

UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE

ESCUELA DE POSTGRADO



Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores
y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad
Provincial de Cusco-2021

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

AUTORES

Helar Reynaldo Angeles Ramirez

Miguel Fernando Pumayali Aller

Yulder Florez Villasante

ASESORA

Carmen Rosa Valdivia Arenas

Lima, Perú

2023

METADATOS COMPLEMENTARIOS**Datos de los Autores****Autor 1**

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (opcional) | |

Autor 2

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (opcional) | |

Autor 3

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (opcional) | |

Autor 4

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (opcional) | |

Datos de los Asesores**Asesor 1**

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (Obligatorio) | |

Asesor 2

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |
| Número de Orcid (Obligatorio) | |

Datos del Jurado

Presidente del jurado

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |

Segundo miembro

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |

Tercer miembro

| | |
|-----------------------------------|--|
| Nombres | |
| Apellidos | |
| Tipo de documento de identidad | |
| Número del documento de identidad | |

Datos de la Obra

| | |
|--|--|
| Materia* | |
| Campo del conocimiento OCDE Consultar el listado: | |
| Idioma | |
| Tipo de trabajo de investigación | |
| País de publicación | |
| Recurso del cual forma parte (opcional) | |
| Nombre del grado | |
| Grado académico o título profesional | |
| Nombre del programa | |
| Código del programa Consultar el listado: | |

***Ingresar las palabras clave o términos del lenguaje natural (no controladas por un vocabulario o tesauro).**

**UNIDAD DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
COMERCIALES**
SUSTENTACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
ACTA N° 018-2023

Hoy, a los 30 días del mes de octubre del año 2023 a las 15:00 horas, en acto público mediante una sesión en línea en la plataforma Zoom, utilizada en forma oficial por la Escuela de Postgrado; se llevó a cabo el proceso de sustentación de tesis de:

ANGELES RAMIREZ HELAR REYNALDO

Quien expuso la tesis:

Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021

Ante el Jurado compuesto por los señores:

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| PRESIDENTE | Román Junior Balvín Azaña |
| SEGUNDO MIEMBRO | Grimaldo Querevalú Suárez |
| TERCER MIEMBRO | Carmen Rosa Valdivia Arenas |

Terminada su exposición, defendió su tesis durante 30 minutos frente al Jurado, públicamente, absolviendo las preguntas planteadas.

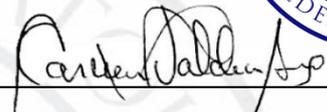
Al concluir el proceso establecido por la Escuela de Postgrado, el Jurado de Tesis, luego de la deliberación del caso, otorgó por unanimidad la mención de ___Probatus___ con la calificación de __15__.



Segundo Miembro



Presidente



Tercer Miembro



Estuvo presente como veedor del acto:

Fredo Arauzo Ramírez, Secretario Académico EPG-UCSS



Jesús María, 30 de Octubre del 2023

**UNIDAD DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
COMERCIALES**
SUSTENTACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
ACTA N° 019-2023

Hoy, a los 30 días del mes de octubre del año 2023 a las 15:00 horas, en acto público mediante una sesión en línea en la plataforma Zoom, utilizada en forma oficial por la Escuela de Postgrado; se llevó a cabo el proceso de sustentación de tesis de:

VILLASANTE YULDER FLOREZ

Quien expuso la tesis:

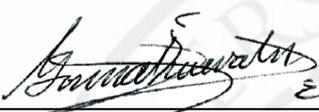
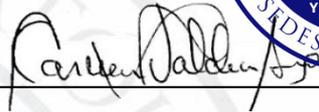
Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021

Ante el Jurado compuesto por los señores:

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| PRESIDENTE | Román Junior Balvín Azaña |
| SEGUNDO MIEMBRO | Grimaldo Querevalú Suárez |
| TERCER MIEMBRO | Carmen Rosa Valdivia Arenas |

Terminada su exposición, defendió su tesis durante 30 minutos frente al Jurado, públicamente, absolviendo las preguntas planteadas.

Al concluir el proceso establecido por la Escuela de Postgrado, el Jurado de Tesis, luego de la deliberación del caso, otorgó por unanimidad la mención de ___Probatus___ con la calificación de _15_.

| | | |
|--|---|---|
|  Segundo Miembro |  Presidente |  Tercer Miembro |
|--|---|---|



Estuvo presente como veedor del acto:

Fredo Arauzo Ramírez, Secretario Académico EPG-UCSS



Jesús María, 30 de Octubre del 2023

**UNIDAD DE POSTGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
COMERCIALES**
SUSTENTACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
ACTA N° 020-2023

Hoy, a los 30 días del mes de octubre del año 2023 a las 15:00 horas, en acto público mediante una sesión en línea en la plataforma Zoom, utilizada en forma oficial por la Escuela de Postgrado; se llevó a cabo el proceso de sustentación de tesis de:

PUMAYALI ALLER MIGUEL FERNANDO

Quien expuso la tesis:

Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021

Ante el Jurado compuesto por los señores:

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| PRESIDENTE | Román Junior Balvín Azaña |
| SEGUNDO MIEMBRO | Grimaldo Querevalú Suárez |
| TERCER MIEMBRO | Carmen Rosa Valdivia Arenas |

Terminada su exposición, defendió su tesis durante 30 minutos frente al Jurado, públicamente, absolviendo las preguntas planteadas.

Al concluir el proceso establecido por la Escuela de Postgrado, el Jurado de Tesis, luego de la deliberación del caso, otorgó por unanimidad la mención de ___Probatus___ con la calificación de 15.


Segundo Miembro


Presidente


Tercer Miembro



Estuvo presente como veedor del acto:

Fredo Arauzo Ramírez, Secretario Académico EPG-UCSS 

Jesús María, 30 de Octubre del 2023

Anexo 2

CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR(A) DE TESIS / INFORME ACADÉMICO/ TRABAJO DE INVESTIGACIÓN/ TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL CON INFORME DE EVALUACIÓN DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO

Ciudad, Lima de 31 de octubre de 2023

Señor(a),
Carmen Rosa Valdivia Arenas
Jefe del Departamento de Investigación/Coordinador Académico de Unidad de Posgrado
Facultad / Escuela de Postgrado UCSS

Reciba un cordial saludo.

Sirva el presente para informar que la tesis / informe académico/ trabajo de investigación/ trabajo de suficiencia profesional, bajo mi asesoría, con título **“Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021”**, presentado por **Helar Reynaldo Angeles Ramirez** (2020201034 y 41972953) para optar el título profesional/grado académico de **Maestro en Administración Pública** ha sido revisado en su totalidad por mi persona y **CONSIDERO** que el mismo se encuentra **APTO** para ser sustentado ante el Jurado Evaluador.

Asimismo, para garantizar la originalidad del documento en mención, se le ha sometido a los mecanismos de control y procedimientos antiplagio previstos en la normativa interna de la Universidad, **cuyo resultado alcanzó un porcentaje de similitud de 2 %** (poner el valor del porcentaje).* Por tanto, en mi condición de asesor(a), firmo la presente carta en señal de conformidad y adjunto el informe de similitud del Sistema Antiplagio Turnitin, como evidencia de lo informado.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carmen Rosa Valdivia Arenas', is written over a horizontal line.

Firma del Asesor (a)

Carmen Rosa Valdivia Arenas

DNI N°: 21796501

ORCID: 0000-0001-7891-904X

Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales/Unidad Académica de la Facultad Ciencias Económicas y Comerciales UCSS

* De conformidad con el artículo 8°, del Capítulo 3 del Reglamento de Control Antiplagio e Integridad Académica para trabajos para optar grados y títulos, aplicación del software antiplagio en la UCSS, se establece lo siguiente:

Artículo 8°. Criterios de evaluación de originalidad de los trabajos y aplicación de filtros

El porcentaje de similitud aceptado en el informe del software antiplagio para trabajos para optar grados académicos y títulos profesionales, será máximo de veinte por ciento (20%) de su contenido, siempre y cuando no implique copia o indicio de copia.

Anexo 2

CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR(A) DE TESIS / INFORME ACADÉMICO/ TRABAJO DE INVESTIGACIÓN/ TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL CON INFORME DE EVALUACIÓN DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO

Ciudad, Lima de 31 de octubre de 2023

Señor(a),

Carmen Rosa Valdivia Arenas

Jefe del Departamento de Investigación/Coordinador Académico de Unidad de Posgrado

Facultad / Escuela de Postgrado UCSS

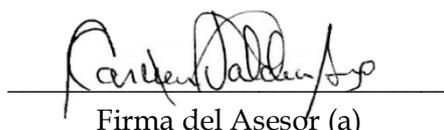
Reciba un cordial saludo.

Sirva el presente para informar que la tesis / informe académico/ trabajo de investigación/ trabajo de suficiencia profesional, bajo mi asesoría, con título **“Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021”**, presentado por **Yulder Florez Villasante** (2020201017 y 73017344) para optar el título profesional/grado académico de **Maestro en Administración Pública** ha sido revisado en su totalidad por mi persona y **CONSIDERO** que el mismo se encuentra **APTO** para ser sustentado ante el Jurado Evaluador.

Asimismo, para garantizar la originalidad del documento en mención, se le ha sometido a los mecanismos de control y procedimientos antiplagio previstos en la normativa interna de la Universidad, **cuyo resultado alcanzó un porcentaje de similitud de 2 %** (poner el valor del porcentaje).* Por tanto, en mi condición de asesor(a), firmo la presente carta en señal de conformidad y adjunto el informe de similitud del Sistema Antiplagio Turnitin, como evidencia de lo informado.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carmen Rosa Valdivia Arenas', is written over a horizontal line.

Firma del Asesor (a)

Carmen Rosa Valdivia Arenas

DNI N°: 21796501

ORCID: 0000-0001-7891-904X

Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales/Unidad Académica de la Facultad Ciencias Económicas y Comerciales UCSS

* De conformidad con el artículo 8°, del Capítulo 3 del Reglamento de Control Antiplagio e Integridad Académica para trabajos para optar grados y títulos, aplicación del software antiplagio en la UCSS, se establece lo siguiente:

Artículo 8°. Criterios de evaluación de originalidad de los trabajos y aplicación de filtros

El porcentaje de similitud aceptado en el informe del software antiplagio para trabajos para optar grados académicos y títulos profesionales, será máximo de veinte por ciento (20%) de su contenido, siempre y cuando no implique copia o indicio de copia.

Anexo 2

CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR(A) DE TESIS / INFORME ACADÉMICO/ TRABAJO DE INVESTIGACIÓN/ TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL CON INFORME DE EVALUACIÓN DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO

Ciudad, Lima de 31 de octubre de 2023

Señor(a),
Carmen Rosa Valdivia Arenas
Jefe del Departamento de Investigación/Coordinador Académico de Unidad de Posgrado
Facultad / Escuela de Postgrado UCSS

Reciba un cordial saludo.

Sirva el presente para informar que la tesis / informe académico/ trabajo de investigación/ trabajo de suficiencia profesional, bajo mi asesoría, con título **“Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021”**, presentado por **Miguel Fernando Pumayali Aller** (2020201043 y 72694948) para optar el título profesional/grado académico de **Maestro en Administración Pública** ha sido revisado en su totalidad por mi persona y **CONSIDERO** que el mismo se encuentra **APTO** para ser sustentado ante el Jurado Evaluador.

Asimismo, para garantizar la originalidad del documento en mención, se le ha sometido a los mecanismos de control y procedimientos antiplagio previstos en la normativa interna de la Universidad, **cuyo resultado alcanzó un porcentaje de similitud de 2 %** (poner el valor del porcentaje).* Por tanto, en mi condición de asesor(a), firmo la presente carta en señal de conformidad y adjunto el informe de similitud del Sistema Antiplagio Turnitin, como evidencia de lo informado.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,


Firma del Asesor (a)

Carmen Rosa Valdivia Arenas

DNI N°: 21796501

ORCID: 0000-0001-7891-904X

Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales/Unidad Académica de la Facultad Ciencias Económicas y Comerciales UCSS

* De conformidad con el artículo 8°, del Capítulo 3 del Reglamento de Control Antiplagio e Integridad Académica para trabajos para optar grados y títulos, aplicación del software antiplagio en la UCSS, se establece lo siguiente:

Artículo 8°. Criterios de evaluación de originalidad de los trabajos y aplicación de filtros

El porcentaje de similitud aceptado en el informe del software antiplagio para trabajos para optar grados académicos y títulos profesionales, será máximo de veinte por ciento (20%) de su contenido, siempre y cuando no implique copia o indicio de copia.

Dedicatoria

A mi esposa Vanessa; a mis hijas Camila y Gabriela; a mi mamá Gloria; a mi papá Lizardo, que Dios tiene en su gloria, por todo su apoyo incondicional.

Helar Angeles

A mis padres, Yulder y Fabiola; a mi hermana Valeria, por todo lo que me dan y me siguen dando.

Yulder Florez

A mis padres, Julio y Jenny; a mis hermanos, Carmen y Julio César, que sin importar las dificultades siempre estuvieron a mi lado.

Fernando Pumayali

Agradecimientos

Agradecemos la elaboración del presente trabajo de investigación de tesis a Dios, por brindarnos vida y salud; y a nuestros familiares más cercanos, por su apoyo y acompañamiento en este reto que nos hemos propuesto. A los servidores públicos de las diferentes áreas de la Municipalidad Provincial del Cusco, por la disponibilidad y el acceso a la información; a nuestra asesora de tesis, Mg. Carmen Rosa Valdivia Arenas, por su guía y apoyo en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

RESUMEN

El presente estudio ofrece un análisis a nivel de las compras estatales y centra la investigación en el proceso de adquisición de bienes de la Municipalidad Provincial del Cusco. La necesidad de abordar esta temática surge debido al temor de los proveedores de trabajar con el Estado, relacionado con la percepción de los proveedores de la Municipalidad Provincial del Cusco y las compras directas efectuadas durante el año 2021, y considerando la parte normativa que rige este proceso. Por otro lado, se emplea una encuesta dirigida a los proveedores para la recolección de datos. Además, se realizó un minucioso análisis de los expedientes de compra directa, con lo cual se proporcionó datos adicionales y complementarios. Asimismo, este estudio se adentró tanto en aspectos cualitativos y cuantitativos de la relación entre la percepción de la imagen institucional y las compras directas, con lo cual otorga un panorama relevante sobre los factores que intervienen en las decisiones de los proveedores y cómo estas afectan al proceso de adquisición de bienes para el Estado. Además, se empleó técnicas estadísticas avanzadas para analizar y validar los datos recopilados, lo cual garantizó la confiabilidad y validez de los resultados obtenidos. En conclusión, esta investigación ofrece una visión detallada y fundamentada sobre la influencia de la percepción de la imagen institucional en el proceso de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco durante el año 2021. Los hallazgos y resultados obtenidos tienen una relevancia significativa para la toma de decisiones estratégicas en el ámbito de las adquisiciones gubernamentales. Se espera que este estudio sienta las bases para futuras investigaciones en este campo y, al mismo tiempo, contribuya al diseño de políticas y acciones que promuevan la eficiencia, la transparencia y la efectividad en el proceso de compras del gobierno local del Cusco.

Palabras clave: imagen institucional, compras directas, normatividad, municipalidad, proveedores

ABSTRACT

The present study provides an analysis at the level of government procurement, focusing on the process of acquiring goods by the Provincial Municipality of Cusco. The need to address this topic arises from the concerns of suppliers about working with the government, specifically related to the perception of suppliers of the Provincial Municipality of Cusco and the direct purchases made during the year 2021, taking into consideration the regulatory framework that governs this process. Furthermore, a survey was conducted among the suppliers for data collection, and a meticulous analysis of the direct procurement records was carried out, providing additional and complementary information. This study delved into both qualitative and quantitative aspects of the relationship between the perception of institutional image and direct purchases, offering relevant insights into the factors that influence suppliers' decisions and how these decisions impact the process of goods acquisition for the government. Advanced statistical techniques were also employed to analyze and validate the collected data, ensuring the reliability and validity of the obtained results. In conclusion, this research offers a detailed and well-founded perspective on the influence of the perception of institutional image on the process of direct purchases by the Provincial Municipality of Cusco in 2021. The findings and results obtained hold significant relevance for strategic decision-making in the realm of government procurement. It is expected that this study will lay the groundwork for future research in this field and, simultaneously, contribute to the design of policies and actions that promote efficiency, transparency, and effectiveness in the procurement process of the local government of Cusco.

Keywords: institutional image, direct purchases, regulatory framework, municipality, suppliers.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|-----------|
| Dedicatoria | i |
| Agradecimientos | ii |
| RESUMEN | iii |
| ABSTRACT | iv |
| ÍNDICE DE TABLAS | vii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | viii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 2 |
| 1.1 Planteamiento del problema | 2 |
| 1.2 Formulación del problema | 3 |
| 1.2.1 Problema general | 3 |
| 1.2.2 Problemas específicos | 3 |
| 1.3 Justificación del tema de la investigación | 4 |
| 1.4 Objetivos de la investigación | 4 |
| 1.4.1 Objetivo general | 4 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 4 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 6 |
| 2.1 Antecedentes del estudio | 6 |
| 2.1.1 Antecedentes internacionales | 6 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales | 9 |
| 2.2 Bases teóricas | 12 |
| 2.2.1 Imagen institucional | 12 |
| 2.2.2 Compras gubernamentales-compras directas | 14 |
| 2.3 Definición de términos básicos | 15 |
| 2.4 Hipótesis de investigación | 16 |
| 2.4.1 Hipótesis general | 16 |
| 2.4.2 Hipótesis específicas | 16 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA | 17 |
| 3.1 Diseño y alcance de la investigación | 17 |
| 3.2 Variables | 17 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.2.1 | Definición conceptual de las variables | 17 |
| 3.2.2 | Definición operacional de las variables | 19 |
| 3.3 | Limitaciones | 20 |
| 3.4 | Población y muestra | 20 |
| 3.5 | Técnicas e instrumentos para la recolección de datos | 21 |
| 3.6 | Validez y confiabilidad del instrumento | 21 |
| CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN | | 23 |
| 4.1 | Municipalidad Provincial de Cusco | 23 |
| 4.1.1 | Misión | 23 |
| 4.1.2 | Visión | 23 |
| 4.1.3 | Estructura organizacional | 24 |
| 4.1.4 | Oficina de Logística | 24 |
| 4.2 | Percepción de los proveedores sobre la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco | 26 |
| 4.3 | Compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco | 31 |
| 4.4 | Normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas | 37 |
| 4.5 | Contrastación de hipótesis | 40 |
| 4.5.1 | Hipótesis general | 40 |
| 4.5.2 | Primera hipótesis específica | 42 |
| 4.5.3 | Segunda hipótesis específica | 43 |
| 4.5.4 | Tercera hipótesis específica | 45 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES | | 47 |
| 5.1 | Conclusiones | 47 |
| 5.2 | Recomendaciones | 48 |
| REFERENCIAS | | 49 |
| ANEXOS | | 53 |
| Anexo 1: Matriz de consistencia | | 53 |
| Anexo 2. Instrumento de recolección de datos | | 54 |
| Anexo 3. Fichas de validación del instrumento | | 57 |
| Anexo 4. Relación de órdenes de compra con diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días | | 60 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Matriz de operacionalización de las variables | 19 |
| Tabla 2 Estadística de fiabilidad | 22 |
| Tabla 3 Baremación para evaluar la “Percepción de la imagen institucional” | 27 |
| Tabla 4 Tabla de frecuencia de la percepción de la imagen institucional | 27 |
| Tabla 5 Tabla de frecuencia de la percepción de la identidad institucional | 28 |
| Tabla 6 Tabla de frecuencia de la percepción de la comunicación institucional | 29 |
| Tabla 7 Tabla de frecuencia de la percepción de la realidad institucional | 30 |
| Tabla 8 Adquisición de bienes y servicios de la MPC 2021 | 31 |
| Tabla 9 Porcentaje de compras directas respecto del total de adquisición de bienes | 32 |
| Tabla 10 Relación de compras directas de la MPC con una diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días | 34 |
| Tabla 11 Relación de compras directas de la MPC con una diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días (segunda parte) | 35 |
| Tabla 12 Periodo de tiempo entre el devengado y girado por compras directas mayor o igual a 15 días durante el 2021 | 36 |
| Tabla 13 Baremación para identificar el nivel de compras directas. | 37 |
| Tabla 14 Baremación para evaluar la “percepción de la normatividad en el pago a tiempo a proveedores” | 39 |
| Tabla 15 Percepción de la normatividad en el pago a tiempo a proveedores | 39 |
| Tabla 16 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov | 40 |
| Tabla 17 Correlación entre percepción de la imagen institucional y las compras directas | 41 |
| Tabla 18 Estadísticas para una muestra “imagen institucional” | 43 |
| Tabla 19 Prueba t de Student de la imagen institucional | 43 |
| Tabla 20 Estadísticas para una muestra “compras directas” | 44 |
| Tabla 21 Prueba t de Student de las compras directas | 44 |
| Tabla 22 Estadísticas para una muestra “la normatividad garantiza el pago a tiempo a proveedores” | 46 |
| Tabla 23 Prueba t de Student de la normatividad garantiza el pago a tiempo a proveedores | 46 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Organigrama de la Municipalidad Provincial de Cusco..... | 24 |
| Figura 2 Distribución porcentual de días transcurridos entre el devengado y girado..... | 33 |

INTRODUCCIÓN

El Estado necesita contratar bienes y servicios para el cumplimiento de sus actividades programadas. Para ello, emplea diversos métodos de contratación, entre los que se considera la contratación directa, que es muy utilizada en casos de emergencia y en situaciones de desabastecimiento. Esta se caracteriza por su rápida realización, pues constituye un trato directo entre una entidad pública y el proveedor. La Municipalidad Provincial del Cusco, durante el año 2021, realizó 2136 compras bajo la modalidad de compra directa, distribuidas entre 330 proveedores. La presente investigación se desarrolla para conocer la percepción de los proveedores sobre la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco y su relación con las compras directas realizadas durante el periodo de estudio.

Para ello, en el primer capítulo, se procede con el planteamiento y la formulación del problema de investigación. Asimismo, se ahonda en el tema de la investigación y posteriormente se establecen los objetivos. En segundo, correspondiente al marco teórico, se registran los estudios previos, bases legales, bases teóricas y términos fundamentales. También, se plantean las hipótesis. En el tercero, se da a conocer la metodología de la investigación; se presenta el enfoque y el diseño que se emplearán, así como las variables, las limitaciones del estudio, la población y la muestra. Además, se detalla las técnicas e instrumentos empleados para la recopilación de datos, así como para garantizar la validez y la confiabilidad del instrumento. Luego, en el cuarto, se desarrolla la investigación. Se presenta el entorno de la Municipalidad Provincial del Cusco y se analizan los resultados de la percepción de los proveedores sobre la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco y su incidencia en las compras directas que esta realiza. Finalmente, en el quinto, se exponen las conclusiones y las recomendaciones de la investigación, con lo que se promueve la transparencia y el acceso a la información pública.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Una entidad pública busca desarrollar, durante su periodo, una buena gestión pública que abarque las necesidades de sus usuarios a través del manejo efectivo de sus recursos financieros, humanos, tangibles y metodológicos. De esta forma puede lograr su posterior transformación en bienes y servicios en beneficio de la población. Esta intención sujeta a la entidad a la percepción de su imagen institucional por parte del público interno y externo como opción de lugar trabajo, cliente potencial, posible aliado estratégico, y gestor de bienes y servicios de los ciudadanos. En este contexto, la confianza que se pueda generar se considera una pieza para lograr el cumplimiento de sus metas programadas.

En el Perú, el Sistema de Contrataciones del Estado funciona sobre la base del presupuesto público, el cual es resultante del proceso de recaudación de impuestos a todos los ciudadanos. El presupuesto asignado, según la Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2021, Ley 31084 (2020), fue de S/ 183 029 770 158.00. De esta cantidad, durante el año 2021 a nivel nacional según la plataforma de Consulta Amigable del MEF (2023), se tuvo como gasto devengado procedente de compra de bienes S/ 7 342 426 703.00, mientras que el gasto devengado procedente de compra de bienes de la Municipalidad Provincial del Cusco ascendió a S/. 7 429 597.00.

La Municipalidad Provincial del Cusco, en el desarrollo normal de sus operaciones para la gestión administrativa, es apoyada por sus órganos consultivos y de coordinación, órganos de dirección, órganos de control, órganos de defensa, órganos de asesoramiento, órganos de apoyo, entre otros. Entre los órganos de apoyo se encuentra la Oficina de Logística, encargada de las contrataciones y adquisiciones municipales, y también de apoyar a la Alta Dirección y demás órganos municipales. Con los requerimientos de Bienes y Servicios, trabaja en coordinación con la Oficina General de Planificación y Presupuesto con el fin de analizar la situación económica para dichas operaciones.

En ese sentido, la percepción de la imagen institucional cumple un rol muy importante en la toma de decisiones de los proveedores, en especial con respecto a la percepción ligada con las impresiones y las experiencias que sostuvieron anteriormente al contratar con entidades públicas. En este contexto, la Municipalidad Provincial del Cusco tuvo la oportunidad de realizar la adquisición de bienes desde gestiones pasadas hasta la actualidad, que fueron formando la imagen de la entidad. Esta es favorable para

los proveedores desde el contexto de la pandemia por el COVID-19, debido a que estos, como empresa privada, buscaban obtener ganancias en el corto plazo y necesitaban que las operaciones que realizaban fueran beneficiosas y de menor riesgo, porque tenían obligaciones financieras y tributarias por pagar.

Por otro lado, la gestión del trámite documentario en el sector público suele ser pausada e inquietante para los proveedores. Esto les genera incertidumbre, pues no saben una fecha exacta para el pago de los productos que ofrecen. Esto les da la impresión de que es un proceso poco beneficioso y genera, en algunos casos, desmotivación al momento de presentar sus ofertas. Por ello, en ocasiones, se rechazan las cotizaciones.

Asimismo, una compra directa es la atención a un requerimiento. Para ello, la entidad pública realiza la compra de un determinado bien sin la necesidad de contar con un proceso de selección. Su objetivo es la adquisición rápida de un determinado bien, conocida también como compra de menor cuantía. Durante los años 2020 y 2021, el Área de Logística de la Municipalidad Provincial del Cusco ha realizado más compras directas por la emergencia sanitaria a nivel mundial y por casos de desabastecimiento. Esto se debió a la urgencia de adquirir ciertos bienes no contemplados en el Plan Anual de Contrataciones.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

El problema general es el siguiente: ¿cómo la percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores incide en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021?

1.2.2 Problemas específicos

Los problemas específicos se indican a continuación:

- ¿Cómo perciben los proveedores la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021?
- ¿Cuál es nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021?

- ¿Cómo la normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a los proveedores?

1.3 Justificación del tema de la investigación

Este trabajo de investigación tuvo una relevancia social significativa al beneficiar a la institución pública, los trabajadores, los aliados estratégicos y, en última instancia, a los ciudadanos. Se enfocó en el estudio de la percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su impacto en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco.

Asimismo, los resultados obtenidos fueron empleados para formular recomendaciones con el objetivo de mejorar la percepción de la imagen institucional de la municipalidad por parte de los proveedores y, así, acceder a mejores ofertas en el futuro.

Es importante destacar que este trabajo de investigación se realizó de manera viable y factible, ya que los investigadores contaron con los permisos y accesos necesarios para recopilar la información requerida. Además, se contó con los recursos de tiempo adecuados para realizar el estudio de manera adecuada.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

El objetivo general es analizar cómo la percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores incide en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

1.4.2 Objetivos específicos

Se propone los siguientes objetivos específicos:

- Identificar cómo perciben los proveedores la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.
- Identificar el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

- Analizar cómo la normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a los proveedores.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 Antecedentes internacionales

En el contexto internacional, se ha revisado la tesis titulada *La inadecuada planificación presupuestaria en las contrataciones de ínfima cuantía y su afectación en el presupuesto del consejo de la judicatura de Pastaza*. Esta fue elaborada, en el 2019, por Silvia Patricia Masabanda Guancha para optar al grado de magíster en Finanzas Públicas en la Universidad Técnica de Ambato-Ecuador. El problema que aborda Masabanda (2019) son los problemas observados en el Consejo de Pastaza con respecto a la ejecución del presupuesto público. Ante ello, se asumió que ello tenía relación con la planificación presupuestaria de dicha entidad.

Masabanda (2019) se planteó como objetivo determinar la incidencia de la planificación presupuestaria de las contrataciones de ínfima cuantía en el presupuesto de la Dirección Provincial del Consejo de la Judicatura de Pastaza. Para ello, recogió datos de las entidades oficiales referentes a la planificación del presupuesto y también se recolectó información oficial sobre la ejecución de este. La investigadora concluyó que la planificación presupuestaria de aquellas contrataciones incide en la ejecución del presupuesto de la Dirección mencionada. Esto se debe a que la mayor parte de los procedimientos que se realizan en la institución se operan con este mecanismo. Esto ocurre a pesar de que las entidades deben propender a consolidar las contrataciones para optar por procedimientos dinámicos, por ejemplo, la subasta inversa electrónica.

Se ha revisado la tesis *Marketing educativo en la imagen institucional. Plan de marketing*, presentada, en el 2019, por Teófilo Vacacela Rosado y Javier Saltos Aguirre para optar la licenciatura en Educación Mercadotecnia y Publicidad en la Universidad de Guayaquil. El proyecto de investigación aborda la problemática relacionada con la crisis del sistema e imagen institucional que muchas unidades educativas del país enfrentan debido a diversas razones. Uno de los factores clave es la falta de identidad que impide que los estudiantes se sientan orgullosos de su lugar de aprendizaje y desarrollo intelectual. Como consecuencia, se reduce la motivación general de representar a su colegio.

Vacacela y Saltos (2019) plantearon como objetivo analizar la influencia del *marketing* educativo en la imagen institucional a través de una investigación bibliográfica

y de análisis estadísticos enfocados en el diseño de un plan de marketing. Para ello, recogieron información de diversos libros de *marketing*. Como conclusión, guiados por el porcentaje alto de la pregunta a los docentes, consideraron que el plantel no tiene asesoría para informar sobre el servicio que se ofrece a los estudiantes. En este sentido, la mayoría de los docentes refirieron que la imagen institucional no ha sido renovada. En consecuencia, la imagen no es “fresca”; es obsoleta con respecto a los servicios que realmente brinda la institución.

Por otro lado, se consultó la tesis *Mass media en la imagen institucional educativa. Campaña informativa*, presentada por Ana María Martínez Hernández y Nury Paola Varas Espinoza en el 2018 para optar la licenciatura en Educación, Mercadotecnia y Publicidad en la Universidad de Guayaquil. El tema que investigaron se centró en la importancia de la imagen institucional en el ámbito educativo. Esta cumple un rol crucial en las instituciones modernas, ya que les brinda la oportunidad de diferenciarse y obtener ventajas competitivas. Sin embargo, se observó que muchas unidades educativas enfrentan un problema: la falta de seguimiento por parte de los directivos para proyectar una imagen adecuada.

Martínez y Varas (2018) establecieron como objetivo analizar la influencia del manejo de los *mass media* en la imagen institucional de la Unidad Educativa Universitaria Dr. Francisco Huerta Rendón mediante una investigación bibliográfica y de campo con el fin de diseñar una campaña comunicacional. Para ello, recogieron información de diversos libros de *marketing*. Como conclusión, establecieron que los estudiantes y los docentes consideran conveniente el desarrollo de una campaña informativa que permita fortalecer la imagen institucional de la mencionada unidad educativa.

Se revisó la tesis titulada *Participación ciudadana y percepción frente a la gestión pública: El caso del municipio de Sincelejo-Sucre*, elaborada por Anyi Paola Ramírez Contreras para obtener la maestría en Desarrollo Social de la Universidad del Norte en el 2017. Ramírez (2017) se enfrentó al desafío de la falta de un estudio reciente en el Municipio de Sincelejo que brinde información actualizada sobre la percepción de las personas que participan y las que no participan en relación con la gestión pública y el ejercicio de la participación. Esta situación fue preocupante para la investigadora, ya que no disponía de datos precisos que le permitiesen comprender plenamente esta dinámica y sus implicaciones.

El objetivo que Ramírez (2017) estableció fue determinar la relación que existe entre la participación ciudadana y la percepción frente a la gestión pública en el Municipio de Sincelejo. Al finalizar su investigación, los resultados de su estudio evidenciaron que, en el municipio, no existe una relación positiva entre el ejercicio de la participación ciudadana y los siguientes criterios: (a) la percepción de los ciudadanos frente a los efectos y alcances de esta; (b) la imagen de los ciudadanos frente a la gestión pública; (c) la percepción de eficiencia frente a la gestión pública; (d) la percepción de eficacia frente a la gestión pública; y (e) la percepción de transparencia frente a la gestión pública.

Finalmente, se consultó la tesis titulada *Imagen institucional de la Policía Metropolitana de Quito en redes sociales*, elaborada, en el 2017, por Elvia Noemí Cumbicos Betancourt para optar el título de Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional en la Universidad Central del Ecuador. La autora investiga la problemática de los cambios que se están produciendo en el entorno de las instituciones en la sociedad contemporánea. En la actualidad, estas implementan estrategias con el objetivo de mantenerse relevantes en la mente de su público, es decir, buscan atraer y retener a sus seguidores y preservar su cultura institucional. Esta refiere al conjunto de valores, creencias y comportamientos que la institución fortalece y comunica de manera constante.

Cumbicos (2017) se planteó como objetivo evaluar la imagen institucional de la Policía Metropolitana de Quito en las redes sociales. Al evaluar su objeto de estudio a través de la aplicación del AEIOU y el análisis del discurso, llegó a la conclusión de que la institución intenta manejar una imagen positiva a su público, es decir, busca que los usuarios tengan una lectura sobre lo que es la Policía Metropolitana de Quito. Sin embargo, descuida dos aspectos principales: las necesidades de los usuarios y los de la organización en cuanto al manejo de temas en publicaciones. Es decir, la Policía Metropolitana de Quito busca conseguir una lectura positiva de sus públicos, pero de manera incompleta.

En este sentido, Cumbicos (2017) comprobó, en 50%, que la hipótesis es verídica: la imagen institucional de la Policía Metropolitana en las redes sociales no ha sido bien manejada. Muestra de ello es que el público tiene una imagen negativa de la institución. Esto puede deberse a que no se cuenta con una planificación en la difusión de contenido, lo cual está ligado con la falta de gestión y de organización en las publicaciones en redes sociales por parte del Departamento de Comunicación de la institución.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Se ha revisado la tesis titulada *Percepción sobre control interno y obligaciones de pago a proveedores en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho 2017*, elaborada por Zulema García Valdivia y María Elena Medina Martínez para optar al grado de magíster en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo en el 2018. Las investigadoras identificaron como problemática la falta de demanda por parte de los proveedores. Durante el estudio de mercado realizado, estos expresaron su inquietud al ofrecer sus productos o servicios al Estado, ya que desean conocer con precisión el tiempo de espera para recibir su pago. Además, señalaron que estas demoras en los pagos los desalientan de participar en dichos procesos.

García y Medina (2018), plantearon, como objetivo general, determinar la relación entre la percepción del control interno y las obligaciones de pago a los proveedores en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga durante el 2017. Para realizar su estudio, recabaron datos de entidades públicas como la Contraloría General de la República, y asumieron como referencia a Control Interno y el Reglamento de la Ley 30225, Ley Contrataciones del Estado, Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado y Dirección Nacional de Tesoro Público con respecto a las obligaciones de pago a proveedores.

En la conclusión, García y Medina (2018) establecieron que existe una relación débil y baja entre el control interno y las obligaciones de pago a proveedores, la recepción de bienes de proveedores y el procedimiento de trámite de pago. Como recomendación, las investigadoras sugirieron al rector promover entre el personal la incorporación de actividades y procesos diarios que cumplan con las normas de control interno en las áreas administrativas, implementar un sistema de control de pagos a proveedores y fomentar la comunicación constante entre las áreas responsables.

Por otro lado, se consultó la tesis *Percepción de los proveedores acerca del cumplimiento de los principios que rigen las contrataciones del Estado en la Adjudicación Simplificada de bienes del Gobierno Regional de Cusco en el primer semestre del 2017*, elaborada por Susan Janet Valer Vargas para optar la licenciatura en Administración en la Universidad Andina del Cusco en el 2017. La investigadora identificó un problema relacionado con la falta de cumplimiento de plazos en varias etapas del proceso de contratación, así como la falta de claridad en los términos de las bases, lo que resultaba en confusión y mala interpretación de aquellos. Además, halló

exigencias a los proveedores que no son consistentes con la convocatoria o los requisitos de los bienes o servicios necesarios. También, precisó que se plantean requisitos que son difíciles de cumplir en plazos muy cortos. Por último, observó la discrecionalidad en el manejo de la información por parte de las entidades públicas.

Valer (2017) se planteó como objetivo analizar la percepción de los proveedores sobre el cumplimiento de los principios que rigen las contrataciones del Estado en el método de adjudicación simplificada de bienes en el Gobierno Regional de Cusco, durante el primer semestre del 2017. En el marco de la tesis, se recopiló datos de fuentes oficiales del Estado como la Ley de Contrataciones del Estado (Ley 30225) y su Decreto Legislativo 1341. Esta información se empleó para analizar los principios, métodos y procesos relacionados con la provisión de bienes y servicios. Como resultado, se concluyó que la percepción de los proveedores sobre los principios que rigen las contrataciones del Estado en el método de adjudicación simplificada de bienes en el Gobierno Regional del Cusco, durante el primer semestre de 2017, se cumple solo parcialmente. Esto indica que, desde la perspectiva de los proveedores, existen algunas deficiencias en los procesos de adjudicación simplificada de bienes en esta entidad estatal, las cuales deben ser superadas para asegurar la participación oportuna de los proveedores.

Además, se revisó la tesis titulada *Liderazgo e imagen institucional en la UGEL 09 Huaura Huacho 2018*, elaborada por Cecilia del Carmen Chambio Castañeda para optar el grado de magíster en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo en el 2019. La investigadora se planteó un problema relacionado con la falta de liderazgo en muchos directores de las UGEL, lo que resulta en una gestión deficiente y desvía la visión, misión y objetivos establecidos en el proyecto educativo. Además, observó la ausencia de propuestas y proyectos innovadores, especialmente en la jurisdicción de la UGEL 09 de Huaura, Huacho. Esta situación ha generado, indicó Chambio (2019), una crisis administrativa, abuso de autoridad, mala interpretación y aplicación de las normas, así como falta de ética y transparencia en la gestión. Esto ha generado denuncias y desaprobación generalizada, lo cual ha agravado la crisis educativa en diversas instituciones locales.

Chambio (2019) planteó como objetivo de su investigación determinar el nivel de relación entre el liderazgo y la imagen institucional de la UGEL 09 Huaura, Huacho, según la percepción de los usuarios en el 2018. Para ello, recopiló datos a través de encuestas y utilizó cuestionarios como instrumento de investigación. Como conclusión,

la tesista encontró una relación directa y significativa entre el liderazgo y la imagen institucional de la UGEL 09 Huaura, Huacho, según la percepción de los usuarios en 2018. Esto indica una correlación positiva muy fuerte.

Asimismo, se ha revisado la tesis *Las deficiencias del sistema de control interno en los gobiernos locales y su impacto en el cumplimiento de metas detectadas por la auditoría, período 2017-2019*, elaborada por Peter Richard O'Diana Valdez para optar al grado de maestro en Administración Pública con mención en Anticorrupción en la Universidad San Martín de Porres en el 2019. El análisis realizado por el investigador reveló un problema en el sistema de control interno de los gobiernos locales provinciales y distritales. Estas deficiencias impactaron negativamente en el cumplimiento de metas y objetivos de estas entidades durante el período 2017-2019, según se observó en una auditoría. Además, se identificaron conductas y transgresiones normativas inadecuadas por parte de autoridades, funcionarios y servidores públicos, lo cual afectó los bienes y recursos del Estado.

El objetivo del estudio de O'Diana (2019) fue identificar las principales deficiencias del sistema de control interno que afectaron el cumplimiento de metas en los gobiernos locales durante el período mencionado. Para realizar esta investigación, se recopilaron datos de entidades oficiales como la Constitución Política del Perú, la Ley 27972, la Ley Orgánica de Municipalidades, el Decreto Legislativo N° 776, la Ley de Tributación Municipal, la Procuraduría Pública Especializada en Delitos de Corrupción y la Contraloría General de la República.

Como conclusión, O'Diana (2019) indicó que los informes de auditoría sobre los gobiernos locales provinciales y distritales revelan actos irregulares que comprometen a autoridades y funcionarios de alto nivel como alcaldes, regidores, secretarios generales, integrantes de los comités de selección, entre otros, cuyas conductas se relacionan principalmente con los sistemas de contratación, logística, infraestructura, contabilidad, presupuesto y tesorería. Esto afecta el cumplimiento de metas de índole social vinculadas con el saneamiento, la comunicación, la salud y la alimentación de grupos sociales de menores recursos, lo cual posterga o limita la posibilidad de alcanzar el desarrollo económico local.

Finalmente, se consideró la tesis *Percepción de la opinión pública y la eficiencia de la gestión del Gobierno Municipal de Huacho-2019*, elaborada por Beatriz Mercedes González Castillo para optar al grado de magíster en Administración Estratégica en la

Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión, Huacho, el 2021. Según el análisis de la tesista, en los últimos años, ha surgido un problema en el Perú en relación con los niveles de corrupción, lo cual ha generado un aumento de la desconfianza ciudadana. Este fenómeno afecta tanto a autoridades como a funcionarios en los ámbitos local, regional y nacional. González (2021) observó que estas personas actúan movidas por intereses personales en lugar de brindar un servicio a la ciudadanía. Además, es importante destacar que el Perú cuenta con una de las burocracias más altas de América Latina. Asimismo, las administraciones gubernamentales actuales muestran una preferencia por crear puestos basados en compromisos y favores políticos.

Frente a ello, González (2021) se planteó como objetivo conocer el nivel de la percepción de la opinión pública sobre la eficiencia de la gestión del gobierno municipal del distrito de Huacho el año 2019. Para su estudio, recogió datos con el fin de analizar e interpretar los resultados obtenidos tras aplicar el cuestionario. Asimismo, se usaron los cuadros estadísticos de cotejo de datos y las gráficas simples de barras. Para probar las hipótesis, se halló la correlación de variables utilizando el estadígrafo Rho Spearman de correlación de variables. Como conclusión, González (2021) indicó que, con respecto a la dimensión de inversión, la dimensión de administración y la imagen institucional, se concluye que existe un nivel significativo de percepción de la opinión pública y la eficiencia de la gestión de la administración del gobierno municipal del distrito de Huacho-2019.

2.2 Bases teóricas

En el estudio, se trató de fundamentar las variables “imagen institucional desde el punto de vista de la gestión pública” y “las compras del Estado”. De forma específica las compras directas. Por ello, se ha organizado la siguiente fundamentación teórica por variable.

2.2.1 Imagen institucional

Es el conjunto de atributos que definen a la institución considerando su identidad y que la distinguen de otras entidades. Se encuentra conformado por elementos tales como su nombre, logotipo, misión, visión y colores representativos (Universidad de la Ciénega del Estado de Michoacán de Ocampo, 2014).

Es la figura que una institución muestra y da a conocer al exterior, la cual es reconocida, respetada y apreciada por una comunidad. Incluye aspectos como la identidad de sus miembros, la comunicación interna y el nivel de compromiso con temas y actividades desarrollados por los empleados o miembros de la organización (Fontes et al., 2016).

Asimismo, la imagen corporativa y/o imagen institucional se presenta como un registro público de atributos que lo identifican en la sociedad. Es semejante a la lectura pública de una institución, la representación que tiene en la sociedad y en sus diferentes segmentos, de manera intencional o involuntaria (Chaves, 2005).

Por otro lado, la imagen corporativa es un conjunto de diferentes elementos de una empresa, persona o marca, cuya finalidad es dar a conocer al mercado objetivo lo que es, lo que realiza y lo que se proyecta. Su principal objetivo es diferenciarse de sus competidores y obtener una mejor posición en la mente de su público. Para ello, se modifica el comportamiento del consumidor y se crea un sentimiento positivo sobre la marca (Aguilar et al., 2018).

Además, la imagen corporativa refiere a la percepción que obtiene un determinado público sobre la entidad. En este aspecto, la imagen se origina por acontecimientos que ocurrieron con los individuos en función de sus experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos sobre ella (Fernández Souto y Vázquez Gestal, 2011).

La imagen corporativa se desarrolla dentro de la comunicación organizacional, como un conjunto de representaciones, emocionales y/o racionales, en las que un individuo o un grupo de individuos se encuentran vinculados con una empresa a través de diferentes experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e información, percibidos en un acercamiento con ella (Fernández Souto y Vázquez Gestal, 2011).

Además, la imagen corporativa es un término empresarial que ha sido trasladado a diferentes áreas de la actividad humana. En estas, se describe cómo los clientes realizan una evaluación a la organización, institución o entidad, mediante determinados servicios que esta brinda (Fontes et al., 2016).

Finalmente, la imagen corporativa es la estructura mental de la organización que forma un determinado público. Es el resultado de una serie de operaciones en función de la información relacionada con la organización (Capriotti, 2013).

A través de la revisión de las diferentes definiciones encontradas sobre imagen corporativa y/o imagen institucional, se considera que tiene un enfoque más empresarial y dirigido hacia el sector privado. Ante ello, es necesario definir la imagen institucional pública para el desarrollo de la presente investigación. Se trata de la percepción que tiene un determinado grupo de la población sobre la entidad, que se produce a través de una evaluación de su figura en la sociedad. Para ello, se consideran experiencias, impresiones y conocimiento, producto de la interacción entre ambas partes, en cuyo contexto la entidad busca expresar lo que es, lo que realiza y lo que se proyecta, de una manera intencional o involuntaria, con la finalidad de obtener una posición favorable en la mente de ese sector de la población.

En el trabajo, se ha considerado que esta imagen de la organización pública puede tener una incidencia en una variable relacionada con las compras estatales. Este tema se desarrolla a continuación.

2.2.2 Compras gubernamentales-compras directas

Es el procedimiento formal mediante el cual las entidades gubernamentales realizan operaciones para adquirir bienes y servicios, incluyendo los servicios relacionados con las obras públicas. Para esto, se conservan todas las características de una adquisición de un bien, servicio o construcción. Asimismo, se adjunta la presentación de requisitos, la selección y la solicitud de postores, la evaluación de ofertas, la preparación y adjudicación del contrato, así como la disputa y la resolución de controversias en todas las etapas de la administración del contrato (OEA, 2022).

En precisión, las compras gubernamentales son el proceso por medio del cual un gobierno adquiere el uso o los bienes y servicios, o cualquier combinación de estos, con fines gubernamentales sin intención de venta comercial o reventa. Esto excluye la producción o suministro de bienes o servicios para venta comercial o reventa (OEA, 2022).

Finalmente, el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE, 2022) señaló que la compra pública es un procedimiento que posibilita la contratación pública a través de sus tres etapas: medidas preparatorias, selección de contratos y ejecución. Se considera el tiempo que se necesita para recibir los bienes, servicios o

trabajos que deben contratarse para, finalmente, realizar los pagos correspondientes desde el inicio de la acción hasta el proceso de selección.

Compras directas. En el TUO de la Ley de Contrataciones del Estado (Decreto Supremo N.º 082-2019-EF, 2019), se señala que la contratación directa (compra directa de bienes y prestación de servicios) se produce en situaciones en las que se comprueba el estado de desabastecimiento, y que este afecte o llegue a impedir el cumplimiento de actividades y operaciones de la entidad.

Una compra directa es la contratación efectuada mediante un solo acto, con un proveedor específico, bajo responsabilidad y autorización inicial al requerimiento del área usuaria por parte del órgano de más alto nivel jerárquico de la entidad. Para ello, se consideran aspectos en beneficio de los intereses del Estado como el precio, la calidad del producto, el tiempo y las condiciones de entrega.

2.3 Definición de términos básicos

Se establecieron los siguientes conceptos:

- Bienes: Son objetos que requiere una entidad para poder desarrollar sus actividades programadas y cumplir con sus metas propuestas (BCRP, s.f.).
- Cotización: Es un documento que contiene las características y el precio de un bien o servicio próximo a adquirirse. Este procedimiento es conocido como presupuesto y surge cuando un cliente pide información a una empresa sobre el valor de un determinado bien o servicio (Siigo, 2018).
- Especificaciones técnicas: Son requisitos mínimos de carácter técnico que se deben considerar para poder adquirir un bien. Incluyen las cantidades, las calidades y las condiciones de contratación que se ejecutarán (BCRP, s.f.).
- Gasto público: Es la suma de diversos gastos en los que incurre el gobierno federal, estatal y municipal, las regiones provinciales, y los órganos legislativos y judiciales para el desempeño de sus funciones (Martínez et al., 2000).
- Ejecución presupuestal: Consiste en el uso adecuado de los recursos financieros, humanos y materiales por parte de la entidad pública, los cuales son considerados en el presupuesto con la finalidad de obtener diferentes servicios, bienes y obras para alcanzar sus metas proyectadas (MEF, 2022).

- Proveedor: Es la persona natural o jurídica que realiza la venta o arrendamiento de bienes, prestación de servicios y consultoría en general, consultoría de obra o ejecución de obras (Perú Compras, 2022).
- Requerimiento: Es la necesidad de un bien o servicio del área usuaria de una entidad, que debe contener documentos de sustento como son las especificaciones técnicas, términos de referencia o el expediente técnico de obra, respectivamente. En ocasiones, puede contener requisitos de calificación (BCRP, s.f.).

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1 Hipótesis general

La hipótesis general es la siguiente: la percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores incide significativamente en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

2.4.2 Hipótesis específicas

Las hipótesis específicas son las siguientes:

- Los proveedores perciben como buena la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.
- Es alto el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.
- La normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a los proveedores.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño y alcance de la investigación

La investigación adoptó un enfoque básico de naturaleza descriptiva y correlacional. Esto se debe a que se especifica y determina una dinámica acorde con las variables de estudio, que otorga la posibilidad de identificar el nivel de relación entre variables. Además, se utilizó un diseño no experimental con un corte transversal-correlacional, en el que no hubo manipulación ni se sometió a ninguna prueba las variables. Asimismo, el enfoque descriptivo permitió reconocer incidencias con respecto a la relación entre variables, mientras que el enfoque correlacional buscó conocer el grado de asociación existente entre variables dentro de una situación en particular.

En cuanto al diseño de la investigación, esta corresponde al tipo no experimental, según lo cual se recolectaron datos de sucesos que ya habían ocurrido, sin realizar manipulaciones deliberadas. Además, el enfoque transversal se centró en describir y realizar un análisis sobre el alcance y la interrelación existente entre variables en un momento en específico.

Estos enfoques y diseños metodológicos permitieron obtener información relevante y detallada de las variables intervinientes en este estudio. Gracias a eso, se pudo conocer su relación y brindar un panorama claro de la situación en un momento determinado.

3.2 Variables

3.2.1 Definición conceptual de las variables

La imagen institucional (variable 1) es la percepción que tiene un determinado grupo de la población sobre la entidad. Esta se forma a través de una evaluación de su figura en la sociedad, para lo cual se consideran sus experiencias, impresiones y conocimiento. Es producto de la interacción entre ambas partes. En aquella, la entidad busca expresar lo que es, lo que realiza y lo que se proyecta, de una manera intencional o involuntaria, para obtener una posición favorable en la mente de un determinado sector de la población.

La compra directa (variable 2) es la atención a un requerimiento del área usuaria de necesidad inmediata para el desarrollo de sus actividades. Ocurre cuando una entidad pública realiza la adquisición de un determinado bien por contratación directa con el proveedor que ofrece la mejor oferta (precio, calidad, tiempo de entrega) de un grupo de cotizaciones simples que cumplen con las especificaciones técnicas proporcionadas por la entidad.

3.2.2 Definición operacional de las variables

En la Tabla 1, se aprecia la matriz de operacionalización de las variables empleadas en la investigación.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de las variables

| Variables | Subvariables o dimensiones | Indicadores | Escala de variables | Fuente de datos | Instrumento para el recojo de datos |
|----------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------------|--|-------------------------------------|
| Imagen institucional | Identidad institucional | Estructura Administrativa | Nominal | Información interna proporcionada por la MPC | Encuesta |
| | | Visión | | | |
| | Misión | | | | |
| | Comunicación institucional | Valores | | | |
| | | Toma de decisiones | | | |
| | | Comportamiento organizacional | | | |
| | | Ascendente | | | |
| | | Descendente | | | |
| | | Horizontal | | | |
| | | Relación con usuarios | | | |
| | Realidad institucional | Entorno social | | | |
| | | Estructura material | | | |
| | | Normatividad | | | |
| | | Transparencia | | | |
| | Compromiso | Órdenes de compra | | Portal institucional de la MPC | |
| Compras directas | Devengado | Ejecución del gasto | Ordinal | Portal de Transparencia económica del MEF | Análisis de documentos |
| | Girado | Días transcurridos para el pago | | Reporte del Formato A del SIAF | |

3.3 Limitaciones

Entre las principales limitaciones que se presentaron durante el proceso investigativo, se reconocieron las siguientes:

- Se realizó un proceso de auditoría en la Municipalidad Provincial del Cusco, que correspondía a los años 2019 y 2020 para la respectiva entrega de gestión. Esta situación ralentizó el proceso de recolección interna de datos sobre compras directas, pero se logró superar a través del envío de la solicitud para el acceso a los datos con anticipación al proceso de auditoría.
- Hubo dificultades para la obtención de datos sobre las percepciones de los proveedores, sobre todo para contactar con estos y solicitarles su participación. Este obstáculo se sobrellevó solicitando al municipio los datos de contacto de los proveedores.

3.4 Población y muestra

Durante el 2021, la Municipalidad Provincial de Cusco ha realizado procesos de compras directas con 330 proveedores, cantidad que fue considerada como población. Por otro lado, para el cálculo de la muestra, se implementó el muestreo probabilístico aleatorio simple y se desarrolló la siguiente ecuación:

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

Donde:

- n: tamaño de muestra
- N: población
- Z: Nivel de confianza al 95% = 1.96
- p: probabilidad de éxito 0.5
- q: probabilidad de fracaso 0.5
- e: error estándar 5% = 0.05

Resuelta la ecuación, la cantidad de proveedores de la Municipalidad Provincial de Cusco que formarán parte de la muestra fue de 177.

$$n = \frac{(330 * 1.96^2) 0.5 * 0.5}{0.05^2 (330 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{150920}{849}$$

$$n = 177$$

3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Durante el trabajo, se requirió el empleo de dos técnicas para recabar la información, las cuales son la encuesta y un análisis documental. En esta situación, los instrumentos utilizados corresponden a la aplicación de un cuestionario y de una ficha de análisis documental. El presente estudio de investigación se centró en la percepción que tienen los proveedores de la MPC sobre las compras directas que esta realizó en el periodo 2021 y los instrumentos se elaboraron para medir cada una de las variables.

Luego, se presentó el cuestionario con la finalidad de medir la percepción de los proveedores sobre la imagen institucional de la MPC. Este constó de un total de 37 ítems con dos escalas de respuesta Likert.

Por último, se diseñó una ficha de análisis documental para evaluar la cantidad de compras directas realizadas por la municipalidad en el 2021. Además, la ficha permitió reconocer el tiempo de espera de los proveedores hasta el pago.

3.6 Validez y confiabilidad del instrumento

Los instrumentos que requirieron de pruebas de validez y confiabilidad fueron los cuestionarios, sobre todo porque son aspectos fundamentales que aseguran la calidad de los datos obtenidos.

En el caso de la validez, se realizaron pruebas para evaluar si el cuestionario mide de manera precisa y adecuada el constructo que se pretende medir, es decir, la variable de interés. En este caso, se empleó la revisión por expertos. Estos verificaron que las preguntas del cuestionario estén relacionadas con el constructo que se desea medir.

Asimismo, en cuanto a la confiabilidad, se realizaron pruebas para evaluar la consistencia interna y la estabilidad de las respuestas obtenidas a través del cuestionario.

La consistencia interna refiere a la correlación entre las diferentes preguntas del cuestionario, mientras que la estabilidad alude a la consistencia de las respuestas en el transcurso del tiempo (Hernández y Mendoza, 2018). Se empleó el coeficiente Alfa de Cronbach.

Con estas pruebas de validez y confiabilidad, se garantiza que los cuestionarios utilizados en el estudio sean herramientas confiables y válidas para medir la variable de interés de manera precisa y consistente. Esto contribuye a la robustez y validez de los resultados obtenidos a partir de los cuestionarios, y fortalece la calidad general del estudio de investigación.

Por otro lado, para realizar la prueba confiabilidad de los instrumentos, se recurrió al estadístico de consistencia interna Alfa de Cronbach. De acuerdo con Carrasco (2019), aquel debe tomar un valor mayor a 0,7 para ser válido. Además, se reconoce que mientras más cercano esté el valor a 1, más confiable es el instrumento.

El único instrumento evaluado fue el cuestionario. En la Tabla 2, se aprecia el valor alfa.

Tabla 2

Estadística de fiabilidad

| Estadística de fiabilidad | | |
|---------------------------------------|------------------|--------------|
| Instrumento | Alfa de Cronbach | N.º de ítems |
| Percepción de la imagen institucional | ,947 | 27 |

Para el instrumento Percepción de la imagen institucional, α toma un valor igual a 0.947. Por ende, el instrumento fue adecuado para realizar el recojo de datos; y, además, fue altamente confiable (Celina y Campo, 2005). Además, en vista de que se empleó otro instrumento, pero dirigido a recoger datos de fuentes gubernamentales, no fue necesario efectuar el análisis de validez y confiabilidad para este instrumento, puesto que la información recolectada es confiable.

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Municipalidad Provincial de Cusco

La Municipalidad del Cusco (MPC) proyecta trabajar bajo el marco institucional del buen desarrollo impulsando el empleo de las TIC para fomentar un innovador modelo de gestión pública y, así, mejorar el uso de servicios de los ciudadanos cusqueños. Esto implica también incrementar la efectividad de la gestión, la inclusión social, la transparencia de información, la colaboración y la participación ciudadana para desarrollar una comunidad informada (MPC, 2021).

4.1.1 Misión

La misión de la entidad es la siguiente: “Promover el desarrollo local de la provincia del Cusco de manera inclusiva, integral y sostenible, protegiendo el patrimonio cultural y fomentando la competitividad” (MPC, 2021, párr. 5).

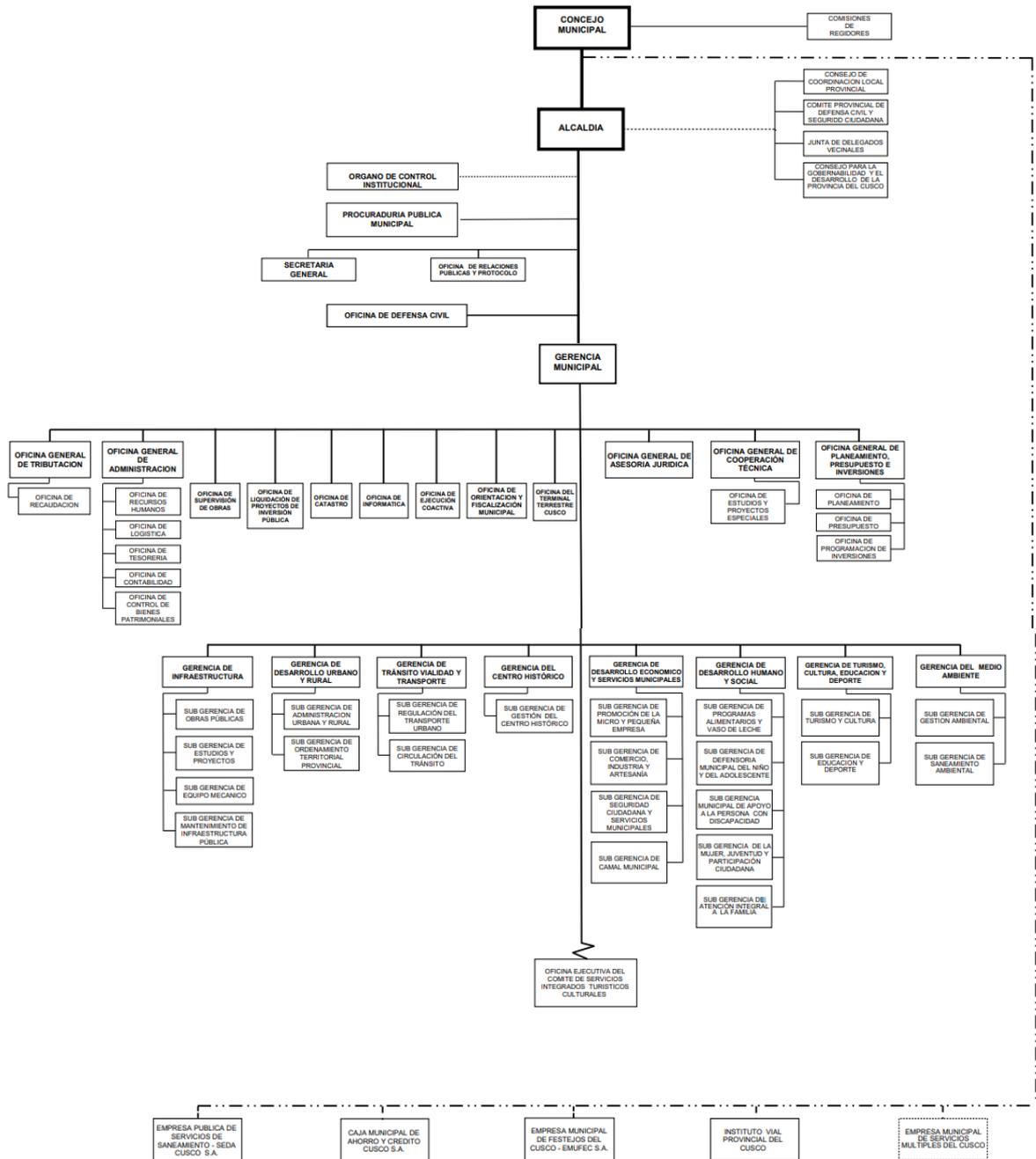
4.1.2 Visión

La visión de la entidad es la siguiente: “Ser una Municipalidad modelo que impulsa el desarrollo integral de la comunidad, con una gestión eficiente, transparente y con una activa participación ciudadana, posicionando a Cusco como una ciudad saludable, segura, ordenada e inclusiva que fomente la cultura” (MPC, 2021, párr. 6).

4.1.3 Estructura organizacional

Figura 1

Organigrama de la Municipalidad Provincial de Cusco



Fuente: MPC (2023)

4.1.4 Oficina de Logística

La Oficina de Operaciones Planificadas o la Oficina de Estrategias es el órgano de ayuda autorizada de tercer nivel organizacional, responsable del aprovisionamiento

oportuno de bienes y servicios, así como del sostenimiento y la protección de los bienes muebles e inmuebles de la municipalidad, conforme lo indican los lineamientos normativos del Sistema Nacional de Abastecimiento (MPC, 2021).

Son funciones de la Oficina de Logística las siguientes:

- Seguir y mantener coherencia con las normas, leyes y disposiciones establecidas en el Sistema Nacional de Abastecimiento.
- Diseñar su propia planificación, organización, coordinación, además de dirigir y controlar los ejercicios de su propia oficina.
- Plantear, ejecutar y realizar una evaluación a su respectivo plan operativo, elaborar un cuadro de necesidades y una programación mensual de gastos que se deben ejecutar en función del Plan Anual de Contrataciones.
- Planificar la memoria anual de la Oficina de Logística, según las directrices de vigor o normatividad.
- Programar, gestionar y controlar técnicamente los procesos de contratación de bienes, servicios, consultorías u obras.
- Realizar un seguimiento a las diferentes fases de los procesos de selección para contratar bienes, servicios, consultorías u obras.
- Efectuar un control concurrente a los distintos tipos de procesos de selección: licitación pública, concurso público, adjudicación directa y adjudicación de menor cuantía.
- Registrar y publicar las diferentes fases de los procesos de selección en el Sistema Electrónico de Adquisiciones y Contrataciones del Estado (SEACE).
- Formular el Plan Anual de Contrataciones del Estado en función de las necesidades de la municipalidad.
- Verificar la calidad y cantidad de bienes y servicios adquiridos en función de las especificaciones técnicas requeridas por el área usuaria.
- Brindar oportunamente los contratos de bienes y servicios u obras adjudicadas al ganador del proceso de selección.
- Crear y registrar las órdenes de servicio.
- Crear y registrar las órdenes de compra.

- Efectuar con frecuencia un control sobre las existencias de almacén.
- Revisar y gestionar catálogos y otros documentos que permitan realizar la comparación de bienes, suministros y servicios.
- Gestionar el consumo de agua, energía eléctrica, servicio de telefonía y otros servicios públicos necesarios para el funcionamiento y desarrollo de actividades de la MPC.
- Otras labores asignadas a través de la Oficina General de Administración.

A continuación, se presenta el análisis de la información recabada en las encuestas aplicadas a los proveedores de la MPC y la información facilitada por esta referente a las compras directas. La información está estructurada en relación con los objetivos. De esta forma, se dará respuesta a cada uno.

4.2 Percepción de los proveedores sobre la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco

Para el caso, se realizó un riguroso proceso de baremación con el propósito de comprender y extraer un significado de los resultados obtenidos en la encuesta sobre “Percepción de la imagen institucional”. Cabe resaltar que la baremación consiste en asignar puntuaciones o valores a diferentes categorías, variables o ítems para establecer una escala de evaluación o clasificación. Esto permite medir o valorar características o aspectos específicos sobre la base de criterios predeterminados.

Se ha construido un enfoque objetivo y coherente que facilita la clasificación y el análisis de las respuestas. De este modo, se eligió de forma cuidadosa los criterios pertinentes y se los ponderó en función de su importancia relativa. La cuantificación de las respuestas y su posterior interpretación en relación con los criterios establecidos han facilitado descubrir patrones, tendencias y conexiones entre las variables sujetas a estudio, lo cual ha posibilitado conocer profundamente los datos recolectados.

Asimismo, la aplicación de una baremación ha proporcionado una estructura analítica sólida que ha contribuido a la obtención de información relevante y precisa para abordar los objetivos de investigación planteados. Este enfoque metodológico ha asegurado un análisis riguroso y coherente de los resultados, y ha promovido la confiabilidad y la validez de las conclusiones extraídas de la encuesta. En resumen, la utilización de la baremación ha fortalecido la calidad y la robustez de este estudio de

posgrado, pues ha brindado una base sólida para la toma de decisiones informadas y la generación de conocimiento en el ámbito investigado.

Para el instrumento que permitió medir la “percepción de la imagen institucional” desde el punto de vista de los proveedores, se empleó la baremación que se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

Baremación para evaluar la “Percepción de la imagen institucional”

| Escala de baremación | Intervalo |
|----------------------|-------------|
| Muy negativo | [1,00-1,80] |
| Negativo | [1,81-2,60] |
| Neutral | [2,61-3,40] |
| Positivo | [3,41-4,20] |
| Muy positivo | [4,21-5,00] |

Fuente: Elaboración propia

Con esta escala, se indicará si la percepción que tienen los proveedores de la imagen institucional fue muy negativa o muy positiva. Para dar respuesta al objetivo específico 1, identificar cómo los proveedores perciben la imagen institucional de la MPC en el 2021, en la Tabla 4, se presentan los resultados.

Tabla 4

Tabla de frecuencia de la percepción de la imagen institucional

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|----------------------|
| Válido | Negativo | 10 | 5,6 |
| | Neutral | 5 | 2,8 |
| | Positivo | 95 | 53,7 |
| | Muy positivo | 67 | 37,9 |
| | Total | 177 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Tabla 4, se observa que la percepción de los proveedores con respecto a la imagen institucional de la entidad fue evaluada en diferentes categorías. El 53.7% de los participantes calificaron su percepción como “Positivo”, lo que indica que tienen una visión favorable de la entidad y su imagen. Además, el 37.9% de los participantes consideraron su percepción como “Muy positivo”, lo que refuerza la idea de una evaluación altamente favorable.

Por otro lado, se encontró que un pequeño porcentaje de los participantes, específicamente el 5.6%, calificó su percepción como “Negativo”. Esto indica que existe

una minoría de proveedores que tienen una visión desfavorable o crítica de la imagen institucional de la entidad. Además, el 2.8% de los participantes calificaron su percepción como “Neutral”, lo que sugiere que tienen una postura neutral o indiferente hacia la imagen de la entidad.

Asimismo, cabe resaltar que la imagen institucional cumple un rol importante en la interacción entre la entidad y los proveedores, ya que busca transmitir una imagen positiva y generar confianza. Además, la percepción de los proveedores puede estar influenciada por experiencias previas, impresiones y conocimientos que han adquirido sobre la entidad.

En función de la definición y los resultados, en general, la entidad ha logrado generar una percepción favorable en la mayoría de los proveedores. Sin embargo, requiere un frecuente monitoreo y evaluación para identificar posibles áreas de mejora y abordar las preocupaciones de aquellos proveedores que tienen una percepción negativa.

En general, se tiene conocimiento de la percepción de los proveedores con respecto a la imagen institucional, pero fue necesario, también, considerar que este se compone de tres dimensiones. En la Tabla 5, se exponen los siguientes resultados.

Tabla 5

Tabla de frecuencia de la percepción de la identidad institucional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | Muy negativo | 3 | 1,7 | 1,7 |
| | Negativo | 8 | 4,5 | 6,2 |
| | Neutral | 6 | 3,4 | 9,6 |
| | Positivo | 96 | 54,2 | 63,8 |
| | Muy positivo | 64 | 36,2 | 100,0 |
| | Total | 177 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Tabla 5, se observa la percepción de los proveedores con respecto a la identidad institucional de la municipalidad. Los resultados muestran que un porcentaje significativo de estos, específicamente el 54.2%, percibieron la identidad institucional como “Positivo”. Además, el 36.2% de los proveedores la calificaron como “Muy positivo”. Estos resultados reflejan una evaluación mayoritariamente favorable de la identidad institucional por parte de los proveedores.

Por otro lado, se encontró que un pequeño porcentaje de los proveedores, el 4.5%, percibieron la identidad institucional como “Negativo”. Asimismo, el 3.4% de los

proveedores se mostraron “Neutral” en su percepción, mientras que el 1.7% la calificó como “Muy negativo”. Por tanto, se reconoció que existe una minoría de proveedores que tienen una visión desfavorable o crítica de la identidad institucional de la municipalidad.

De acuerdo con la teoría, la identidad institucional es un aspecto crucial para la relación entre la municipalidad y sus proveedores, ya que se refiere a la imagen que la entidad proyecta y cómo es percibida por aquellos. En general, los resultados sugieren que la municipalidad ha logrado transmitir una identidad institucional positiva a la mayoría de los proveedores.

Esto puede atribuirse a factores como la claridad de la misión y la visión de la municipalidad, así como la correcta gestión de los procesos relacionados con las compras y la atención a proveedores. Sin embargo, es aún fundamental que la municipalidad continúe trabajando en la gestión de la identidad y en la mejora de los procesos para mantener una relación favorable con los proveedores y promover una imagen institucional sólida y confiable, puesto que existe una cantidad de proveedores que no percibe positivamente la identidad institucional.

Tabla 6

Tabla de frecuencia de la percepción de la comunicación institucional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | Muy negativo | 1 | ,6 | ,6 |
| | Negativo | 13 | 7,3 | 7,9 |
| | Neutral | 1 | ,6 | 8,5 |
| | Positivo | 116 | 65,5 | 74,0 |
| | Muy positivo | 46 | 26,0 | 100,0 |
| | Total | 177 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Tabla 6, se observa la percepción de los proveedores con respecto a la comunicación institucional de la municipalidad. Los resultados revelan que una gran mayoría de los proveedores, específicamente el 65.5%, percibieron la comunicación institucional como “Positivo”. Además, el 26.0% de los proveedores la calificaron como “Muy positivo”. Estos datos indican que la mayoría de los proveedores tienen una percepción favorable de la comunicación institucional de la municipalidad.

Por otro lado, se encontró que un porcentaje reducido de los proveedores, el 7.3%, percibieron la comunicación institucional como “Negativo”. Solo el 0.6% de los proveedores la calificaron como “Muy negativo”. Además, un pequeño porcentaje de los

proveedores se mostraron “Neutral” en su percepción. En este sentido, existe una minoría de proveedores que tienen una percepción desfavorable o neutral de la comunicación institucional de la municipalidad.

Considerando que la comunicación institucional desempeña un papel fundamental en la relación entre la municipalidad y sus proveedores, porque facilita la transmisión de información relevante, la resolución de problemas y el establecimiento de expectativas claras, los resultados señalan que la municipalidad ha logrado en su mayoría transmitir una comunicación institucional positiva a los proveedores. Esto puede atribuirse a factores como la eficiencia en la transmisión de observaciones, el cumplimiento de los plazos de pago y la adecuada coordinación entre las diferentes áreas involucradas en el proceso de compras.

Empero, la percepción negativa o neutral de algunos proveedores en cuanto a la comunicación institucional representa una oportunidad de mejora. En vista de que la información no llega de manera oportuna, las observaciones no son claras y factibles de subsanar. Además, no existe una coordinación fluida entre los funcionarios y las áreas involucradas. Este análisis de las percepciones proporciona una base sólida para identificar áreas de mejora y adoptar acciones que fortalezcan la comunicación y promuevan una relación positiva con los proveedores.

Tabla 7

Tabla de frecuencia de la percepción de la realidad institucional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|----------------------|
| Válido | Negativo | 5 | 2,8 | 2,8 |
| | Neutral | 15 | 8,5 | 11,3 |
| | Positivo | 107 | 60,5 | 71,8 |
| | Muy positivo | 50 | 28,2 | 100,0 |
| | Total | 177 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Tabla 7, se aprecia la percepción de los proveedores con respecto a la realidad institucional de la municipalidad. Los resultados indican que el 60.5% de los proveedores calificaron su percepción como “Positivo”, lo cual refleja una apreciación favorable de la realidad institucional. Además, el 28.2% de los proveedores la calificaron como “Muy positivo”, lo que sugiere un nivel aún mayor de satisfacción.

Por otro lado, se encontró que el 8.5% de los proveedores se ubicaron en la categoría “Neutral”, lo que implica que tienen una percepción neutra o no han formado una opinión clara sobre la realidad institucional de la municipalidad. Asimismo, solo el 2.8% de los proveedores percibieron la realidad institucional como “Negativo”. Estos hallazgos indican que la mayoría de los proveedores tienen una percepción positiva de la realidad institucional, mientras que una minoría muestra una percepción negativa o neutral.

Estos resultados sugieren que la municipalidad ha logrado establecer en cierta medida una realidad positiva frente a los proveedores en general. La mayoría de proveedores aprecia la realidad y la consideran positiva, lo cual produce un impacto positivo en las relaciones entre la municipalidad y los proveedores. Sin embargo, aquella no cuenta con un flujograma que simplifique gráficamente los procesos de compra directa y que sea amigable para los proveedores.

4.3 Compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco

Los resultados que se presentan a continuación dan muestra de las compras directas que la MPC efectuó durante el año 2021. Durante el 2021, la MPC asignó un presupuesto total de S/ 33,645,689.00 para la adquisición de bienes y servicios según PIM. En la Tabla 8, se observa esta información.

Tabla 8

Adquisición de bienes y servicios de la MPC 2021

| Subgenérica | PIA | PIM | % PIM |
|--------------------------|---------------|---------------|---------|
| Compras de bienes | 10,976,172.00 | 8,267,706.00 | 24.57% |
| Adquisición de servicios | 21,531,398.00 | 25,377,983.00 | 75.43% |
| Total | 32,507,570.00 | 33,645,689.00 | 100.00% |

Nota. Los datos son proporcionados por la plataforma Consulta Amigable del MEF (2023)

El análisis detallado de la Tabla 8 revela patrones significativos en la distribución del presupuesto asignado por la MPC en su proceso de adquisición de bienes y servicios. Estos hallazgos son importantes para comprender la asignación y la distribución de los recursos financieros en la gestión pública.

Se destaca que la MPC ha dado prioridad a la adquisición de servicios, para lo cual ha asignado una mayor proporción de su presupuesto a esta categoría. Con un total de S/ 25,377,983.00 destinados a la adquisición de servicios, ha evidenciado un compromiso significativo con la contratación y adquisición de servicios. Este enfoque

refleja la importancia que la MPC otorga a la contratación de servicios especializados y expertos para realizar actividades y proyectos relevantes para el desarrollo local.

Por otro lado, si bien la asignación de recursos para la compra de bienes es menor en comparación con los servicios, no se puede subestimar su importancia. La MPC ha destinado un presupuesto considerable de S/ 8,267,706.00 para la adquisición de bienes, lo cual resalta su compromiso con la provisión de bienes necesarios para el funcionamiento y el desarrollo de sus actividades. Estos pueden incluir equipos, materiales, suministros y otros elementos fundamentales para la operatividad eficiente de la municipalidad y la prestación de servicios públicos (ver Tabla 9).

Tabla 9

Porcentaje de compras directas respecto del total de adquisición de bienes

| Subgenérica | PIA | PIM | Compromiso anual | Devengado |
|--------------------|------------|-----------|------------------|--------------|
| Compras de bienes | 10,976,172 | 8,267,706 | 7,472,637.00 | 7,429,597.00 |
| Compras directas | | | | 5,490,219.14 |
| % compras directas | | | | 73.89% |

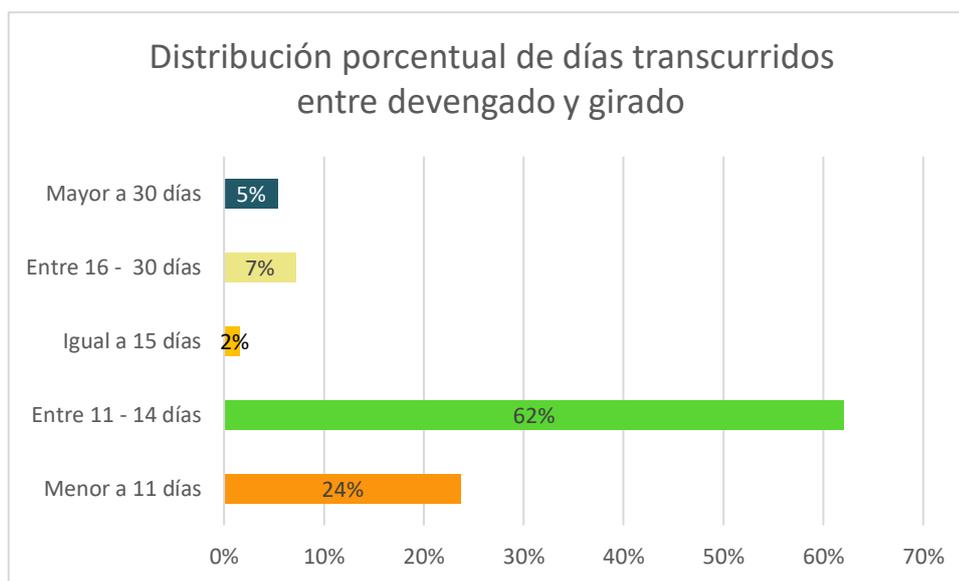
Nota. Los datos son proporcionados por la plataforma Consulta Amigable del MEF (2023) y la información del Formato A del SIAF.

El análisis detallado de la Tabla 9 revela información clave sobre el total de compras efectuadas por la MPC, que llegó al total de 3287 expedientes de compra durante el período en estudio. Asimismo, muestra el porcentaje de adquisiciones realizadas por la modalidad de compra directa. Esto ha generado un análisis de datos que permite comprender la magnitud y el alcance de este tipo de compras públicas.

En primer lugar, se destaca que el total de compras directas realizadas por la MPC asciende a 2136, lo que indica una actividad significativa en términos de adquisiciones directas de bienes. Este volumen de compras refleja la necesidad y la demanda de bienes por parte de la municipalidad para realizar sus operaciones y proyectos, así como para garantizar la provisión de servicios públicos a la comunidad. A continuación, se presenta, en la Figura 2, información sobre los expedientes de compra directa y el periodo de tiempo entre las fases del devengado y la aprobación del girado.

Figura 2

Distribución porcentual de días transcurridos entre devengado y girado



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al devengado por la compra de bienes, se observa un monto total que asciende a S/ 7,429,597.00. De este monto, el 73.89% corresponde al total devengado por compras directas, lo que indica una proporción significativa de recursos invertidos en la adquisición de bienes a través de esta modalidad. Esto demuestra la relevancia y la eficiencia de las compras directas como mecanismo para adquirir bienes necesarios de manera ágil y oportuna.

Además, se destaca que el devengado específico por compras directas asciende a un total de S/ 5,490,219.14. Este monto representa la cantidad real gastada en la adquisición de bienes bajo esta modalidad. Asimismo, refleja el compromiso y la inversión de la MPC en la obtención de los recursos necesarios para el desarrollo de sus actividades y la satisfacción de las necesidades de la comunidad (ver Tabla 10 y Tabla 11).

Tabla 10

Relación de compras directas de la MPC con una diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días

| Orden | Monto S/. |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| 6 | 33,275.00 | 891 | 34,650.00 | 1560 | 18,835.00 | 2200 | 6,580.00 |
| 5 | 6,000.00 | 926 | 6,020.00 | 1561 | 18,500.00 | 2202 | 14,100.00 |
| 10 | 15,430.00 | 929 | 15,092.00 | 1564 | 4,788.00 | 2212 | 6,227.10 |
| 17 | 12,031.20 | 933 | 19,980.00 | 1566 | 34,017.00 | 2217 | 6,783.10 |
| 32 | 10,480.00 | 872 | 4,539.00 | 1573 | 5,850.00 | 2236 | 6,950.79 |
| 44 | 6,285.00 | 948 | 29,479.00 | 1574 | 14,080.00 | 2301 | 28,000.00 |
| 45 | 33,900.00 | 949 | 9,625.00 | 1594 | 28,024.00 | 2307 | 5,621.00 |
| 61 | 12,600.00 | 975 | 14,465.00 | 1612 | 7,300.00 | 2311 | 5,887.00 |
| 66 | 9,340.00 | 988 | 20,100.00 | 1610 | 5,580.00 | 2315 | 1,128.00 |
| 75 | 16,650.00 | 989 | 35,100.00 | 1613 | 5,190.00 | 2316 | 20,405.00 |
| 76 | 24,500.00 | 1002 | 12,120.00 | 1615 | 7,693.00 | 2346 | 8,050.00 |
| 84 | 33,800.00 | 1006 | 9,460.00 | 1639 | 6,760.00 | 2362 | 32,200.00 |
| 89 | 25,800.00 | 1031 | 9,003.25 | 1640 | 12,145.00 | 2395 | 20,944.70 |
| 99 | 17,970.00 | 1032 | 18,184.00 | 1641 | 35,090.00 | 2409 | 9,302.30 |
| 107 | 30,037.00 | 1033 | 11,835.00 | 1642 | 6,200.00 | 2425 | 31,901.00 |
| 109 | 6,650.00 | 1048 | 7,310.00 | 1648 | 8,640.00 | 2436 | 6,644.00 |
| 135 | 7,355.00 | 1050 | 6,000.00 | 1649 | 10,249.00 | 2487 | 4,438.00 |
| 133 | 15,652.00 | 1055 | 6,110.00 | 1664 | 17,046.20 | 2495 | 5,285.00 |
| 140 | 8,190.00 | 1075 | 4,668.00 | 1671 | 34,385.00 | 2487 | 34,870.00 |
| 162 | 33,750.00 | 1077 | 4,815.00 | 1681 | 5,750.00 | 2510 | 33,000.00 |
| 83 | 6,200.00 | 1094 | 29,467.00 | 1685 | 35,196.00 | 2511 | 24,275.00 |
| 171 | 19,302.00 | 1103 | 14,210.00 | 1686 | 18,146.25 | 2513 | 25,550.00 |
| 180 | 5,594.50 | 1109 | 12,600.00 | 1688 | 10,800.00 | 2514 | 28,000.00 |
| 274 | 4,500.00 | 1114 | 6,498.00 | 1692 | 5,838.00 | 2519 | 8,420.00 |
| 284 | 13,100.00 | 1120 | 35,175.00 | 1698 | 4,810.00 | 2525 | 7,610.50 |
| 286 | 10,945.00 | 1128 | 26,410.00 | 1708 | 4,428.00 | 2469 | 27,750.00 |
| 300 | 13,861.00 | 1148 | 8,700.00 | 1726 | 10,010.00 | 2538 | 7,920.00 |
| 313 | 12,720.00 | 1149 | 29,400.00 | 1735 | 9,460.00 | 2541 | 5,530.00 |
| 334 | 17,250.00 | 1174 | 10,948.00 | 1722 | 5,570.50 | 2545 | 16,020.00 |
| 335 | 17,250.00 | 1215 | 5,050.00 | 1746 | 5,200.00 | 2548 | 19,000.00 |
| 349 | 22,000.00 | 1219 | 26,550.00 | 1750 | 14,250.00 | 2566 | 28,800.00 |
| 353 | 4,650.00 | 1220 | 13,250.00 | 1751 | 17,261.70 | 2568 | 9,457.50 |
| 382 | 5,441.00 | 1225 | 7,600.00 | 1756 | 14,766.00 | 2570 | 25,466.00 |
| 383 | 2,544.50 | 1227 | 5,814.00 | 1757 | 7,865.00 | 2573 | 15,300.00 |
| 391 | 35,175.00 | 1238 | 6,995.04 | 1760 | 23,400.00 | 2577 | 25,130.00 |
| 363 | 6,174.00 | 1271 | 6,440.00 | 1787 | 20,000.00 | 2578 | 24,788.00 |
| 390 | 6,900.00 | 1230 | 31,504.00 | 1797 | 28,460.00 | 2580 | 11,350.00 |
| 408 | 9,410.00 | 1302 | 21,162.50 | 1806 | 8,325.00 | 2582 | 5,599.00 |
| 414 | 9,450.00 | 1276 | 4,590.00 | 1833 | 6,690.00 | 2588 | 7,600.00 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Relación de compras directas de la MPC con una diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días (segunda parte)

| Orden | Monto S/ |
|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| 425 | 16,500.00 | 1287 | 4,670.00 | 1832 | 9,600.00 | 2589 | 16,000.00 |
| 433 | 10,200.00 | 1335 | 5,152.00 | 1837 | 4,735.00 | 2599 | 8,060.00 |
| 435 | 4,620.00 | 1286 | 4,800.00 | 1896 | 5,360.00 | 2618 | 13,620.00 |
| 441 | 10,400.00 | 1290 | 34,350.00 | 1749 | 16,830.00 | 2622 | 21,753.00 |
| 455 | 15,309.00 | 1304 | 27,000.00 | 1756 | 14,766.00 | 2623 | 32,751.00 |
| 459 | 5,670.00 | 1333 | 26,000.00 | 1896 | 5,360.00 | 2626 | 6,625.00 |
| 461 | 10,400.00 | 1340 | 8,356.00 | 1897 | 27,957.00 | 2629 | 5,611.80 |
| 480 | 5,110.00 | 1344 | 11,235.00 | 1898 | 19,770.00 | 2630 | 32,800.00 |
| 482 | 21,320.00 | 1349 | 4,995.00 | 1900 | 5,450.00 | 2631 | 35,184.00 |
| 485 | 17,670.00 | 1351 | 5,240.00 | 1907 | 22,800.00 | 2634 | 16,110.00 |
| 495 | 5,516.00 | 1353 | 15,000.00 | 1911 | 32,480.00 | 2646 | 34,825.00 |
| 509 | 13,200.00 | 1315 | 6,105.00 | 1930 | 4,536.00 | 2648 | 5,400.00 |
| 515 | 5,500.00 | 1374 | 17,187.50 | 1931 | 28,315.20 | 2651 | 32,400.00 |
| 517 | 28,300.00 | 1375 | 8,358.00 | 1932 | 5,220.00 | 2677 | 16,667.00 |
| 542 | 14,300.00 | 1377 | 12,630.00 | 1947 | 13,500.00 | 2678 | 4,572.50 |
| 554 | 35,191.50 | 1386 | 6,620.00 | 1909 | 7,000.00 | 2679 | 6,956.00 |
| 564 | 5,880.00 | 1392 | 28,241.50 | 1960 | 34,980.00 | 2682 | 23,793.90 |
| 572 | 18,726.60 | 1395 | 16,200.00 | 1961 | 33,250.00 | 2699 | 17,955.00 |
| 593 | 14,100.00 | 1399 | 7,074.00 | 1968 | 5,800.00 | 2700 | 8,000.00 |
| 603 | 7,936.00 | 1406 | 5,008.00 | 1978 | 11,700.00 | 2703 | 14,569.00 |
| 604 | 35,196.00 | 1412 | 13,800.00 | 1979 | 19,152.00 | 2711 | 15,844.05 |
| 667 | 4,500.00 | 1422 | 35,090.00 | 2011 | 5,322.10 | 2725 | 5,810.00 |
| 689 | 10,400.00 | 1444 | 19,018.00 | 2067 | 10,480.00 | 2763 | 4,920.00 |
| 693 | 14,140.00 | 1451 | 14,498.00 | 2088 | 5,545.50 | 2765 | 6,994.18 |
| 715 | 8,605.00 | 1452 | 5,726.00 | 2117 | 32,388.00 | 2833 | 17335 |
| 716 | 6,905.00 | 1462 | 4,968.00 | 2134 | 23,227.00 | 2613 | 5610 |
| 720 | 4,500.00 | 1455 | 5,775.00 | 2141 | 35,100.00 | 2843 | 9800 |
| 729 | 4,554.00 | 1481 | 4,760.00 | 2163 | 10,480.00 | 2861 | 12342.5 |
| 734 | 8,892.00 | 1496 | 10,800.00 | 2172 | 5,809.00 | 2925 | 16585 |
| 744 | 6,825.00 | 1517 | 15,105.00 | 2173 | 8,154.00 | 2942 | 4680 |
| 803 | 14,700.00 | 1533 | 6,700.00 | 2179 | 5,740.00 | 2981 | 9550 |
| 804 | 12,250.00 | 1535 | 12,250.00 | 2179 | 5,565.00 | 2984 | 13200 |
| 805 | 22,410.00 | 1536 | 11,774.00 | 2189 | 34,875.00 | 3051 | 7898.88 |
| 822 | 11,550.00 | 1537 | 8,750.00 | 2193 | 5,540.30 | 3054 | 30000 |
| 854 | 7,400.00 | 1542 | 16,500.00 | 2195 | 4,510.00 | 3058 | 5445 |
| 876 | 26,195.00 | 1553 | 24,250.00 | 2197 | 19,000.00 | 3074 | 10000 |
| 879 | 13,230.00 | 1558 | 34,687.60 | 2198 | 28,000.00 | 3087 | 4406.19 |
| Sub total | 1,060,263.30 | Sub total | 1,079,592.39 | Sub total | 1,104,895.75 | Sub total | 1,155,956.99 |
| | | | Total | | | | 4,400,708.43 |

Fuente: Elaboración propia

En este ámbito, el análisis documental arroja los datos que se aprecian en la Tabla 12.

Tabla 12

Periodo de tiempo entre el devengado y girado por compras directas mayor o igual a 15 días durante el 2021

| | |
|-------------------------|-------|
| Total de días | 11139 |
| Mínima cantidad de días | 15 |
| Máxima cantidad de días | 166 |
| Promedio de días | 37 |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 12, se observa que el promedio de días que espera un proveedor para recibir la compensación monetaria cuando existen observaciones en la orden de compra en cuanto a los bienes administrados a la MPC durante el periodo de estudio fue de 37 días. Este promedio refleja una variación significativa, con un mínimo de 15 días de espera luego del devengado y girado, y un máximo de 166 días después de la aprobación del devengado. Es importante destacar que se han identificado algunos casos excepcionales que superan los 50 días de espera. Estos hallazgos indican que existe un retraso considerable en el proceso de compensación, lo cual puede afectar negativamente la percepción de la imagen de la municipalidad por parte de los proveedores, ya que estos son obligados a esperar un periodo de tiempo mayor al establecido en la directiva interna de la institución.

Estos resultados resaltan la necesidad de adoptar medidas correctivas para agilizar el proceso de compensación monetaria a los proveedores de la MPC. La reducción de los tiempos de espera contribuirá a fortalecer la relación con los proveedores, mejorar la imagen institucional y fomentar la confianza en la gestión de la municipalidad.

Asimismo, con la presente baremación, expuesta en la Tabla 13, se buscó identificar el nivel de compras directas de acuerdo con los porcentajes correspondientes. Además, permitió clasificar el nivel de compras directas en diferentes categorías, lo cual proporcionó una referencia para evaluar y comparar los resultados obtenidos.

Tabla 13

Baremación para identificar el nivel de compras directas.

| Baremación | |
|------------|--------------|
| Bajo | [1% - 33%] |
| Regular | [34% - 67%] |
| Alto | [68% - 100%] |

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 13, se expuso una baremación diseñada para evaluar y categorizar el nivel de compras directas en el ámbito de estudio de esta tesis de postgrado. Esta baremación se basa en un criterio porcentual que permite identificar tres niveles: bajo, regular y alto.

La categoría “Bajo” se refiere a aquellos valores que se sitúan en el rango del 1% al 33% del total. Este intervalo indica que la MPC analizada realiza un porcentaje limitado de compras directas en relación con otras formas de adquisición de bienes y servicios. La categoría “Regular”, en cambio, abarca los valores que se encuentran en el rango del 34% al 67%. Esto señala que la entidad tiene un nivel moderado de compras directas, lo que implica que una parte considerable de sus adquisiciones se realiza mediante este método. Por último, la categoría “Alto” comprende los valores que oscilan entre el 68% y el 100%. Esto indica que la entidad realiza un porcentaje significativo de compras directas, lo que implica que este enfoque es preponderante en su estrategia de aprovisionamiento.

El uso de esta baremación en la investigación permite clasificar y evaluar de manera objetiva el nivel de compras directas. Esto resulta relevante para comprender y comparar los enfoques de adquisición utilizados por distintas entidades en el contexto estudiado. Además, ofrece una base sólida para el análisis y la toma de decisiones en el ámbito de la gestión de compras directas.

4.4 Normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas

Conforme con la normatividad manejada por la MPC para las compras directas, primero, este tipo de compras están comprendidas dentro del apartado de Contratación Directa del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, mencionado en el Artículo 100, correspondiente a las condiciones para el empleo de la Contratación Directa para la adquisición de bienes por una situación de emergencia o en caso de desabastecimiento.

Al momento de entregar el proveedor los bienes solicitados a la MPC, la recepción y conformidad, están regulados por lo establecido en el Artículo 168 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado (Decreto Supremo N.º 344-2018-EF, 2018), que señala como encargado de la recepción al Área de Abastecimiento, mientras que la conformidad debe ser otorgada por el Área Usuaria en un plazo de siete a 15 días como máximo después de producida la recepción. Cuando existen observaciones, la MPC comunica al proveedor y le otorga un plazo para la subsanación no menor de dos ni mayor a ocho días. Por otro lado, si a la culminación del plazo concedido, el proveedor no llega a realizar la subsanación, la MPC podrá conceder periodos adicionales, que se encontrarán pendientes a la aplicación de una pena por una demora consignada a partir del día en que expira el plazo otorgado para realizar la subsanación.

Por otro lado, con respecto al pago, la MPC se encuentra en la obligación de realizar el pago de la contraprestación al proveedor luego de efectuada la recepción formal y completa del expediente documental, según lo enmarcado en el Artículo 171 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado (Decreto Supremo N.º 344-2018-EF, 2018) . Además, como normativa interna, para compras menores a 8 UIT, la MPC tiene una directiva aprobada por la Resolución de Gerencia Municipal N° 742-GM/ MPC- 2017 (2017), la cual regula el proceso que siguen las órdenes de compra. La MPC no cuenta con una directiva para Tesorería que establezca plazos para el pago a proveedores, lo cual tampoco se encuentra en la directiva para compras menores a 8 UIT.

Considerando el análisis y la revisión documental, durante el 2021, en la MPC, se identificaron 2136 órdenes de compra realizadas bajo la modalidad de compra directa. En este conjunto, se identificaron 304 expedientes con una diferencia entre el devengado y la aprobación del girado de 15 días a más. Por ende, se requirió efectuar un instrumento que permita la evaluación de cómo la normativa de compras directas garantiza el pago a tiempo según los proveedores. De acuerdo con los resultados agrupados y presentados a continuación, se precisó una baremación separada sobre la base del instrumento empleado, que permita a través de una escala de puntuaciones la interpretación de los resultados obtenidos (ver Tabla 14).

Tabla 14

Baremación para evaluar la “percepción de la normatividad en el pago a tiempo a proveedores”

| Escala de baremación | Intervalo |
|----------------------|-------------|
| Muy inadecuado | [1,00-1,80] |
| Inadecuado | [1,81-2,60] |
| Neutral | [2,61-3,40] |
| Adecuado | [3,41-4,20] |
| Muy adecuado | [4,21-5,00] |

Fuente: Elaboración propia

Con esta escala, se indicará si la normativa que la MPC considera para la adquisición de bienes por la modalidad de compras directas, mencionada en párrafos anteriores, garantiza el pago a tiempo a los proveedores. Por ende, los resultados son los que se aprecian en la Tabla 15.

Tabla 15

Percepción de la normatividad en el pago a tiempo a proveedores

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|----------------------|
| Muy inadecuado | 12 | 6,8 | 6,8 |
| Inadecuado | 79 | 44,6 | 51,4 |
| Neutral | 51 | 28,8 | 80,2 |
| Adecuado | 19 | 10,7 | 91,0 |
| Muy adecuado | 16 | 9,0 | 100,0 |
| Total | 177 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Tabla 15, se reconoce que gran parte de los proveedores consideran que la normativa aplicable por la MPC para compras directas no les garantiza un pago a tiempo. Se recoge evidencia de esta situación en la encuesta aplicada, en la cual el 6.8% de los proveedores encuestados tienen una calificación de “Muy inadecuada”, mientras que el 44.6% califica la normatividad como “Inadecuada”. Por otro lado, el 28.8% mantuvo una posición “Neutral” frente a la normatividad. En cambio, los proveedores que perciben que la normativa de compras directas les garantiza un pago a tiempo son un 10.7%, que califica de “Adecuada”, y el 9.0%, como “Muy adecuada” para el pago a tiempo.

4.5 Contrastación de hipótesis

Antes de efectuar la contrastación de las hipótesis, fue necesaria una prueba de normalidad, específicamente la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Esta permitió reconocer qué tipo de distribución siguen los datos recogidos por los instrumentos. Cabe resaltar que la prueba elegida se realizó sobre la base de la cantidad de individuos que conformaron la muestra. Esto se debe a que se emplea cuando el tamaño muestral es superior a 50.

Para la verificación de la normalidad de los datos, se requirió el planteamiento de las siguientes hipótesis:

- H_0 : Los datos de la muestra presentan distribución normal.
- H_a : Los datos de la muestra no presentan distribución normal.

Para aceptar o rechazar H_0 , el valor de significancia (o valor p) de la prueba Kolmogorov-Smirnov deberá ser mayor a 0,05. En este sentido, en la Tabla 16, se ofrecen los resultados.

Tabla 16

Prueba de normalidad de Kolmogorv-Smirnov

| | Prueba de normalidad | | |
|----------------------|---------------------------------|-----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
| | Estadístico | df | Sig. |
| Imagen institucional | 0,125 | 177 | ,058 |
| Compras directas | 0,426 | 177 | ,061 |

Fuente: Elaboración propia

Conforme con los resultados, para la variable “imagen institucional”, el valor de Sig. fue de $0,058 > 0,05$; en tanto, para la variable “compras directas” el valor de Sig. fue de $0,061 > 0,05$. Como ambos valores p superan el valor de prueba, se acepta la H_0 , con lo cual se reconoce que los datos presentaron distribución normal. En este sentido, las siguientes pruebas para contrastar las hipótesis de la investigación serán paramétricas.

4.5.1 Hipótesis general

Para contrastar la hipótesis de investigación general, se plantearon las siguientes hipótesis:

- Ho: La percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores no incide significativamente en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.
- Ha: La percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores incide significativamente en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

Además, se toma en consideración lo siguiente:

- Nivel de confianza = 95%
- $\alpha = 0.05$ o 5%

Asimismo, los criterios para rechazar o aceptar la hipótesis alterna de investigación son los que siguen:

- Se rechaza Ho si sig. (valor P) < 0,05
- Se acepta la Ho si sig. (valor P) > 0,05

Para aceptar o rechazar la hipótesis alterna (Ha), el valor Sig. o valor p debe ser menor a 0,05, conforme con la prueba de correlación paramétrica de Pearson, la cual permite reconocer la asociación y el nivel de esta. En este sentido, se obtuvieron los resultados que se exponen en la Tabla 17.

Tabla 17

Correlación entre percepción de la imagen institucional y las compras directas

| | | Imagen institucional | Compras directas |
|----------------------|------------------------|----------------------|------------------|
| Imagen institucional | Correlación de Pearson | 1,000 | -,101 |
| | Significancia | . | ,179 |
| | N | 177 | 177 |
| Compras directas | Correlación de Pearson | -,101 | 1,000 |
| | Significancia | ,179 | . |
| | N | 177 | 177 |

Fuente: Elaboración propia

Sobre la base de los resultados presentados en la Tabla 17, se evidencia que la correlación de Pearson entre la percepción de la imagen institucional y las compras directas es de -0,101, mientras que la significancia correspondiente a esta correlación es de 0,179.

Asimismo, para evaluar la hipótesis alterna (Ha) de que existe una asociación entre la percepción de la imagen institucional y las compras directas, se comparó el valor

p obtenido (0,179) con un umbral de significancia predeterminado establecido en 0,05. En este caso, como el valor p (0,179) fue mayor que 0,05, hay suficiente evidencia para aceptar la hipótesis nula (H_0), que establece que no hay una asociación significativa entre la percepción de la imagen institucional y las compras directas.

En resumen, según los resultados obtenidos, no se encontró evidencia estadística de una asociación significativa entre la percepción de la imagen institucional y las compras directas en el contexto del estudio. Esto se debe a que los proveedores tienen una recurrencia de pedidos a través de requerimientos por parte de la MPC; por eso, los consideran un cliente valioso con el cual trabajar.

4.5.2 Primera hipótesis específica

Para el contraste de las siguientes hipótesis específicas, se requirió de la prueba T de una muestra. Esta permitió establecer si la media poblacional desconocida es diferente de un valor específico. Para estimar esta prueba, se requirió de la formulación de las siguientes hipótesis:

- H_0 : Los proveedores no perciben como buena la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.
- H_a : Los proveedores perciben como buena la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

Además, se considera lo siguiente:

- Nivel de confianza = 95%
- $\alpha = 0.05$ o 5%

Asimismo, los criterios para rechazar o aceptar la hipótesis alterna de investigación fueron los siguientes:

- Se rechaza H_0 , si sig. (valor P) < 0,05
- Se acepta la H_0 , si sig. (valor P) > 0,05

Por otro lado, para la primera hipótesis específica, el valor prueba fue la media de las respuestas según la escala Likert, cuyo valor fue igual a 3. Conforme la prueba T de Student para una muestra, los resultados se aprecian en la Tabla 18 y la Tabla 19.

Tabla 18

Estadísticas para una muestra “imagen institucional”

| | N | Media | Desviación estándar | Desv. error promedio |
|----------------------|-----|--------|---------------------|----------------------|
| Imagen institucional | 177 | 3,7502 | ,55931 | ,04204 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Prueba t de Student de la imagen institucional

| | Valor prueba = 3 | | | | | |
|----------------------|------------------|-----|----------------|----------------------|--|----------|
| | t | gl | Sig. bilateral | Diferencia de medias | 95% de intervalo de confianza de la diferencia | |
| | | | | | Inferior | Superior |
| Imagen institucional | 17,844 | 176 | ,000 | ,75016 | ,6672 | ,8331 |

Fuente: Elaboración propia

La muestra evaluada reportó que la media de las respuestas fue de 3.7502. Esto indica que, en promedio, los proveedores tienen una percepción positiva de la imagen institucional de la MPC en el 2021. Asimismo, la desviación estándar de los valores de la muestra fue de 0.55931; por tanto, existe variabilidad en las respuestas de los proveedores con respecto a la imagen institucional. Además, como la desviación estándar del error promedio fue de 0.04204, se reconoció la precisión de la estimación de la media poblacional basada en la muestra.

Además, en la Tabla 19, el valor p obtenido fue menor a 0.05. Sobre la base de este resultado, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se concluye que los proveedores perciben como buena la imagen institucional de la MPC en el 2021. La muestra evaluada mostró puntuaciones medias más altas en comparación con la muestra normativa, lo que indica una percepción positiva por parte de los proveedores.

4.5.3 Segunda hipótesis específica

Para dar respuesta a la segunda hipótesis específica, se formularon las siguientes hipótesis:

- H_0 : No es alto el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

- Ha: Es alto el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021.

Además, se considera lo siguiente:

- Nivel de confianza = 95%
- $\alpha = 0.05$ o 5%

Asimismo, los criterios para rechazar o aceptar la hipótesis alterna de investigación fueron los siguientes:

- Se rechaza H_0 , si sig. (valor P) < 0,05
- Se acepta la H_0 , si sig. (valor P) > 0,05

Por otro lado, para la segunda hipótesis específica, el valor prueba fue la mitad del monto del devengado (ver Tabla 9), siendo el valor igual a S/ 2,745,109.57. Conforme la prueba T de Student para una muestra, los resultados fueron los que se muestran en la Tabla 20 y la Tabla 21.

Tabla 20

Estadísticas para una muestra “compras directas”

| | N | Media | Desviación estándar | Desv. Error promedio |
|------------------|-----|-----------|---------------------|----------------------|
| Compras directas | 177 | 14128,633 | 9455,3505 | 710,707 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

Prueba t de Student de las compras directas

| | t | gl | Sig. bilateral | Diferencia de medias | Valor prueba = 2 745 109.57 | |
|------------------|----------|-----|----------------|----------------------|--|--------------|
| | | | | | 95% de intervalo de confianza de la diferencia | |
| | | | | | Inferior | Superior |
| Compras directas | -3842,62 | 176 | ,000 | -2730980,94 | -2732383,493 | -2729578,494 |

Fuente: Elaboración propia

Conforme los resultados del análisis de la muestra de las compras directas realizadas por la MPC en el año 2021, se pudo determinar que la mitad de las compras directas efectuadas ascienden a un total de S/ 2,745,109.57. Esta cifra representa el valor central alrededor del cual se agrupan los montos de las compras y proporciona una medida

de referencia para comprender la tendencia general de los gastos directos realizados por la entidad.

Además, al examinar la dispersión de los montos de las compras directas, se encontró que la desviación estándar fue de 9455.3505. Esta medida estadística indica la variabilidad de los montos con respecto al promedio. Un valor más alto de desviación estándar implica una mayor dispersión de los montos.

Finalmente, en cuanto a la prueba de hipótesis realizada, se obtuvo un valor p de .000, el cual es menor que el nivel de significancia establecido de 0.05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se concluye que existe evidencia estadística suficiente para afirmar que el nivel de compras directas de la MPC en el año 2021 es alto. Esta conclusión implica que la municipalidad realizó un volumen significativo de compras directas durante el año 2021.

4.5.4 Tercera hipótesis específica

Para dar respuesta a la tercera hipótesis específica, se formularon las siguientes hipótesis:

- H_0 : La normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas no garantiza el pago a tiempo a proveedores.
- H_a : La normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a proveedores.

Además, se considera lo siguiente:

- Nivel de confianza = 95%
- $\alpha = 0.05$ o 5%

Los criterios para rechazar o aceptar la hipótesis alterna de investigación son los que siguen:

- Se rechaza H_0 , si sig. (valor P) < 0,05
- Se acepta la H_0 , si sig. (valor P) > 0,05

Por otro lado, para la primera hipótesis específica, el valor prueba fue la media de las respuestas según la escala Likert, siendo el valor igual a 3. Conforme la prueba T de

Student, para una muestra los resultados fueron los que se aprecian en la Tabla 22 y la Tabla 23.

Tabla 22

Estadísticas para una muestra “la normatividad garantiza el pago a tiempo a proveedores”

| | N | Media | Desviación estándar | Desv. Error promedio |
|------------------|-----|-------|---------------------|----------------------|
| Compras directas | 177 | 2,73 | ,984 | ,074 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Prueba t de Student de la normatividad garantiza el pago a tiempo a proveedores

| | Valor prueba = 3 | | | | | |
|--|------------------|-----|----------------|----------------------|--|----------|
| | t | gl | Sig. bilateral | Diferencia de medias | 95% de intervalo de confianza de la diferencia | |
| | | | | | Inferior | Superior |
| La normatividad garantiza el pago a tiempo a proveedores | -3,589 | 176 | ,000 | -,266 | -,41 | -,12 |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados, la media obtenida fue de 2.73 en la escala Likert utilizada. Esto indica que, en promedio, los participantes indicaron una percepción inferior al valor medio de la escala en relación con la garantía de pago a tiempo a proveedores. Por otro lado, el valor p obtenido fue ,000, lo cual es menor a la significancia establecida de ,05. Sobre la base de estos resultados, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a). Esto indica que la normatividad de la MPC aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a proveedores, según la evaluación de los participantes.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

A partir de la investigación, se arriba a las siguientes conclusiones:

- La toma de decisiones en cuanto a las adquisiciones directas de la MPC se fundamenta en criterios objetivos y necesidades operativas en el contexto de la emergencia sanitaria. Por otra parte, la percepción de los proveedores no incide de manera significativa en las compras directas; sin embargo, existe una recurrencia por parte del Área de Logística en los mismos proveedores.
- Es relevante destacar que un 91.6% de los proveedores participantes en el estudio han manifestado tener una percepción entre positiva a muy positiva sobre la imagen institucional de la entidad. De este modo, se acepta la hipótesis alternativa que indica que los proveedores perciben de manera positiva la imagen institucional de la MPC. Aún con estos resultados, existe un porcentaje menor de proveedores, equivalente al 8.4%, con una opinión que se mantiene entre neutral y negativa, indicativo de que aún existen aspectos internos por mejorar a nivel de la identidad institucional, la comunicación institucional y la realidad institucional.
- A través de la prueba de hipótesis se confirma que el nivel de compras directas efectuadas por la MPC es alto, respaldado por los datos estadísticos obtenidos. Estos destacan la influencia de la emergencia sanitaria provocada por la COVID-19 y los casos de desabastecimiento ocurridos durante el 2021. Esto generó un volumen de 2136 expedientes de compra directa, que representan un 65% del total de compras efectuadas por la MPC en ese año.
- Con respecto al cumplimiento de la normativa para compras menores a 8 UIT, se encontró 304 expedientes de compras directas con una diferencia superior a 14 días entre la fecha de devengado y la aprobación del girado. Ello promueve la interpretación de que, en algunos casos, no se cumplieron los plazos establecidos en las directivas internas de la MPC, que equivalen al 14% del total de expedientes de compras directas. Aun así, sobre la base de la prueba de hipótesis considerada, se acepta la hipótesis alternativa. Esta consigna que la normativa aplicable a las compras directas garantiza el pago a tiempo a los proveedores. De este modo, las compras directas que llegaron a girarse en un

máximo de 14 días posteriores a la fecha de entrega de bienes por el proveedor representan el 86% del total de expedientes.

5.2 Recomendaciones

Se ofrecen las siguientes recomendaciones:

- Es necesario mantener el trabajo que ha ido realizando la MPC para conservar la imagen institucional positiva que tienen los proveedores.
- Se debe implementar un flujograma que simplifique gráficamente el proceso de los expedientes de compra directa habituará a los proveedores al trámite documentario del sector público y facilitará su interpretación. De esta forma, mejorarán la realidad y la comunicación institucional entre la MPC y los proveedores. Además, este instrumento se complementa con la plataforma de seguimiento del expediente (SIAF), que da acceso al estado en el que se encuentran los expedientes de compra y servicios a nivel de las fases del gasto público.
- Es pertinente mejorar las habilidades técnicas y de gestión de los profesionales que laboran en las oficinas de Presupuesto, Logística, Contabilidad y Tesorería a través de capacitaciones, con el fin de agilizar el trámite documentario y reducir los plazos mediante un eficaz control previo a los expedientes de compra directa. Esto garantizará menores plazos a los proveedores, y permitirá al Área de Abastecimiento cotizar con nuevos proveedores y, de ese modo, obtener mejores ofertas.
- Se requiere establecer políticas y procedimientos claros para la adquisición de bienes por compra directa, en los que se definan plazos razonables para las operaciones que se realizan durante el trámite documentario y las sanciones a nivel administrativo por el incumplimiento de estas. Esto brindará mayor confianza a los proveedores de aceptar cotizaciones del Estado.

REFERENCIAS

- Aguilar, S., Salguero, R. y Barriga, S. (coord.). (2018). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Universidad Técnica de Machala.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12502/1/Comunicacion-e-eImagenCorporativa.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]. (s.f.). *Glosario - información de contrataciones*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/glosario/glosario-contrataciones.pdf>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (4.^a ed.). Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. San Marcos.
https://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion-cientifica_45761
- Celina, H. y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfade Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580.
<https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Chambio, C. (2019). *Liderazgo e imagen institucional en la UGEL 09 Huaura Huacho 2018* [tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26380>
- Chaves, N. (2005). *La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional* (3.a ed.). Gustavo Gili. <https://www.amazon.com/-/es/Norberto-Chaves/dp/8425220793>
- Cumbicos, N. (2017). *Imagen Institucional de la Policía Metropolitana de Quito en Redes Sociales* [tesis de título profesional, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Institucional. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13259>

- Decreto Legislativo N.º 1018. Decreto Legislativo que crea la Central de Compras Públicas-Perú Compras. Presidencia del Consejo de Ministros (2008).
<https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=25>
- Decreto Supremo N.º 344-2018-EF. Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado. Presidencia del Consejo de Ministros (2018).
<https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=25>
- Decreto Supremo N.º 082-2019-EF. TUO de la Ley de Contrataciones del Estado. Presidencia del Consejo de Ministros (2019).
<https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=25>
- Fernández Souto, A. B. y Vázquez Gestal, M. (2011). Necesidad de creación de una imagen definida para la Euroregión Galicia - Norte de Portugal: Un producto Desconocido para sus Proveedores. *Razon y Palabra*, 74.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671789>
- Fontes, O., Velarde, A. y Camarena, D. (2016). Imagen Corporativa: un elemento clave de diferenciación. *Trascender, contabilidad y gestión*, 3, 53-59.
<https://www.redalyc.org/pdf/6679/667971044005.pdf>
- García, Z. y Medina, M. (2018). *Percepción sobre control interno y obligaciones de pago a proveedores en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho 2017* [tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28642>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill educación.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Ley 31084. Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2021. Congreso de la República del Perú (2020). <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/ley/24380-ley-n-31084/file>
- Martínez, A. y Varas, N. (2018). *Mass media en la imagen institucional educativa. Campaña Informativa* [tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35212/1/BFILO-PMP-18P93.pdf>

- Martínez, R., Meade, D., Phillips, A., Barnes, G., Durán, J., Álvarez, O., Michel, R., Luna, H., Garay, A., Estefan, J., Hamdan, F., Silva, J. y Laris, J. (2000). *Las Finanzas del Sistema Federal Mexicano*. Instituto Nacional de Administración Pública. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/574172>
- Masabanda, S. (2019). *La inadecuada planificación presupuestaria en las contrataciones de ínfima cuantía y su afectación en el presupuesto del Consejo de la Judicatura de Pastaza* [tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/29919>
- Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. (2023). *Consulta Amigable*. <https://apps5.mineco.gob.pe/transparencia/>
- Municipalidad Provincial de Cusco (2021). *Nosotros*. <https://cusco.gob.pe/nosotros/>
- Municipalidad Provincial de Cusco (2023). *Organigrama*. <https://cusco.gob.pe/organigrama/>
- Ministerio de Economía y Finanzas [MEF]. (2022). *Glosario de Presupuesto Público*. https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_seoglossary&language=es-ES&Itemid=100297&lang=es-ES&view=glossaries&catid=6
- Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado [OSCE]. (2022). *Los tiempos en un proceso de contratación*. <https://portal.osce.gob.pe>
- Organización de los Estados Americanos [OEA]. (2022). *Sistema de información sobre el comercio exterior*. http://www.sice.oas.org/dictionary/gp_s.asp
- O'Diana, P. (2019). *Las deficiencias del sistema de control interno en los Gobiernos Locales y su impacto en el cumplimiento de metas detectadas por la auditoría, período 2017-2019* [tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/9649>
- Perú Compras. (2022). *Glosario de términos*. <https://www.perucompras.gob.pe/adicionales/glosario.php>
- Ramírez, A. (2017). *Participación ciudadana y percepción frente a la gestión pública: El caso del Municipio de Sincelejo-Sucre* [tesis de maestría, Universidad del

Norte]. Repositorio Institucional.

<https://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/8100#page=1>

Resolución de Gerencia Municipal N.º 742-GM-MPC-2017. APROBAR, la Directiva N.º 007-2017-GM-MPC denominada Directiva Interna de contrataciones, bienes, servicios y/o consultorías menores o iguales a 8 UITs. Municipalidad Provincial de Cusco (2017). <https://cusco.gob.pe/gerencia-municipal/resoluciones-de-gerencia-municipal/resoluciones-diciembre-2017/>

Siigo. (2018). *¿Qué es una cotización?* <https://www.siigo.com/blog/contador/que-es-una-cotizacion/>

Universidad de la Ciénega del Estado de Michoacán de Ocampo. (2014). Manual de imagen institucional. <https://docplayer.es/95798353-Manual-de-imagen-institucional.html>

Vacacela, T. y Saltos, J. (2019). *Marketing educativo en la imagen institucional* [tesis de bachillerato, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional. <https://rraae.cedia.edu.ec/Author/Home?author=Vacacela+Rosado%2C+Te%C3%B3filo+Francisco>

Valer, S. (2017). *Percepción de los proveedores acerca del cumplimiento de los principios que rigen las contrataciones del Estado en la Adjudicación Simplificada de bienes del Gobierno Regional de Cusco en el primer semestre del 2017* [tesis de licenciatura, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3128>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

| Problema general | Objetivo general | Hipótesis general | Variables | Dimensiones | Indicadores | Metodología |
|---|--|---|----------------------|----------------------------|--|---|
| ¿Cómo la percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores incide en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021? | Analizar cómo la percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores incide en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021. | La percepción sobre la imagen institucional por parte de los proveedores incide significativamente en las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021. | | | | Tipo: básico |
| | | | Imagen institucional | Identidad institucional | Estructura administrativa, misión, visión, valores, toma de decisiones, comportamiento organizacional. | Diseño: no experimental Alcance: correlacional - descriptivo |
| | | | | Comunicación institucional | Ascendente, descendente, horizontal, relación con usuarios. | Población: proveedores de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco - 2021. |
| | | | | Realidad Institucional | Entorno social, estructura material, normatividad, transparencia. | Muestra: 177 proveedores de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco - 2021. |
| Problemas específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | | Compromiso | Relación de órdenes de compra | |
| • ¿Cómo perciben los proveedores la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021? | • Identificar cómo perciben los proveedores la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021. | • Los proveedores perciben como favorable la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021. | | | | |
| • ¿Cuál es nivel de las compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021? | • Identificar el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco en el 2021. | • Es alto el nivel de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco – 2021. | Compras directas | Devengado | Ejecución de gastos | Técnica: encuesta revisión documental |
| • ¿Cómo la normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a proveedores? | • Analizar cómo la normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a proveedores. | • La normatividad de la Municipalidad Provincial del Cusco aplicable a compras directas garantiza el pago a tiempo a proveedores. | | Girado | Días transcurridos para el pago | Instrumento: cuestionario ficha de revisión documental |

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

Encuesta sobre la percepción acerca de la imagen institucional

Estimado proveedor de la Municipalidad Provincial de Cusco:

Somos un grupo de tesis de la maestría en Administración Pública de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y estamos haciendo una investigación titulada *Percepción de la imagen institucional por parte de los proveedores y su incidencia en las compras directas de la Municipalidad Provincial de Cusco-2021*. Lo invitamos a participar del presente cuestionario que al final brindará recomendaciones a la Municipalidad con el fin de mejorar las relaciones entre la misma y los proveedores.

A continuación, usted encontrará una serie de afirmaciones, que no presentan respuestas buenas o malas, solo se basa en conocer su opinión respecto a la imagen institucional de la Municipalidad en el periodo 2021. Le aseguramos el total anonimato de sus respuestas.

Para responder, lea atentamente cada enunciado y marque con X la casilla que corresponda de acuerdo a su percepción.

Tenga en consideración la escala de respuestas para imagen institucional, comunicación institucional y realidad institucional:

| | | | | | | | | | |
|---|-------|---|------------|---|---------|---|--------------|---|---------|
| 1 | Nunca | 2 | Casi nunca | 3 | A veces | 4 | Casi siempre | 5 | Siempre |
|---|-------|---|------------|---|---------|---|--------------|---|---------|

Respecto a la normatividad correspondiente a compras directas, considerar:

| | | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---|---------------|---|---------|---|------------|---|-----------------------|
| 1 | Totalmente en desacuerdo | 2 | En desacuerdo | 3 | Neutral | 4 | De acuerdo | 5 | Totalmente de acuerdo |
|---|--------------------------|---|---------------|---|---------|---|------------|---|-----------------------|

| Enunciados a responder | | Calificación | | | | |
|--------------------------------|--|--------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Identidad institucional | | | | | | |
| 1 | La municipalidad cuenta con una visión desarrollada y dirigida hacia la atención de proveedores. | | | | | |
| 2 | El lanzamiento de cotizaciones tiene relación con los objetivos de la municipalidad. | | | | | |
| 3 | La municipalidad cuenta con una misión desarrollada y dirigida hacia la atención de proveedores. | | | | | |
| 4 | El lanzamiento de cotizaciones tiene relación con las actividades laborales que se realizan en la municipalidad. | | | | | |
| 5 | Los requerimientos de las áreas usuarias son evaluados correctamente en área de logística y de presupuesto. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 6 | El área logística realiza un presupuesto en base a los precios actuales. | | | | | |
| 7 | El área de presupuesto otorga un monto similar a las cotizaciones. | | | | | |
| 8 | Las guías de remisión son correctamente verificadas y se entregan oportunamente. | | | | | |
| 9 | La municipalidad realiza una correcta verificación de las peticiones de compra, corroborando que las órdenes de compra tengan lo solicitado. | | | | | |
| 10 | Los contratos de adquisición de bienes se plantean con una clara y correcta estipulación de las obligaciones y derechos de la municipalidad y el proveedor. | | | | | |
| Comunicación institucional | | | | | | |
| 11 | Ante la existencia de observaciones, considera que estas se comunican oportunamente al proveedor. | | | | | |
| 12 | Las observaciones son coherentes y posibles de ser subsanadas por el proveedor. | | | | | |
| 13 | Los tiempos de devengado de órdenes de compra y servicio son adecuados. | | | | | |
| 14 | El área respectiva verifica la correcta aplicación de las retenciones y detracciones en las órdenes de compra, antes de realizar el pago. | | | | | |
| 15 | La municipalidad cumple con emitir oportunamente la firma y sello al proveedor, confirmando la recepción del bien. | | | | | |
| 16 | Se establecen penalidades en caso los proveedores no cumplan con la institución. | | | | | |
| 17 | Se paga a los proveedores dentro de los plazos establecidos en la contrata. | | | | | |
| 18 | Los requerimientos de las áreas usuarias llegan de forma rápida a los jefes o gerentes de la municipalidad. | | | | | |
| 19 | La comunicación entre los funcionarios y los jefes de las áreas usuarias, logística y presupuesto facilita la aprobación de los requerimientos. | | | | | |
| 20 | Los jefes o gerentes proporcionan oportunamente al área logística los requerimientos de compra urgentes. | | | | | |
| 21 | La comunicación entre las áreas de logística, presupuesto y usuarias es eficiente. | | | | | |
| Realidad Institucional | | | | | | |
| 22 | Los jefes o gerentes de área logística y presupuesto trabajan en conjunto para agilizar las órdenes de compra | | | | | |
| 23 | Los funcionarios de la institución conocen su labor y tratan por igual a todos los proveedores y usuarios. | | | | | |
| 24 | La municipalidad está comprometida con la población y ofrece servicios de calidad a los proveedores. | | | | | |
| 25 | La municipalidad cuenta con equipo e infraestructura moderna. | | | | | |
| 26 | El logotipo, los colores y la tipografía facilitan el reconocimiento de la municipalidad. | | | | | |
| 27 | El ambiente donde los funcionarios desarrollan sus labores facilita la comunicación. | | | | | |
| Normatividad para compras directas | | | | | | |
| 28 | La normatividad de compras directas es clara y fácil de entender. | | | | | |
| 29 | La normatividad establece plazos específicos para el pago a proveedores. | | | | | |
| 30 | La normativa contempla mecanismos de compensación por pagos atrasados. | | | | | |
| 31 | La normatividad de compras directas de la Municipalidad Provincial del Cusco garantiza el pago a tiempo a los proveedores. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 32 | La Municipalidad Provincial del Cusco proporciona información clara sobre el estado de los pagos. | | | | | |
| 33 | La Municipalidad Provincial del Cusco brinda canales de comunicación efectivos para resolver consultas y tratar asuntos relacionados con los pagos a proveedores. | | | | | |
| 34 | La Municipalidad Provincial del Cusco prioriza el pago a los proveedores. | | | | | |
| 35 | La Municipalidad Provincial del Cusco proporciona orientación clara sobre los procesos para agilizar los pagos a proveedores. | | | | | |
| 36 | Los proveedores de la Municipalidad Provincial del Cusco tienen acceso a un portal en línea donde pueden verificar el estado de sus pagos y presentar consultas o reclamos si es necesario | | | | | |
| 37 | La Municipalidad Provincial del Cusco realiza ajustes o mejoras en base a los comentarios y sugerencias para el pago a los proveedores. | | | | | |

Agradecemos su participación.

Anexo 3. Fichas de validación del instrumento

VALIDACIÓN DE ENCUESTA

Tesis: PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL POR PARTE DE LOS PROVEEDORES Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPRAS DIRECTAS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUSCO - 2021

Tesisistas: Helar Reynaldo Angeles Ramirez, Miguel Fernando Pumayali Aller, Yulder Florez Villasante

Usuario a encuestar:

1. Ítems a evaluar

| Criterios | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación y orden del cuestionario | | X | | |
| Claridad en la redacción del contenido | | X | | |
| Coherencia entre la variable y los indicadores | | X | | |
| Importancia del contenido | | X | | |
| Factibilidad de aplicación | | X | | |

Observaciones:

.....

2. Datos del experto

| | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Validado por | Mg. Carmen Rosa Valdivia Arenas |
| DNI o Carnet de Extranjería | 21796501 |
| Grado Académico | Maestría |
| Profesión | Economista |
| Lugar de trabajo | Posgrado UCSS |
| Cargo que desempeña | Coordinadora, docente |
| Lugar y fecha de validación | Lima, 18/07/22 |


 Firma

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Tesis: PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL POR PARTE DE LOS PROVEEDORES Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPRAS DIRECTAS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUSCO - 2021

Tesistas: Helar Reynaldo Angeles Ramirez, Miguel Fernando Pumayali Aller, Yulder Florez Villasante

1. Ítems a evaluar

| Criterios | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación y orden del cuestionario | | X | | |
| Claridad en la redacción del contenido | | X | | |
| Coherencia entre la variable y los indicadores | | X | | |
| Importancia del contenido | | X | | |
| Factibilidad de aplicación | | X | | |

Observaciones:

.....

2. Datos del experto

| | |
|-----------------------------|-------------------------------------|
| Validado por | JOSE MANUEL SARA QUISPE |
| DNI o Carnet de Extranjería | 43507576 |
| Grado Académico | MAGISTER EN CONTRATACIÓN PÚBLICA |
| Profesión | ADMINISTRADOR |
| Lugar de trabajo | MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANATILE |
| Cargo que desempeña | JEFE DE LOGÍSTICA |
| Lugar y fecha de validación | 06/12/2022 |



 Firma

VALIDACIÓN DE ENCUESTA

Tesis: PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL POR PARTE DE LOS PROVEEDORES Y SU INCIDENCIA EN LAS COMPRAS DIRECTAS DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUSCO - 2021

Tesistas: Helar Reynaldo Angeles Ramirez, Miguel Fernando Pumayali Aller, Yulder Florez Villasante

Usuario a encuestar:

1. Ítems a evaluar

| Criterios | Excelente | Bueno | Regular | Deficiente |
|--|-----------|-------|---------|------------|
| Presentación y orden del cuestionario | | | X | |
| Claridad en la redacción del contenido | | | X | |
| Coherencia entre la variable y los indicadores | | X | | |
| Importancia del contenido | | | X | |
| Factibilidad de aplicación | | X | | |

Observaciones:

.....

.....

.....

2. Datos del experto

| | |
|-----------------------------|--|
| Validado por | MGT ALINOSKOV DELGADO CAMACHO |
| DNI o Carnet de Extranjería | 23987872 |
| Grado Académico | MAGISTER EN ADMINISTRACION |
| Profesión | LIC. EN ADMINISTRACION |
| Lugar de trabajo | UNIVERSIDAD DE ARTE DIEGO QUISPE TITO DE CUSCO |
| Cargo que desempeña | JEFE DE ABASTECIMIENTO |
| Lugar y fecha de validación | 06 DE FEBRERO DEL AÑO 2023 |



Firma

Anexo 4. Relación de órdenes de compra con diferencia entre el devengado y el girado mayor o igual a 15 días

| Orden de compra | Expediente SIAF | RUC | Razón Social | Monto S/. | Compromiso | Devengado | Aprobación del girado | Días transcurridos |
|-----------------|-----------------|-------------|--|-----------|------------|------------|-----------------------|--------------------|
| 6 | 229 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 33,275.00 | 5/02/2021 | 16/03/2021 | 9/04/2021 | 24 |
| 5 | 223 | 10412483711 | JAEN ALFARO NORMAN DARLING | 6,000.00 | 5/02/2021 | 1/03/2021 | 22/03/2021 | 21 |
| 10 | 266 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 15,430.00 | 10/02/2021 | 10/03/2021 | 25/03/2021 | 15 |
| 17 | 305 | 20527956308 | D & R CONTRATISTAS GENERALES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - D & R CONTRATISTAS GEN | 12,031.20 | 11/02/2021 | 9/03/2021 | 24/03/2021 | 15 |
| 32 | 297 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 10,480.00 | 11/02/2021 | 24/02/2021 | 15/03/2021 | 19 |
| 44 | 430 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 6,285.00 | 15/02/2021 | 26/02/2021 | 9/04/2021 | 42 |
| 45 | 431 | 20604307148 | GRUPO MAQUIMOTORS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GRUPO MAQUIMOTORS S.A.C. | 33,900.00 | 15/02/2021 | 10/03/2021 | 30/03/2021 | 20 |
| 61 | 471 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 12,600.00 | 16/02/2021 | 26/02/2021 | 14/04/2021 | 47 |
| 66 | 511 | 10107834252 | AMAUT LAURA ROBERTO | 9,340.00 | 16/02/2021 | 26/02/2021 | 5/04/2021 | 38 |
| 75 | 493 | 10457970167 | AUCCA HUALLPA JAKELINE ROCIO | 16,650.00 | 16/02/2021 | 17/03/2021 | 13/04/2021 | 27 |
| 76 | 494 | 10457970167 | AUCCA HUALLPA JAKELINE ROCIO | 24,500.00 | 16/02/2021 | 17/03/2021 | 9/04/2021 | 23 |
| 84 | 535 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 33,800.00 | 17/02/2021 | 26/02/2021 | 5/04/2021 | 38 |
| 89 | 530 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 25,800.00 | 17/02/2021 | 26/02/2021 | 5/04/2021 | 38 |
| 99 | 569 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 17,970.00 | 18/02/2021 | 26/02/2021 | 5/04/2021 | 38 |
| 107 | 578 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 30,037.00 | 18/02/2021 | 4/03/2021 | 26/03/2021 | 22 |
| 109 | 613 | 20600762797 | DISTRIBUCIONES REGESOL S.A.C. | 6,650.00 | 19/02/2021 | 29/04/2021 | 14/05/2021 | 15 |
| 135 | 563 | 10435225883 | MIRANDA ALVAREZ MARCO ANTONIO | 7,355.00 | 19/02/2021 | 9/03/2021 | 26/03/2021 | 17 |
| 133 | 624 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 15,652.00 | 19/02/2021 | 15/03/2021 | 9/04/2021 | 25 |
| 140 | 620 | 20605159720 | GRUPO E INVERSIONES G Y P SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 8,190.00 | 19/02/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 162 | 665 | 10800047868 | GRAJEDA SALAZAR FERNANDO | 33,750.00 | 22/02/2021 | 10/03/2021 | 25/03/2021 | 15 |
| 83 | 685 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 6,200.00 | 23/02/2021 | 12/03/2021 | 30/03/2021 | 18 |
| 171 | 675 | 20600616235 | PROMAINGSA S.A.C. | 19,302.00 | 23/02/2021 | 29/03/2021 | 14/04/2021 | 16 |
| 180 | 683 | 10015001751 | APAZA MOROCCO JUAN | 5,594.50 | 23/02/2021 | 26/02/2021 | 15/03/2021 | 17 |
| 274 | 874 | 10457386988 | CONTO MERMA MARCEL MARCELO | 4,500.00 | 2/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 284 | 883 | 20600168925 | MAYCOL DISTRIBUCIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - MAYCOL DISTRIBUCIONES E.I.R.L | 13,100.00 | 2/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 286 | 885 | 20600285603 | PRO-LIM DISTRIBUCIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 10,945.00 | 2/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 300 | 905 | 10427105895 | ACUÑA ACCOSTUPA NATALY ZOILA | 13,861.00 | 3/03/2021 | 16/03/2021 | 9/04/2021 | 24 |
| 313 | 929 | 20490676156 | PLACA CUSCO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - PLACA CUSCO S.R.L. | 12,720.00 | 3/03/2021 | 17/03/2021 | 9/04/2021 | 23 |
| 334 | 973 | 10107834252 | AMAUT LAURA ROBERTO | 17,250.00 | 4/03/2021 | 27/03/2021 | 13/04/2021 | 17 |
| 335 | 974 | 10107834252 | AMAUT LAURA ROBERTO | 17,250.00 | 4/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 349 | 989 | 20606104252 | INGEOJAM CONSULTORIA Y CONSTRUCCION EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 22,000.00 | 4/03/2021 | 16/04/2021 | 4/05/2021 | 18 |
| 353 | 994 | 20401026127 | NEGOCIACIONES TUMI S.R.L. | 4,650.00 | 4/03/2021 | 25/03/2021 | 14/04/2021 | 20 |
| 382 | 1041 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 5,441.00 | 8/03/2021 | 22/03/2021 | 14/04/2021 | 23 |
| 383 | 1043 | 10238835963 | ASCENCIO CRUZ EUSEBIO | 2,544.50 | 8/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 391 | 1052 | 20600616235 | PROMAINGSA S.A.C. | 35,175.00 | 8/03/2021 | 22/04/2021 | 12/05/2021 | 20 |
| 363 | 1031 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 6,174.00 | 8/03/2021 | 19/03/2021 | 13/04/2021 | 25 |
| 390 | 1070 | 20600616235 | PROMAINGSA S.A.C. | 6,900.00 | 8/03/2021 | 29/03/2021 | 14/04/2021 | 16 |
| 408 | 1102 | 20600537882 | CONSTRUCTORA VICTITOR S.A.C | 9,410.00 | 9/03/2021 | 29/03/2021 | 14/04/2021 | 16 |
| 414 | 1106 | 20600537882 | CONSTRUCTORA VICTITOR S.A.C | 9,450.00 | 9/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 425 | 1113 | 20442152684 | INDUSTRIAS TESLA PERU SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - TESLA PERU SRL. | 16,500.00 | 9/03/2021 | 30/03/2021 | 15/04/2021 | 16 |
| 433 | 1154 | 10716959321 | CATARI CCASA KAREN INGRID | 10,200.00 | 10/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 435 | 1158 | 20603092989 | JORCOWA TRADE S.A.C | 4,620.00 | 10/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 441 | 1164 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 10,400.00 | 10/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 455 | 1176 | 10747649397 | HERMOZA BUSTAMANTE JAIME | 15,309.00 | 11/03/2021 | 21/04/2021 | 17/05/2021 | 26 |

| | | | | | | | | |
|------|------|-------------|---|-----------|------------|------------|------------|-----|
| 459 | 1180 | 10238671430 | VALER ARAGON LUIS ALBERTO | 5,670.00 | 11/03/2021 | 30/03/2021 | 14/04/2021 | 15 |
| 461 | 1175 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 10,400.00 | 11/03/2021 | 23/03/2021 | 9/04/2021 | 17 |
| 480 | 1227 | 20527722064 | IMEEDCO S.R.L. | 5,110.00 | 12/03/2021 | 25/03/2021 | 13/04/2021 | 19 |
| 482 | 1230 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 21,320.00 | 12/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 485 | 1233 | 10747649397 | HERMOZA BUSTAMANTE JAIME | 17,670.00 | 12/03/2021 | 21/04/2021 | 7/05/2021 | 16 |
| 495 | 1243 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,516.00 | 12/03/2021 | 25/03/2021 | 14/04/2021 | 20 |
| 509 | 1322 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 13,200.00 | 15/03/2021 | 25/03/2021 | 9/04/2021 | 15 |
| 515 | 1333 | 20602024939 | ANDENES CONSTRUCTORES S.A.C. | 5,500.00 | 15/03/2021 | 27/03/2021 | 14/04/2021 | 18 |
| 517 | 1331 | 10429874985 | CARREÑO JUSTINIANI FERNANDO | 28,300.00 | 15/03/2021 | 3/05/2021 | 14/06/2021 | 42 |
| 542 | 1371 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 14,300.00 | 15/03/2021 | 27/03/2021 | 16/04/2021 | 20 |
| 554 | 1382 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 35,191.50 | 15/03/2021 | 30/06/2021 | 1/09/2021 | 63 |
| 564 | 1498 | 10249465343 | HUAILLANI TACURI VITERVO | 5,880.00 | 16/03/2021 | 21/04/2021 | 7/06/2021 | 47 |
| 572 | 1506 | 20604637695 | COMERCIAL AYA E.I.R.L. | 18,726.60 | 16/03/2021 | 27/03/2021 | 13/04/2021 | 17 |
| 593 | 1544 | 20602785417 | INVERSIONES PRAMIRA E.I.R.L. | 14,100.00 | 18/03/2021 | 22/04/2021 | 17/05/2021 | 25 |
| 603 | 1554 | 20490818988 | ZOO BERO INGENIEROS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ZOO BERO INGENIEROS E.I.R.L. | 7,936.00 | 18/03/2021 | 31/03/2021 | 16/04/2021 | 16 |
| 604 | 1556 | 20550769281 | GEOPERU CORPORATION S.A.C. | 35,196.00 | 18/03/2021 | 30/03/2021 | 14/04/2021 | 15 |
| 667 | 1539 | 10435842050 | LONCONI MOSCOSO FELIX ALEX | 4,500.00 | 22/03/2021 | 27/04/2021 | 14/05/2021 | 17 |
| 689 | 1667 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 10,400.00 | 23/03/2021 | 31/03/2021 | 15/04/2021 | 15 |
| 693 | 1744 | 20602725163 | REPRESENTACIONES LUBRICAR EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 14,140.00 | 24/03/2021 | 29/03/2021 | 24/04/2021 | 26 |
| 715 | 1754 | 20490936590 | DISTRIBUCIONES SAN JOSE & HIJOS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - DISTRIBUCIONES SAN | 8,605.00 | 24/03/2021 | 26/04/2021 | 17/05/2021 | 21 |
| 716 | 1755 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 6,905.00 | 24/03/2021 | 29/04/2021 | 17/05/2021 | 18 |
| 720 | 1672 | 10435842050 | LONCONI MOSCOSO FELIX ALEX | 4,500.00 | 24/03/2021 | 10/06/2021 | 6/09/2021 | 88 |
| 729 | 1769 | 20527704759 | INVERSIONES GUSTAVO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 4,554.00 | 24/03/2021 | 13/04/2021 | 13/05/2021 | 30 |
| 734 | 1566 | 20558659221 | COMERCIALIZADORA DIFESUR S.A.C. | 8,892.00 | 24/03/2021 | 31/03/2021 | 15/04/2021 | 15 |
| 744 | 1798 | 20227030641 | PROMAQ & SERVICE E.I.R.L. | 6,825.00 | 25/03/2021 | 20/04/2021 | 12/05/2021 | 22 |
| 803 | 1912 | 20604294763 | CORPORACION ALZUR S.A.C. | 14,700.00 | 29/03/2021 | 20/04/2021 | 13/05/2021 | 23 |
| 804 | 1913 | 20604294763 | CORPORACION ALZUR S.A.C. | 12,250.00 | 29/03/2021 | 20/04/2021 | 17/05/2021 | 27 |
| 805 | 1914 | 10015001751 | APAZA MOROCCO JUAN | 22,410.00 | 29/03/2021 | 20/04/2021 | 5/05/2021 | 15 |
| 822 | 1974 | 10452746447 | CCORICASA GONZALES HERLINDA | 11,550.00 | 1/03/2021 | 20/04/2021 | 13/05/2021 | 23 |
| 854 | 2026 | 20604941025 | GRUPO APTO. ARQUEOLOGIA, INGENIERIA Y CONSTRUCCION EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 7,400.00 | 8/04/2021 | 28/04/2021 | 17/05/2021 | 19 |
| 876 | 2048 | 10420366171 | QUISPE USCAMAYTA JULIO CESAR | 26,195.00 | 8/04/2021 | 29/04/2021 | 14/05/2021 | 15 |
| 879 | 2050 | 10107834252 | AMAUT LAURA ROBERTO | 13,230.00 | 8/04/2021 | 27/04/2021 | 13/05/2021 | 16 |
| 891 | 2056 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 34,650.00 | 8/04/2021 | 28/04/2021 | 17/05/2021 | 19 |
| 926 | 2143 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 6,020.00 | 12/04/2021 | 15/06/2021 | 4/08/2021 | 50 |
| 929 | 2148 | 10435225883 | MIRANDA ALVAREZ MARCO ANTONIO | 15,092.00 | 12/04/2021 | 2/07/2021 | 25/08/2021 | 54 |
| 933 | 2151 | 10238939441 | CAHUINA ROJAS CLORINDA | 19,980.00 | 12/04/2021 | 7/05/2021 | 1/09/2021 | 117 |
| 872 | 2359 | 20606983345 | SEGURIDAD INDUSTRIAS SERVICIOS VILLANUEVA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 4,539.00 | 20/04/2021 | 28/04/2021 | 13/05/2021 | 15 |
| 948 | 2239 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 29,479.00 | 13/04/2021 | 1/06/2021 | 10/08/2021 | 70 |
| 949 | 2260 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 9,625.00 | 13/04/2021 | 27/04/2021 | 17/05/2021 | 20 |
| 975 | 2244 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 14,465.00 | 13/04/2021 | 23/04/2021 | 17/05/2021 | 24 |
| 988 | 2384 | 20600616235 | PROMAINGSA S.A.C. | 20,100.00 | 14/04/2021 | 21/04/2021 | 17/05/2021 | 26 |
| 989 | 2385 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 35,100.00 | 14/04/2021 | 27/04/2021 | 12/05/2021 | 15 |
| 1002 | 2398 | 20527818762 | MUNDO DENTAL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 12,120.00 | 14/04/2021 | 29/04/2021 | 14/05/2021 | 15 |
| 1006 | 2402 | 10426821538 | LEVITA FLORES JOSE LUIS | 9,460.00 | 14/04/2021 | 23/04/2021 | 9/06/2021 | 47 |
| 1031 | 2456 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 9,003.25 | 15/04/2021 | 27/05/2021 | 4/08/2021 | 69 |
| 1032 | 2457 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 18,184.00 | 15/04/2021 | 18/06/2021 | 4/08/2021 | 47 |

| | | | | | | | | |
|------|------|-------------|--|-----------|------------|------------|------------|-----|
| 1033 | 2458 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 11,835.00 | 15/04/2021 | 18/06/2021 | 4/08/2021 | 47 |
| 1048 | 2407 | 20564048217 | GRIFO GASOIL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- GRIFO GASOIL S.A.C. | 7,310.00 | 15/04/2021 | 29/04/2021 | 17/05/2021 | 18 |
| 1050 | 2485 | 10420216900 | CRUZ CONTRERAS ALEJANDRO VICTOR | 6,000.00 | 16/04/2021 | 29/04/2021 | 14/05/2021 | 15 |
| 1055 | 2490 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 6,110.00 | 16/04/2021 | 27/04/2021 | 13/05/2021 | 16 |
| 1075 | 2531 | 10239343410 | HUAMAN CHAPARRO EDDY CHARITO | 4,668.00 | 16/04/2021 | 1/06/2021 | 10/08/2021 | 70 |
| 1077 | 2517 | 20527956308 | D & R CONTRATISTAS GENERALES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - D & R CONTRATISTAS GEN | 4,815.00 | 19/04/2021 | 28/04/2021 | 14/05/2021 | 16 |
| 1094 | 2587 | 10238543148 | CALLAÑAUPA PALMA YRENE | 29,467.00 | 21/04/2021 | 18/05/2021 | 29/10/2021 | 164 |
| 1103 | 2596 | 10015001751 | APAZA MOROCCO JUAN | 14,210.00 | 21/04/2021 | 7/05/2021 | 10/08/2021 | 95 |
| 1109 | 2616 | 10252093490 | ALVAREZ SANCHEZ CARLOS | 12,600.00 | 21/04/2021 | 18/06/2021 | 5/08/2021 | 48 |
| 1114 | 2624 | 10452746447 | CCORICASA GONZALES HERLINDA | 6,498.00 | 21/04/2021 | 10/05/2021 | 25/08/2021 | 107 |
| 1120 | 2632 | 10252093490 | ALVAREZ SANCHEZ CARLOS | 35,175.00 | 21/04/2021 | 14/06/2021 | 5/08/2021 | 52 |
| 1128 | 2650 | 10239896419 | VARGAS TEVES JUAN | 26,410.00 | 22/04/2021 | 6/07/2021 | 13/08/2021 | 38 |
| 1148 | 2661 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 8,700.00 | 22/04/2021 | 19/05/2021 | 27/08/2021 | 100 |
| 1149 | 2662 | 20491202069 | INVERSIONES PAKELUZ SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - PAKELUZ S.R.L. | 29,400.00 | 22/04/2021 | 11/05/2021 | 5/08/2021 | 86 |
| 1174 | 2689 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 10,948.00 | 20/05/2021 | 21/05/2021 | 26/07/2021 | 66 |
| 1215 | 2794 | 10452746447 | CCORICASA GONZALES HERLINDA | 5,050.00 | 28/04/2021 | 10/06/2021 | 5/08/2021 | 56 |
| 1219 | 2799 | 10239259443 | INGLES ATAUCHI ABEL | 26,550.00 | 28/04/2021 | 15/06/2021 | 5/08/2021 | 51 |
| 1220 | 2800 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 13,250.00 | 28/04/2021 | 14/05/2021 | 27/10/2021 | 166 |
| 1225 | 2822 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 7,600.00 | 28/04/2021 | 5/05/2021 | 25/08/2021 | 112 |
| 1227 | 2766 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 5,814.00 | 28/04/2021 | 19/05/2021 | 26/07/2021 | 68 |
| 1238 | 3723 | 10266742245 | CACERES DE ROMERO BLANCA ELENA | 6,995.04 | 22/05/1903 | 31/05/2021 | 6/07/2021 | 36 |
| 1271 | 2842 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 6,440.00 | 3/05/2021 | 20/05/2021 | 26/07/2021 | 67 |
| 1230 | 2896 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 31,504.00 | 3/05/2021 | 17/05/2021 | 27/10/2021 | 163 |
| 1302 | 2956 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 21,162.50 | 5/05/2021 | 17/05/2021 | 6/09/2021 | 112 |
| 1276 | 2988 | 10800490630 | CURASI QUISPE AGUSTINA | 4,590.00 | 6/05/2021 | 31/05/2021 | 11/08/2021 | 72 |
| 1287 | 2989 | 20527818762 | MUNDO DENTAL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 4,670.00 | 6/05/2021 | 15/06/2021 | 11/08/2021 | 57 |
| 1335 | 3024 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 5,152.00 | 6/05/2021 | 20/05/2021 | 26/07/2021 | 67 |
| 1286 | 3045 | 10704570088 | PALOMINO TAPIA NOEMI | 4,800.00 | 7/05/2021 | 25/05/2021 | 13/08/2021 | 80 |
| 1290 | 3041 | 10252093490 | ALVAREZ SANCHEZ CARLOS | 34,350.00 | 7/05/2021 | 2/07/2021 | 6/09/2021 | 66 |
| 1304 | 3043 | 10800490630 | CURASI QUISPE AGUSTINA | 27,000.00 | 7/05/2021 | 31/05/2021 | 6/09/2021 | 98 |
| 1333 | 3054 | 10238939441 | CAHUINA ROJAS CLORINDA | 26,000.00 | 7/05/2021 | 7/06/2021 | 25/08/2021 | 79 |
| 1340 | 3060 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 8,356.00 | 7/05/2021 | 7/06/2021 | 25/08/2021 | 79 |
| 1344 | 3057 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 11,235.00 | 7/05/2021 | 9/06/2021 | 5/08/2021 | 57 |
| 1349 | 3069 | 10243632418 | AYMA TENIENTE BENITO | 4,995.00 | 7/05/2021 | 31/05/2021 | 10/08/2021 | 71 |
| 1351 | 3071 | 10427105895 | ACUÑA ACCOSTUPA NATALY ZOILA | 5,240.00 | 7/05/2021 | 1/06/2021 | 10/08/2021 | 70 |
| 1353 | 3074 | 20277897734 | INDUSTRIA DEL VESTIDO SAN ANTONIO EIRL | 15,000.00 | 7/05/2021 | 7/07/2021 | 28/09/2021 | 83 |
| 1315 | 3106 | 20600285603 | PRO-LIM DISTRIBUCIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 6,105.00 | 10/05/2021 | 9/06/2021 | 13/08/2021 | 65 |
| 1374 | 3154 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 17,187.50 | 11/05/2021 | 1/06/2021 | 11/08/2021 | 71 |
| 1375 | 3155 | 10239668131 | CATARI VALERO DANNY BRADY | 8,358.00 | 11/05/2021 | 31/05/2021 | 5/08/2021 | 66 |
| 1377 | 3157 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 12,630.00 | 11/05/2021 | 9/06/2021 | 25/08/2021 | 77 |
| 1386 | 3164 | 20607423254 | COMAPREC S.R.L. | 6,620.00 | 11/05/2021 | 31/05/2021 | 10/08/2021 | 71 |
| 1392 | 3169 | 10705764714 | MIRANDA DELGADO RANDALL WILBERTH | 28,241.50 | 11/05/2021 | 26/05/2021 | 10/08/2021 | 76 |
| 1395 | 3277 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 16,200.00 | 13/05/2021 | 30/06/2021 | 29/10/2021 | 121 |
| 1399 | 3314 | 20564209083 | A Y J DISTRIBUCIONES FERRESEG S.R.L. | 7,074.00 | 13/05/2021 | 10/06/2021 | 25/08/2021 | 76 |
| 1406 | 3318 | 20564209083 | A Y J DISTRIBUCIONES FERRESEG S.R.L. | 5,008.00 | 13/05/2021 | 9/06/2021 | 25/08/2021 | 77 |
| 1412 | 3356 | 20564263029 | IMPRESIONES FOLISUR E.I.R.L. | 13,800.00 | 13/05/2021 | 5/07/2021 | 7/09/2021 | 64 |

| | | | | | | | | |
|------|------|-------------|--|-----------|------------|------------|------------|----|
| 1422 | 3376 | 20114510042 | FADISA EIRLTD | 35,090.00 | 14/05/2021 | 10/06/2021 | 8/09/2021 | 90 |
| 1444 | 3455 | 20490106481 | GRAFICA ANDINA CUSCO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - GRAFIANDINA S.R.L. | 19,018.00 | 2/06/2021 | 11/06/2021 | 18/08/2021 | 68 |
| 1451 | 3460 | 20227030641 | PROMAQ & SERVICE E.I.R.L. | 14,498.00 | 18/05/2021 | 31/05/2021 | 13/08/2021 | 74 |
| 1452 | 3461 | 20600285603 | PRO-LIM DISTRIBUCIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,726.00 | 18/05/2021 | 9/06/2021 | 16/08/2021 | 68 |
| 1462 | 3472 | 20601052921 | INVERSIONES PROAVET E.I.R.L. | 4,968.00 | 18/05/2021 | 4/06/2021 | 12/08/2021 | 69 |
| 1455 | 3490 | 10414571668 | PERALTA OSCCO ELIZABETH KARIN | 5,775.00 | 19/05/2021 | 9/06/2021 | 13/08/2021 | 65 |
| 1481 | 3515 | 20603961260 | CONSULTING TECHNOLOGY PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 4,760.00 | 19/05/2021 | 9/06/2021 | 16/08/2021 | 68 |
| 1496 | 3561 | 10747649397 | HERMOZA BUSTAMANTE JAIME | 10,800.00 | 21/05/2021 | 2/07/2021 | 13/08/2021 | 42 |
| 1517 | 3573 | 20603092989 | JORCOWA TRADE S.A.C | 15,105.00 | 21/05/2021 | 31/05/2021 | 7/09/2021 | 99 |
| 1533 | 3665 | 10239896419 | VARGAS TEVES JUAN | 6,700.00 | 24/05/2021 | 17/06/2021 | 23/08/2021 | 67 |
| 1535 | 3689 | 20600537882 | CONSTRUCTORA VICTITOR S.A.C | 12,250.00 | 25/05/2021 | 30/06/2021 | 27/08/2021 | 58 |
| 1536 | 3727 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 11,774.00 | 25/05/2021 | 28/06/2021 | 15/09/2021 | 79 |
| 1537 | 3728 | 20605760555 | ARTICULOS TECNICOS SERVICIO ASESORIA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 8,750.00 | 25/05/2021 | 15/06/2021 | 15/09/2021 | 92 |
| 1542 | 3763 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 16,500.00 | 26/05/2021 | 5/07/2021 | 13/08/2021 | 39 |
| 1553 | 3819 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 24,250.00 | 28/05/2021 | 30/06/2021 | 15/07/2021 | 15 |
| 1558 | 3823 | 20491202069 | INVERSIONES PAKELUZ SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - PAKELUZ S.R.L. | 34,687.60 | 28/05/2021 | 7/07/2021 | 26/07/2021 | 19 |
| 1560 | 3826 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 18,835.00 | 28/05/2021 | 15/06/2021 | 16/08/2021 | 62 |
| 1561 | 3827 | 10426821538 | LEVITA FLORES JOSE LUIS | 18,500.00 | 28/05/2021 | 1/07/2021 | 13/08/2021 | 43 |
| 1564 | 3838 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 4,788.00 | 28/05/2021 | 15/06/2021 | 20/08/2021 | 66 |
| 1566 | 3842 | 20600616235 | PROMAINGSA S.A.C. | 34,017.00 | 31/05/2021 | 6/07/2021 | 25/08/2021 | 50 |
| 1573 | 3866 | 10704570088 | PALOMINO TAPIA NOEMI | 5,850.00 | 31/05/2021 | 16/06/2021 | 5/08/2021 | 50 |
| 1574 | 3858 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 14,080.00 | 31/05/2021 | 22/06/2021 | 10/08/2021 | 49 |
| 1594 | 3962 | 20600162145 | INVERSIONES DAZA WM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 28,024.00 | 2/06/2021 | 11/06/2021 | 6/08/2021 | 56 |
| 1612 | 4013 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 7,300.00 | 4/06/2021 | 1/07/2021 | 27/08/2021 | 57 |
| 1610 | 4011 | 10238449494 | CABALLERO ESQUIVEL EDGAR ALDO | 5,580.00 | 4/06/2021 | 27/07/2021 | 13/08/2021 | 17 |
| 1613 | 4014 | 20528039937 | J & N MUNDO RUEDAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,190.00 | 4/06/2021 | 5/07/2021 | 25/08/2021 | 51 |
| 1615 | 4016 | 10435906643 | FARFAN SALAS YESICA | 7,693.00 | 4/06/2021 | 2/07/2021 | 19/07/2021 | 17 |
| 1639 | 4153 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 6,760.00 | 7/06/2021 | 21/06/2021 | 4/08/2021 | 44 |
| 1640 | 4154 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 12,145.00 | 7/06/2021 | 21/06/2021 | 11/08/2021 | 51 |
| 1641 | 4155 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 35,090.00 | 7/06/2021 | 19/10/2021 | 16/11/2021 | 28 |
| 1642 | 4156 | 20604294763 | CORPORACION ALZUR S.A.C. | 6,200.00 | 7/06/2021 | 21/06/2021 | 5/08/2021 | 45 |
| 1648 | 4162 | 20563874041 | TUPAY INVERSIONES E.I.R.L. | 8,640.00 | 7/06/2021 | 5/07/2021 | 25/08/2021 | 51 |
| 1649 | 4163 | 10243849689 | JORDAN MARISCAL JORGE | 10,249.00 | 7/06/2021 | 30/06/2021 | 25/08/2021 | 56 |
| 1664 | 4233 | 10239668131 | CATARI VALERO DANNY BRADY | 17,046.20 | 8/06/2021 | 6/08/2021 | 25/08/2021 | 19 |
| 1671 | 4240 | 10238939441 | CAHUINA ROJAS CLORINDA | 34,385.00 | 8/06/2021 | 25/08/2021 | 27/10/2021 | 63 |
| 1681 | 4305 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 5,750.00 | 10/06/2021 | 30/06/2021 | 25/08/2021 | 56 |
| 1685 | 4309 | 20563874041 | TUPAY INVERSIONES E.I.R.L. | 35,196.00 | 10/06/2021 | 19/08/2021 | 9/09/2021 | 21 |
| 1686 | 4310 | 20490186906 | CORPORACION ANITA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - CORPORACION ANITA EIRL | 18,146.25 | 10/06/2021 | 5/07/2021 | 25/08/2021 | 51 |
| 1688 | 4311 | 10426821538 | LEVITA FLORES JOSE LUIS | 10,800.00 | 10/06/2021 | 5/07/2021 | 23/08/2021 | 49 |
| 1692 | 4333 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 5,838.00 | 11/06/2021 | 7/07/2021 | 6/09/2021 | 61 |
| 1698 | 4339 | 10457970167 | AUCCA HUALLPA JAKELINE ROCIO | 4,810.00 | 11/06/2021 | 27/07/2021 | 13/08/2021 | 17 |
| 1708 | 4347 | 20564209083 | A Y J DISTRIBUCIONES FERRESEG S.R.L. | 4,428.00 | 11/06/2021 | 2/07/2021 | 25/08/2021 | 54 |
| 1726 | 4329 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 10,010.00 | 14/06/2021 | 6/07/2021 | 6/09/2021 | 62 |
| 1735 | 4389 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 9,460.00 | 14/06/2021 | 1/07/2021 | 19/07/2021 | 18 |
| 1722 | 4420 | 10462467490 | MONTOYA FERNANDEZ JURGEN DIEGO | 5,570.50 | 15/06/2021 | 15/10/2021 | 2/11/2021 | 18 |
| 1746 | 4480 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,200.00 | 15/06/2021 | 5/07/2021 | 25/08/2021 | 51 |

| | | | | | | | | |
|------|------|-------------|--|-----------|------------|------------|------------|-----|
| 1750 | 4476 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 14,250.00 | 15/06/2021 | 30/06/2021 | 27/10/2021 | 119 |
| 1751 | 4477 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 17,261.70 | 15/06/2021 | 9/08/2021 | 25/08/2021 | 16 |
| 1756 | 4508 | 20528039937 | J & N MUNDO RUEDAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 14,766.00 | 16/06/2021 | 11/08/2021 | 6/09/2021 | 26 |
| 1757 | 4509 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 7,865.00 | 16/06/2021 | 30/06/2021 | 19/07/2021 | 19 |
| 1760 | 4514 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 23,400.00 | 16/06/2021 | 20/10/21 | 11/11/2021 | 22 |
| 1787 | 4646 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 20,000.00 | 21/06/2021 | 18/10/2021 | 2/11/2021 | 15 |
| 1797 | 4658 | 20603314868 | TECHNOLOGY SOUTH PERUVIAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 28,460.00 | 21/06/2021 | 13/08/2021 | 8/09/2021 | 26 |
| 1806 | 4715 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 8,325.00 | 22/06/2021 | 13/08/2021 | 1/09/2021 | 19 |
| 1833 | 4640 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 6,690.00 | 23/06/2021 | 4/08/2021 | 25/08/2021 | 21 |
| 1832 | 4641 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 9,600.00 | 23/06/2021 | 4/08/2021 | 25/08/2021 | 21 |
| 1837 | 4635 | 10776998091 | GUTIERREZ ZURITA MIJAIL | 4,735.00 | 25/06/2021 | 25/07/2021 | 7/09/2021 | 44 |
| 1896 | 4792 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 5,360.00 | 30/06/2021 | 6/08/2021 | 6/09/2021 | 31 |
| 1749 | 4475 | 10457970167 | AUCCA HUALLPA JAKELINE ROCIO | 16,830.00 | 15/06/2021 | 5/08/2021 | 25/08/2021 | 20 |
| 1756 | 4508 | 20528039937 | J & N MUNDO RUEDAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 14,766.00 | 16/06/2021 | 5/08/2021 | 6/09/2021 | 32 |
| 1896 | 4792 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 5,360.00 | 30/06/2021 | 6/08/2021 | 6/09/2021 | 31 |
| 1897 | 4876 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 27,957.00 | 1/07/2021 | 17/08/2021 | 1/09/2021 | 15 |
| 1898 | 4877 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 19,770.00 | 1/07/2021 | 4/08/2021 | 25/08/2021 | 21 |
| 1900 | 4879 | 10239668131 | CATARI VALERO DANNY BRADY | 5,450.00 | 1/07/2021 | 14/10/2021 | 29/10/2021 | 15 |
| 1907 | 3854 | 10252093490 | ALVAREZ SANCHEZ CARLOS | 22,800.00 | 02/27/21 | 6/08/2021 | 27/08/2021 | 21 |
| 1911 | 3881 | 20607735248 | NERV - ASFALTOS Y PROYECTOS VIALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 32,480.00 | 2/07/2021 | 11/08/2021 | 23/09/2021 | 43 |
| 1930 | 4587 | 20564209083 | A Y J DISTRIBUCIONES FERRESEG S.R.L. | 4,536.00 | 6/07/2021 | 4/08/2021 | 25/08/2021 | 21 |
| 1931 | 4588 | 20603261608 | INGENIERIA MONCAT E.I.R.L. | 28,315.20 | 6/07/2021 | 23/08/2021 | 14/10/2021 | 52 |
| 1932 | 4589 | 20528039937 | J & N MUNDO RUEDAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,220.00 | 6/07/2021 | 27/07/2021 | 13/08/2021 | 17 |
| 1947 | 4500 | 20603314868 | TECHNOLOGY SOUTH PERUVIAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 13,500.00 | 8/07/2021 | 18/08/2021 | 8/09/2021 | 21 |
| 1909 | 3878 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 7,000.00 | 9/07/2021 | 17/08/2021 | 1/09/2021 | 15 |
| 1960 | 4760 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 34,980.00 | 9/07/2021 | 9/08/2021 | 14/10/2021 | 66 |
| 1961 | 4761 | 20600162145 | INVERSIONES DAZA WM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 33,250.00 | 9/07/2021 | 5/08/2021 | 27/08/2021 | 22 |
| 1968 | 4772 | 10247022495 | TICONA NUÑEZ RINA | 5,800.00 | 9/07/2021 | 4/08/2021 | 25/08/2021 | 21 |
| 1978 | 4283 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 11,700.00 | 9/07/2021 | 15/05/2021 | 6/09/2021 | 114 |
| 1979 | 4800 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 19,152.00 | 9/07/2021 | 6/08/2021 | 25/08/2021 | 19 |
| 2011 | 4950 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 5,322.10 | 15/07/2021 | 9/08/2021 | 25/08/2021 | 16 |
| 2067 | 5143 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 10,480.00 | 22/07/2021 | 13/08/2021 | 1/09/2021 | 19 |
| 2088 | 5183 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 5,545.50 | 26/07/2021 | 16/08/2021 | 8/09/2021 | 23 |
| 2117 | 5247 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 32,388.00 | 2/08/2021 | 6/09/2021 | 14/10/2021 | 38 |
| 2134 | 5441 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 23,227.00 | 5/08/2021 | 15/10/2021 | 11/11/2021 | 27 |
| 2141 | 5462 | 20605760555 | ARTICULOS TECNICOS SERVICIO ASESORIA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 35,100.00 | 6/08/2021 | 30/11/2021 | 15/12/2021 | 15 |
| 2163 | 5492 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 10,480.00 | 10/08/2021 | 15/10/2021 | 15/11/2021 | 31 |
| 2172 | 5575 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 5,809.00 | 12/08/2021 | 19/10/2021 | 4/11/2021 | 16 |
| 2173 | 5576 | 20277897734 | INDUSTRIA DEL VESTIDO SAN ANTONIO EIRL | 8,154.00 | 12/08/2021 | 18/10/2021 | 4/11/2021 | 17 |
| 2179 | 5580 | 10215762926 | PRADA PRADA HARRY ROBERT | 5,740.00 | 13/08/2021 | 9/09/2021 | 2/11/2021 | 54 |
| 2179 | 5689 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 5,565.00 | 13/08/2021 | 6/09/2021 | 2/11/2021 | 57 |
| 2189 | 5778 | 20527109877 | LATINO SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 34,875.00 | 17/08/2021 | 26/08/2021 | 13/09/2021 | 18 |
| 2193 | 5799 | 20490186906 | CORPORACION ANITA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - CORPORACION ANITA EIRL | 5,540.30 | 19/08/2021 | 15/10/2021 | 2/11/2021 | 18 |
| 2195 | 5842 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 4,510.00 | 19/08/2021 | 15/10/2021 | 2/11/2021 | 18 |
| 2197 | 5702 | 20606983345 | SEGURIDAD INDUSTRIAS SERVICIOS VILLANUEVA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 19,000.00 | 19/08/2021 | 18/10/2021 | 2/11/2021 | 15 |
| 2198 | 5706 | 20607331783 | CONSORCIO PESAMATIC E.I.R.L. | 28,000.00 | 19/08/2021 | 15/10/2021 | 11/11/2021 | 27 |

| | | | | | | | | |
|------|------|-------------|--|-----------|------------|------------|------------|----|
| 2200 | 5938 | 10247022495 | TICONA NUÑEZ RINA | 6,580.00 | 20/08/2021 | 15/10/2021 | 4/11/2021 | 20 |
| 2202 | 5942 | 10239646579 | HUALLPA CATUNTA SANTOS FAUSTO | 14,100.00 | 20/08/2021 | 19/11/2021 | 17/12/2021 | 28 |
| 2212 | 5996 | 20527109877 | LATINO SUR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 6,227.10 | 23/08/2021 | 30/09/2021 | 2/11/2021 | 33 |
| 2217 | 6039 | 20277577314 | SERVICENTRO JAKELINE S.C.R.LTDA. | 6,783.10 | 24/08/2021 | 30/09/2021 | 22/10/2021 | 22 |
| 2236 | 6075 | 20600705289 | INVERSIONES CECO. S.A.C | 6,950.79 | 26/08/2021 | 30/09/2021 | 2/11/2021 | 33 |
| 2301 | 6349 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 28,000.00 | 10/09/2021 | 18/10/2021 | 11/11/2021 | 24 |
| 2307 | 6365 | 10462467490 | MONTOYA FERNANDEZ JURGEN DIEGO | 5,621.00 | 13/09/2021 | 15/10/2021 | 4/11/2021 | 20 |
| 2311 | 6379 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,887.00 | 13/09/2021 | 15/10/2021 | 4/11/2021 | 20 |
| 2315 | 6155 | 20490800001 | ENERSUR REPRESENTACIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ENERSUR REPRESENTACIONES | 11,128.00 | 14/09/2021 | 14/10/2021 | 11/11/2021 | 28 |
| 2316 | 6157 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 20,405.00 | 15/09/2021 | 19/10/2021 | 19/11/2021 | 31 |
| 2346 | 6601 | 20564382206 | YAFRED E.I.R.L. | 8,050.00 | 23/09/2021 | 14/10/2021 | 4/11/2021 | 21 |
| 2362 | 6710 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 32,200.00 | 27/09/2021 | 18/10/2021 | 11/11/2021 | 24 |
| 2395 | 6882 | 10427105895 | ACUÑA ACCOSTUPA NATALY ZOILA | 20,944.70 | 1/10/2021 | 19/10/2021 | 8/11/2021 | 20 |
| 2409 | 6914 | 20602035159 | ASOCIACION DE PRODUCTORES CHOQUEKIRAO | 9,302.30 | 4/10/2021 | 25/11/2021 | 19/01/2022 | 55 |
| 2425 | 7001 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 31,901.00 | 7/10/2021 | 27/10/2021 | 11/11/2021 | 15 |
| 2436 | 7007 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 6,644.00 | 12/10/2021 | 1/12/2021 | 28/12/2021 | 27 |
| 2487 | 7469 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 4,438.00 | 27/10/2021 | 1/12/2021 | 21/12/2021 | 20 |
| 2495 | 7503 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,285.00 | 27/10/2021 | 17/11/2021 | 17/12/2021 | 30 |
| 2487 | 7469 | 10251852184 | BEJAR MENDOZA MARGARITA | 34,870.00 | 27/10/2021 | 21/12/2021 | 11/01/2022 | 21 |
| 2510 | 7607 | 10457970167 | AUCCA HUALLPA JAKELINE ROCIO | 33,000.00 | 3/11/2021 | 1/12/2021 | 22/12/2021 | 21 |
| 2511 | 7608 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 24,275.00 | 3/11/2021 | 24/11/2021 | 17/12/2021 | 23 |
| 2513 | 7613 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 25,550.00 | 3/11/2021 | 24/11/2021 | 17/12/2021 | 23 |
| 2514 | 7614 | 10800047868 | GRAJEDA SALAZAR FERNANDO | 28,000.00 | 3/11/2021 | 30/11/2021 | 22/12/2021 | 22 |
| 2519 | 7616 | 10239668131 | CATARI VALERO DANNY BRADY | 8,420.00 | 3/11/2021 | 24/11/2021 | 17/12/2021 | 23 |
| 2525 | 7621 | 20563953269 | FAMAC - ARTE - DISEÑO S.A.C. | 7,610.50 | 3/11/2021 | 1/12/2021 | 16/12/2021 | 15 |
| 2469 | 7669 | 20564015807 | TAYTA HUASY PACHA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. - T.H. PACHA E.I.R.L. | 27,750.00 | 5/11/2021 | 25/11/2021 | 17/12/2021 | 22 |
| 2538 | 7657 | 10426821538 | LEVITA FLORES JOSE LUIS | 7,920.00 | 4/11/2021 | 23/11/2021 | 17/12/2021 | 24 |
| 2541 | 7682 | 20600285603 | PRO-LIM DISTRIBUCIONES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,530.00 | 4/11/2021 | 30/11/2021 | 28/12/2021 | 28 |
| 2545 | 7678 | 20600068530 | PROMACEM SOCIEDAD ANONIMA - PROMACEM S.A. | 16,020.00 | 4/11/2021 | 24/11/2021 | 22/12/2021 | 28 |
| 2548 | 7680 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 19,000.00 | 4/11/2021 | 25/11/2021 | 15/12/2021 | 20 |
| 2566 | 7762 | 20602780318 | ABI IMPRESORES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 28,800.00 | 8/11/2021 | 15/12/2021 | 25/01/2022 | 41 |
| 2568 | 7813 | 20604294763 | CORPORACION ALZUR S.A.C. | 9,457.50 | 9/11/2021 | 30/11/2021 | 16/12/2021 | 16 |
| 2570 | 7887 | 10462467490 | MONTOYA FERNANDEZ JURGEN DIEGO | 25,466.00 | 9/11/2021 | 19/11/2021 | 16/12/2021 | 27 |
| 2573 | 7890 | 10469911174 | SUCLLI BUSTAMANTE YANETH | 15,300.00 | 9/11/2021 | 29/11/2021 | 16/12/2021 | 17 |
| 2577 | 7895 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 25,130.00 | 9/11/2021 | 25/11/2021 | 21/12/2021 | 26 |
| 2578 | 7896 | 20603314868 | TECHNOLOGY SOUTH PERUVIAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 24,788.00 | 9/11/2021 | 24/11/2021 | 17/12/2021 | 23 |
| 2580 | 7898 | 20603314868 | TECHNOLOGY SOUTH PERUVIAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 11,350.00 | 9/11/2021 | 29/11/2021 | 16/12/2021 | 17 |
| 2582 | 7906 | 10716959321 | CATARI CCASA KAREN INGRID | 5,599.00 | 9/11/2021 | 29/11/2021 | 16/12/2021 | 17 |
| 2588 | 7910 | 10800047868 | GRAJEDA SALAZAR FERNANDO | 7,600.00 | 10/11/2021 | 29/11/2021 | 22/12/2021 | 23 |
| 2589 | 7911 | 10716959321 | CATARI CCASA KAREN INGRID | 16,000.00 | 10/11/2021 | 29/11/2021 | 16/12/2021 | 17 |
| 2599 | 7976 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 8,060.00 | 10/11/2021 | 29/11/2021 | 23/12/2021 | 24 |
| 2618 | 8038 | 20603314868 | TECHNOLOGY SOUTH PERUVIAN EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 13,620.00 | 11/11/2021 | 1/12/2021 | 23/12/2021 | 22 |
| 2622 | 8102 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 21,753.00 | 15/11/2021 | 26/11/2021 | 22/12/2021 | 26 |
| 2623 | 8103 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 32,751.00 | 15/11/2021 | 21/12/2021 | 11/01/2022 | 21 |
| 2626 | 8105 | 10431819631 | CUSIHUALLPA FARFAN MILAGROS | 6,625.00 | 15/11/2021 | 7/12/2021 | 24/12/2021 | 17 |
| 2629 | 8111 | 10251357892 | GUTIERREZ TORRE AMEHT MARTIN | 5,611.80 | 15/11/2021 | 24/11/2021 | 17/12/2021 | 23 |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------------|--|-----------|------------|------------|------------|----|
| 2630 | 8112 | 20601279364 | SEMAEGE E.I.R.L. | 32,800.00 | 15/11/2021 | 22/12/2021 | 6/01/2022 | 15 |
| 2631 | 8113 | 20600162145 | INVERSIONES DAZA WM SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 35,184.00 | 15/11/2021 | 26/11/2021 | 21/12/2021 | 25 |
| 2634 | 8116 | 20605616004 | CORPORACION MINKA'S CUSCO S.R.L. | 16,110.00 | 15/11/2021 | 1/12/2021 | 23/12/2021 | 22 |
| 2646 | 8127 | 10412625248 | JALISTO CONDORI ESTRELLA | 34,825.00 | 15/11/2021 | 30/11/2021 | 22/12/2021 | 22 |
| 2648 | 8129 | 10800047868 | GRAJEDA SALAZAR FERNANDO | 5,400.00 | 15/11/2021 | 21/12/2021 | 10/01/2022 | 20 |
| 2651 | 8130 | 20601001561 | RADIO COMUNICACIONES DIGITALES Y SEGURIDAD ELECTRONICA S.A.C | 32,400.00 | 15/11/2021 | 26/11/2021 | 28/12/2021 | 32 |
| 2677 | 8183 | 10239895901 | QUISPE SERRANO LUZ MARINA | 16,667.00 | 17/11/2021 | 1/12/2021 | 16/12/2021 | 15 |
| 2678 | 8184 | 20527612129 | MAFETSUR INVERSIONES GENERALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 4,572.50 | 17/11/2021 | 22/12/2021 | 12/01/2022 | 21 |
| 2679 | 8185 | 10716959321 | CATARI CCASA KAREN INGRID | 6,956.00 | 17/11/2021 | 29/11/2021 | 16/12/2021 | 17 |
| 2682 | 8187 | 10427105895 | ACUÑA ACCOSTUPA NATALY ZOILA | 23,793.90 | 17/11/2021 | 1/12/2021 | 20/12/2021 | 19 |
| 2699 | 8204 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 17,955.00 | 18/11/2021 | 30/11/2021 | 23/12/2021 | 23 |
| 2700 | 8209 | 10239883091 | CRUZ PUMA ARMANDO | 8,000.00 | 18/11/2021 | 16/12/2021 | 13/01/2022 | 28 |
| 2703 | 8212 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 14,569.00 | 18/11/2021 | 26/11/2021 | 23/12/2021 | 27 |
| 2711 | 8360 | 20602035159 | ASOCIACION DE PRODUCTORES CHOQUEKIRAO | 15,844.05 | 22/11/2021 | 29/12/2021 | 19/01/2022 | 21 |
| 2725 | 8377 | 20606584327 | SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL SUR EPPS Y TEXTILES EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5,810.00 | 22/11/2021 | 29/11/2021 | 23/12/2021 | 24 |
| 2763 | 8421 | 10427105895 | ACUÑA ACCOSTUPA NATALY ZOILA | 4,920.00 | 23/11/2021 | 30/11/2021 | 27/12/2021 | 27 |
| 2765 | 8426 | 20608344587 | MARO GROUP BUSINESS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 6,994.18 | 23/11/2021 | 9/12/2021 | 28/12/2021 | 19 |
| 2833 | 8691 | 10402129706 | APAZA PACCOSONCCO ROXANA FILOMENA | 17335 | 1/12/2021 | 16/12/2021 | 6/01/2022 | 21 |
| 2613 | 8835 | 10411596163 | HUAMAN ACHAHUI HARRY | 5610 | 6/12/2021 | 31/12/2021 | 21/01/2022 | 21 |
| 2843 | 8751 | 20601990181 | GEENTOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - GEENTOS S.R.L. | 9800 | 3/12/2021 | 29/12/2021 | 14/01/2022 | 16 |
| 2861 | 8829 | 20527344019 | SURTIDORES MANU SAC | 12342.5 | 6/12/2021 | 23/12/2021 | 12/01/2022 | 20 |
| 2925 | 9058 | 20490186655 | CONSULTORIA Y SERVICIOS INTRAGALSA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-INTRAGALSA E.I.R.L | 16585 | 14/12/2021 | 28/12/2021 | 14/01/2022 | 17 |
| 2942 | 9121 | 10800047868 | GRAJEDA SALAZAR FERNANDO | 4680 | 15/12/2021 | 28/12/2021 | 14/01/2022 | 17 |
| 2981 | 9300 | 20602898521 | IMPORTACION & DISTRIBUCION PACIFICO PERU EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 9550 | 17/12/2021 | 29/12/2021 | 13/01/2022 | 15 |
| 2984 | 9304 | 20566444586 | DROGUERIA KRISOR SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - DROGUERIA KRISOR S.A.C. | 13200 | 17/12/2021 | 31/12/2021 | 25/01/2022 | 25 |
| 3051 | 9589 | 20564048217 | GRIFO GASOIL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- GRIFO GASOIL S.A.C. | 7898.88 | 23/12/2021 | 31/12/2021 | 17/01/2022 | 17 |
| 3054 | 9583 | 20564413527 | DISTRIBUCIONES MICARDI S.R.L. | 30000 | 22/12/2021 | 29/12/2021 | 14/01/2022 | 16 |
| 3058 | 9598 | 10462467490 | MONTOYA FERNANDEZ JURGEN DIEGO | 5445 | 23/12/2021 | 30/12/2021 | 14/01/2022 | 15 |
| 3074 | 9648 | 10452746447 | CCORICASA GONZALES HERLINDA | 10000 | 23/12/2021 | 30/12/2021 | 14/01/2022 | 15 |
| 3087 | 10000 | 10467933413 | DURAND CCOLLATUPA DARLY YOEL | 4406.19 | 31/12/2021 | 31/12/2021 | 24/01/2022 | 24 |