – Mercaderías (Combustibles)

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Inventario inicial	120,000	–	120,000 D
05/08/2025	Compra combustibles	60,000	–	180,000 D
10/08/2025	Costo de ventas	–	40,000	140,000 D

✓ Inventario final: S/ 140,000

☐ Cuenta 421 – Proveedores

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Saldo inicial	–	40,000	40,000 A
05/08/2025	Compra combustibles	–	60,000	100,000 A

✓ Saldo Proveedores: S/ 100,000

☐ Cuenta 701 – Ventas de Combustibles

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
10/08/2025	Ventas del mes	–	90,000	90,000 A

☐ Cuenta 691 – Costo de Ventas

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
10/08/2025	Costo combustibles vendidos	40,000	–	40,000 D

☐ Cuenta 63 – Gastos Operativos

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
20/08/2025	Gastos operativos	30,000	–	30,000 D

☐ Cuenta 88 – Impuesto a la Renta

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
31/08/2025	IR del periodo	5,900	–	5,900 D

☐ Cuenta 401 – Impuesto a la Renta por Pagar

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
31/08/2025	IR por pagar	–	5,900	5,900 A

☐ Cuenta 59 – Resultados Acumulados

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Saldo ejercicios anteriores	–	30,000	30,000 A

☐ Cuenta 50 – Capital Social

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
01/01/2025	Capital aportado	–	110,000	110,000 A

☐ Cuenta 89 – Resultado del Ejercicio

Fecha	Glosa	Debe	Haber	Saldo
31/08/2025	Cierre del resultado	–	14,100	14,100 A

5. Estados financieros – 31/08/2025

5.1 Estado de Situación Financiera

<i>ACTIVO</i>	<i>S/</i>	<i>PASIVO Y PATRIMONIO</i>	<i>S/</i>
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
<i>Caja</i>	85,000	Proveedores	100,000
<i>Banco</i>	35,000	Impuesto a la Renta por Pagar	5,900
<i>Inventario – Combustibles</i>	140,000	Total Pasivo Corriente	105,900
Total Activo Corriente	260,000	Total Pasivo	105,900
		PATRIMONIO	
		Capital Social	110,000
		Resultados Acumulados	30,000
		Utilidad del Ejercicio	14,100
		Total Patrimonio	154,100
TOTAL ACTIVO	260,000	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	260,000

Nota: Los activos, pasivos y patrimonio reflejan los movimientos de caja, bancos, inventarios, capital inicial, compras, ventas y pagos a proveedores del mes de agosto 2025.

5.2 Estado de Resultados – Agosto 2025

<i>Concepto</i>	<i>Importe S/</i>
<i>Ventas de combustibles</i>	90,000
<i>(–) Costo de ventas</i>	(40,000)
<i>Utilidad bruta</i>	50,000
<i>(–) Gastos operativos</i>	(30,000)
<i>Utilidad antes de IR</i>	20,000
<i>(–) Impuesto a la Renta (29.5 %)</i>	(5,900)
<i>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</i>	14,100

Nota: Los gastos operativos incluyen administración y operación del servicentro durante agosto 2025.

5.3 Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

<i>Concepto</i>	<i>Capital Social</i>	<i>Resultados Acumulados</i>	<i>Resultado del Ejercicio</i>	<i>Total</i>
<i>Saldo inicial 01/01/2025</i>	110,000	30,000	–	140,000
<i>Utilidad neta agosto 2025</i>	–		14,100	14,100
<i>Saldo final 31/08/2025</i>	110,000	30,000	14,100	154,100

Nota: Refleja el efecto de las utilidades generadas en agosto 2025 sobre el patrimonio del servicentro.

Anexo 3
Servicentros de combustibles, distrito Iquitos, al 2025

GRIFOS E INVERSIONES CERRON E.I.R.L.	CESAR CALVO DE ARAUJO ESQUINA CON CALLE ESTADO DE ISRAEL
NEGOCIACIONES JESSMARA E.I.R.L.	PUERTO DE LAO, MARGEN IZQUIERDA DEL RIO AMAZONAS
INVERSIONES Y REPRESENTACIONES ROMA E.I.R.L.	MARGEN DERECHA DEL RIO ITAYA
NEGOCIACIONES JESSMARA E.I.R.L.	YAVARI 1572, ESQUINA CON PASAJE LAS CASTAÑAS
SERVICIOS E INVERSIONES JM VASQUEZ S.A.C.	PASAJE AGUILES MARTINEZ MZ. A, LOTE 1 - AAHH JAVIER PEREZ DE CUELLAR
LA ESTACIÓN CALVO DE ARAUJO S.A.C.	CALVO DE ARAUJO MZ. A LT. 1- ESQUINA CON LA CALLE RAUL PILLCO PEREZ
ESTACION Y MULTISERVICIOS ECOPETRO EIRL	P.J. SAN ANTONIO ETAPA 3RA MZ. D LT 1 CRUCE AV. SAN ANTONIO CON CALLE MISTI
SERVICENTRO MAX S.R.L.	SAMANEZ OCAMPO N° 601, ESQUINA CON CALLE TAVARA WEST N° 500
GRIFO SAN JOSE S.R.L.	GONZALES VIGIL N°101 (Ex AV. DEL EJERCITO)
COMPAÑIA OPERADORA DE LA SELVA S.A.	ESQUINA CALLE FANNING CON CALLE CALVO DE ARAUJO N° 801
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES CESAR S.R.L.	PABLO ROSELL ESQ. CON AV. FREYRE
GRIFO FLOTANTE MARIA EUGENIA EIRL	PUTUMAYO MZ. H LT. 32; PUEBLO JOVEN STADIUM; ETAPA STADIUM
INVERSIONES SAN CARLOS S.A.	AV. LA MARINA N° 185
CHEVROLANE IMPORT S.A.C.	AV. ALMIRANTE MIGUEL GRAU SEMINARIO N° 1399 C/ JR. JOSE GALVEZ N° 466
ESTACION BIO E.I.R.L.	RICARDO PALMA 698 MZ C LOTE 13
ROCIO AMPARO SIMONS NAVARRO	CESAR CALVO DE ARAUJO ESQUINA CON CALLE MANCO CAPAC
PETROPERU S.A.	ESQUINA LORETO Y FIZTCARRALD
ESTACIÓN SERVICIO SAN ANTONIO	CALLE SAN ANTONIO CON CALLE AMAZONAS S/N MZ. 4, LOTES 1 Y 2
ESTACION BIO E.I.R.L.	MOORE N° 1180
GRIFO MORONA COCHA E.I.R.L.	AV. EJERCITO N° 200
SERVICENTRO SAN MARCOS SRL	AV. MARISCAL CACERES N° 2186
INVERSIONES MILUSKA S.A.C.	YAVARÍ N° 1298 ESQ. CON CALLE MI PERU

INVERSIONES SHARIS S.A.C	ATLANTIDA N° 1201-1207 CON CALLE ABTAO N° 1275-1281
INVERSIONES DASHITA S.A.C.	LIBERTAD N° 710. CON BOLOGNESI
VIME S.A.	CONDAMINE N° 178 CON CALLE NAUTA N° 385-389
RIFO PUTUMAYO E.I.R.L.	PUTUMAYO N° 1678 ESQ. CON CALLE MAGDALENA NUEVA
CETP S.A.C.	RAMON CASTILLA ESQ. CON AV. MARISCAL CACERES
SERVICENTRO CESAR S.R.L.	ALFONSO UGARTE N° 700-712 ESQ. CON BOLOGNESI N° 1296
SERVICENTRO FANNING E.I.R.L.	ESQ. CALLE FANNING N° 696 CON MARISCAL CACERES
GRIFO FLOTANTE OTORONGO S.R.L.	PROLONGACION PUTUMAYO S/N ESQ. CON CALLE GARCIA CALDERON
SERVICENTRO DONATT O E.I.R.L.	AV. NAVARRO CAUPER ESQUINA CON PASAJE BELLO AMAZONAS MZ. D. LOTE 3
GRIFO PANCHITO E.I.R.L.	ALFONSO UGARTE N° 983 ESQ. CON JR. RUFINO ECHENIQUE

Fuente: OSINERGMIN, Facilito, agosto 2025

Anexo 4
Servicentros de combustibles, distrito Belén, al 2025

SERVIBEL MULTISERVICIOS S.R.L.	AV. PARTICIPACIÓN N° 1396
SERVICENTRO BELEN S.R.LTDA.	CALLE ELÍAS AGUIRRE N° 1403
SERVICENTRO MAX S.R.L.	AV. PARTICIPACIÓN, PARCELA 6, ZONA B, ASOCIACIÓN AGRARIA INCA ROCA
COMPAÑIA OPERADORA DE LA SELVA S.A.	AV. ABELARDO QUIÑONES N°845
WINS COMBUSTIBLES SRL	CALLE 4 MZ. "H" - LT. 05, URB. RIO MAR, 1ERA ZONA

Fuente: OSINERGMIN, Facilito, agosto 2025

Anexo 5
Servicentros de combustibles, distrito Punchana, al 2025

CORPORACION PETROAMAZONAS S.R.L	CALLE INDEPENDENCIA ESQUINA CON CALLE 3 DE OCTUBRE MZ. V1, LOTE 10
SERVICE PETROLEUM COMPANY E.I.R.L.	AV. 28 DE JULIO N° 659 – 661
SERVICE PETROLEUM COMPANY E.I.R.L.	CALLE LAS PALMAS N°185
GRIFO Y SERVICIO TRANSPORTES SANTO TOMAS E.I.R.L.	ESQUINA DE LA CALLE CUZCO N° 1012 CON CALLE BORJA N° 701
CORPORACION VASQUEZ E HIJOS S.A.C.	AV. LA MARINA N° 1814
PETRO IQUITOS S.A.C.	TRUJILLO ESQUINA CON LA CALLE MAYNAS
NEGOCIACIONES D&P S.A.C.	AV. 28 DE JULIO ESQUINA CON CALLE BUENOS AIRES
COMERCIAL IMPORTADORA MADRE SELVA S.A.C.	AV. LA MARINA N° 1996
COMERCIAL IMPORTADORA MADRE SELVA SAC	P.J. AGRUPAMIENTO DE VIVIENDAS PUNCHANA MZ "K" LOTE 11 Y 12
SERVICENTRO NANAY E.I.R.L.	AV LA MARINA KM. 4.5
GRIFO ROMEL S.R.L.	MARGEN DERECHA DEL RIO NANAY, BALNEARIO BELLAVISTA NANAY
GRIFO 28 DE JULIO E.I.R.L.	AV. 28 DE JULIO / INDEPENDENCIA
COMPAÑÍA OPERADORA DE LA SELVA S.A.	AV. LA MARINA N°944
GRIFO CESAR S.R.L.	AV. AUGUSTO FREYRE N°1625, ESQUINA CON CALLE TRUJILLO

Fuente: OSINERGMIN, Facilito, agosto 2025

Anexo 6
Servicentros de combustibles, distrito San Juan Bautista, al 2025

INVERSIONES INESITA S.A.C.	AV. ABELARDO QUIÑONES N° 492
CORPORACION PETROAMAZONAS S.R.L	CALLE POMA ROSA S/N, ESQUINA CON CALLE JERUSALEN
SERVICENTRO BELEN S.R.LTDA.	CARRETERA RUMOCOCHA KM. 1.75
INVERSIONES Y REPRESENTACIONES ROMA E.I.R.L.-IRROMA E.I.R.L.	CARRETERA SANTA CLARA KM 2.5
SERVICENTRO JAPAY E.I.R.L.	CALLE LOS ARENALES MZ Ñ LOTE 1
GRIFO Y SERVICIO TRANSPORTES SANTO TOMAS E.I.R.L.	CARRETERA SANTO TOMAS, KM 1, MZ. A, LTS. 1, 2, 3 Y 4 – AA.HH. AEROPUERTO
GRIFO Y SERVICIOS SANTA CLARA E.I.R.L.	CALLE GRAU CON PASAJE RUBIO, CASERIO SANTA CLARA DE NANAY
INVERSIONES R. ORTIZ E.I.R.L.	AV. JOSE ABELARDO QUIÑONES MZ P LOTE 7 AAHH FRANCISCO SECADA VIGNETA ESQUINA CON CALLE CORPAC
STRONG AND HAPPY GIRLS INVERSIONES S.A.C.	CALLE 08 DE OCTUBRE O-1A CARRETERA VARGAS GUERRA- CASERIO SANTA CLARA DE NANAY
PETRO IQUITOS S.A.C.	CARRETERA IQUITOS - NAUTA KM. 1.0
COMPAÑIA OPERADORA DE LA SELVA	AV. ABELARDO QUIÑONES KM. 1.5
SERVICENTRO TVA E.I.R.L.	PARTICIPACIÓN KM.. 3 S/N, PARCELA A-2, ASOCIACIÓN AGRARIA INCA ROCA
CORPORACION VASQUEZ SANDI S.A.C.	PROLONGACION MOORE MZ. R LT. 8 (AV. PARTICIPACION)
GRIFO FLOTANTE MARIA EUGENIA EIRL	CARRETERA IQUITOS NAUTA KM. 5.5, QUISTOCOCHA
ROCIO AMPARO SIMONS NAVARRO	CALLE 1 ESQUINA CON CALLE 6, CARRETERA IQUITOS-NAUTA KM. 2.5
GRIFO LAS COLINAS SRL	ABELARDO QUIÑONES KM 2.5 CON CALLE LOS FRUTALES MZ. D LOTES 01 Y 02-A
SERVICENTRO ATENAS E.I.R.L.	CARRETERA A NAUTA N° 797 ESQUINA CON LA AV. DE LA PARTICIPACION
SERVICENTRO LA HACIENDA E.I.R.L.	CARRETERA IQUITOS NAUTA KM 3
SERVICENTRO VILUSSA S.A.C.	AV. ABELARDO QUIÑONES N° 4520
SERVICENTRO VARSOVIA E.I.R.L.	AV. ABELARDO QUIÑONEZ KM 1.7 ESQ. CON CALLE NUEVO SAN LORENZO

Fuente: OSINERGMIN, Facilito, agosto 2025