



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS
TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS
OLIVOS EN EL AÑO 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL

CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

SULCA AVILA, Lucero Chris

ASESOR:

MG. ALVAREZ LOPEZ, ALBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

TRIBUTACION

LIMA-PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO

| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|  UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS | Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) **Sulca Avila Lucero Chris** cuyo título es: **"Donaciones de los Consumidores y los Beneficios Tributarios de los supermercados en el año 2017"**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Número) quince (Letras).

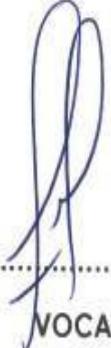
Lugar y fecha.....

.....

PRESIDENTE
 Mg. Alberto P. Narvez Lopez

.....

SECRETARIO

.....

VOCAL Mg. Victor Hugo Fernandez Balboa

DEDICATORIA

Este actual trabajo de investigación está dirigido en primer lugar a mis progenitores y hermanos quienes fueron las personas que siempre estuvieron ahí. Sin sus consejos y apoyo; tal vez nada de esto hubiera sido posible. Gracias por su perseverancia, cariño y por su absoluto apoyo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis amigos, y demás seres queridos que siempre estuvieron apoyándome y brindándome todo su apoyo incondicional para poder culminar este sueño anhelado.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lucero Chris Sulca Avila con DNI N°74836068, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo de Proyecto de Investigación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 10 de Diciembre de 2018



Sulca Avila, Lucero Chris

D.N.I:74836068

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador:

En cumplimiento del reglamento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada “Donaciones de los consumidores y los Beneficios Tributarios de los Supermercados del Distrito de los Olivos en el año 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Contador Público

Tiene como finalidad demostrar el mal uso de las donaciones de los consumidores y los beneficios los supermercados que se obtienen a través de estas donaciones, lo cual les generara las deducciones al impuesto a la renta según la declaración anual , ya que esto vendría a ser un beneficio específicamente para el supermercado , pero no para el donante real (consumidor).

El actual trabajo de investigación está estructurado bajo el esquema de 8 capitulos. En el capítulo I, se expone la Introducción. En capítulo II, se presenta el marco metodológico y método de investigación. En el capítulo III, se muestran los resultados de investigación. En el capítulo IV, las discusiones. En el capítulo V, las conclusiones .En el capítulo VI, se presenta las recomendaciones. En el capítulo VII y VIII, se detallan las referencias bibliográficas y anexos: El Instrumento, la matriz de consistencia y la validación del instrumento.

ÍNDICE

| | |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| DEDICATORIA..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| AGRADECIMIENTO..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD | V |
| PRESENTACIÓN..... | VI |
| ÍNDICE | VI |
| ÍNDICE DE TABLAS | X |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | XII |
| RESUMEN | XIII |
| ABSTRACT | XIV |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| 1.1 Realidad Problemática | 16 |
| 1.2 Trabajos Previos..... | 17 |
| 1.3 Teorías relacionadas al tema | 21 |
| 1.3.1 Variable N° 1: Donaciones de los Consumidores..... | 21 |
| 1.3.2. Variable N°2: Beneficios Tributarios..... | 22 |
| 1.3.3 Marco conceptual..... | 24 |
| 1.4 Formulación del Problema..... | 27 |
| 1.5 Justificación del Estudio | 27 |
| 1.5.1 Pertinencia:..... | 27 |
| 1.5.2 Relevancia Social: | 27 |
| 1.5.3 Implicancias Prácticas | 28 |
| 1.5.4 Valor Teórico | 28 |
| 1.5.5 Utilidad Metodológica..... | 28 |
| 1.6 Objetivos | 28 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.7 Hipótesis | 28 |
| CAPÍTULO II: MÉTODO..... | |
| ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.1. Diseño de Investigación | 31 |
| 2.2. Tipo de Estudio | 31 |
| 2.3. Matriz de Operacionalización | 31 |
| 2.4 Población, muestreo y muestra | 33 |
| 2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 34 |
| 2.6 Método de análisis de datos..... | 36 |
| 2.7 Aspectos Éticos..... | 37 |
| CAPÍTULO III: RESULTADOS..... | |
| ¡Error! Marcador no definido. | |
| 3.1. Análisis de confiabilidad del instrumento..... | 39 |
| 3.2. Análisis de confiabilidad del instrumento..... | 42 |
| 3.3 Resultados | 45 |
| 3.4 Validación de Hipótesis | 67 |
| 3.5 Correlación Spearman | 71 |
| CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN..... | |
| ¡Error! Marcador no definido. | |
| 4.1 Discusión de resultados | 79 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES | 82 |
| 5.1 Conclusiones..... | 83 |
| CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES..... | |
| ¡Error! Marcador no definido. | |
| 6.1 Recomendaciones..... | 86 |
| CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | |
| ¡Error! Marcador no definido. | |
| 7.1 Referencias Bibliográficas..... | 89 |
| ANEXOS..... | |

¡Error! Marcador no definido.

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA | 93 |
| ANEXO 02: INSTRUMENTO DE EVALUACION DE TESIS | 94 |
| ANEXO 03 TABLA DE VARIABLES | 96 |
| ANEXO 04 UBICACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS ANEXO 04 UBICACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS DISTRITO DE LOS OLIVOS..... | 98 |
| ANEXO 05: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A TRAVÉS DEL JUICIO DE EXPERTOS | 100 |
| ANEXO 06: PORCENTAJE DE SIMILITUD | 107 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA 1 CUADRO DE LA MUESTRA..... | 34 |
| TABLA 2 VALIDACIÓN DE EXPERTOS | 35 |
| TABLA 3 VALIDEZ DEL CONTENIDO JUICIO DE EXPERTOS | 35 |
| TABLA 4 ALPHA DE CRONBACH VARIABLE 01 | 40 |
| TABLA 5 ALPHA DE CRONBACH VARIABLE 02 | 43 |
| TABLA 6 ÍTEM 01..... | 45 |
| TABLA 7 ÍTEM 02..... | 46 |
| TABLA 8 ÍTEM 03..... | 47 |
| TABLA 9 ÍTEM 04..... | 49 |
| TABLA 10 ÍTEM 05..... | 50 |
| TABLA 11 ÍTEM 06..... | 52 |
| TABLA 12 ÍTEM 07..... | 53 |
| TABLA 13 ÍTEM 08..... | 55 |
| TABLA 14 ÍTEM 09..... | 56 |
| TABLA 15 ÍTEM 10..... | 57 |
| TABLA 16 ÍTEM 11..... | 59 |
| TABLA 17 ÍTEM 12..... | 60 |
| TABLA 18 ÍTEM 13..... | 62 |
| TABLA 19 ÍTEM 14..... | 63 |
| TABLA 20 ÍTEM 15..... | 64 |
| TABLA 21 ÍTEM 16..... | 66 |
| TABLA 22 PRUEBA DE NORMALIDAD DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | 68 |
| 23 PRUEBA DE NORMALIDAD TRANSFERENCIA ECONÓMICA..... | 68 |
| TABLA 24 PRUEBA DE NORMALIDAD FLUJO UNIDIRECCIONAL | 68 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 25 PRUEBA DE NORMALIDAD BENEFICIOS DEL RECEPTOR | 69 |
| TABLA 26 PRUEBA DE NORMALIDAD BENEFICIOS TRIBUTARIOS | 69 |
| TABLA 27 PRUEBA DE NORMALIDAD INCENTIVOS | 70 |
| TABLA 28 PRUEBA DE NORMALIDAD EXONERACIONES | 70 |
| TABLA 29 PRUEBA DE NORMALIDAD INAFECTACIÓN..... | 70 |
| TABLA 30 CORRELACIÓN DE SPEARMAN..... | 71 |
| TABLA 31 CORRELACIÓN DE SPEARMAN DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES -BENEFICIOS TRIBUTARIOS | 73 |
| TABLA 32 CORRELACIÓN DE SPEARMAN DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES - INCENTIVOS..... | 74 |
| TABLA 33 CORRELACIÓN DE SPEARMAN DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES - EXONERACIONES | 75 |
| TABLA 34 CORRELACIÓN DE SPEARMAN DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES - INAFECTACIONES | 76 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--------------------------|----|
| GRÁFICO 1: ÍTEM 01..... | 45 |
| GRÁFICO 2: ÍTEM 02..... | 46 |
| GRÁFICO 3: ÍTEM 03..... | 48 |
| GRÁFICO 4: ÍTEM 04..... | 49 |
| GRÁFICO 5: ÍTEM 05..... | 51 |
| GRÁFICO 6: ÍTEM 06..... | 52 |
| GRÁFICO 7: ÍTEM 07..... | 54 |
| GRÁFICO 8: ÍTEM 08..... | 55 |
| GRÁFICO 9: ÍTEM 09..... | 57 |
| GRÁFICO 10: ÍTEM 10..... | 58 |
| GRÁFICO 11: ÍTEM 11..... | 59 |
| GRÁFICO 12: ÍTEM 12..... | 61 |
| GRÁFICO 13: ÍTEM 13..... | 62 |
| GRÁFICO 14: ÍTEM 14..... | 63 |
| GRÁFICO 15: ÍTEM 15..... | 65 |
| GRÁFICO 16: ÍTEM 16..... | |

RESUMEN

El actual trabajo de investigación tiene como función establecer un claro conocimiento sobre las donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios en los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017. Este tema fue elegido gracias a que pocas personas tienen el conocimiento sobre los beneficios tributarios que los supermercados adquieren gracias a las donaciones brindadas por los consumidores, ya que este trabajo tiene como finalidad obtener que beneficio tributario obtiene tanto los donantes como los donatarios, y examinar el poco conocimiento que los donantes poseen al realizar una donación.

En su metodología de este actual trabajo de investigación encontramos básicamente el nivel Descriptivo-Correlacional, también muestra una investigación de diseño no experimental – transversal, ya que se obtiene como población a 2 supermercados ubicado en el distrito de los Olivos, la muestra destacada es de 68 trabajadoras encargadas de la recepción de dinero en dicho supermercado. Para el análisis de la preguntas se utilizó el método de la encuesta que fue formulada por 16 preguntas, para examinar el grado de confiabilidad recurrimos a analizarlo por medio del programa estadístico SPSS, así generamos el resultado de nuestra hipótesis como también las recomendaciones y conclusiones.

En esta actual investigación se tuvo como resultado que si existe una relación entre las donaciones de los consumidores con los beneficios de los supermercados ya que haciendo uso de la prueba estadística llamada Rho de Spearman generó como resultado una correlación alta.

Palabra clave: Donaciones, Beneficios Tributarios, Donantes, Donatarios

ABSTRACT

The current research work is to establish a clear knowledge about consumer donations and tax benefits in supermarkets in the district of Los Olivos in 2017. This topic was chosen because few people have knowledge about the benefits tributaries that supermarkets acquire thanks to the donations provided by consumers, since this work has the purpose of obtaining the tax benefit obtained by both donors and donors, and examining the little knowledge that donors have when making a donation.

In his methodology of this current research work we find basically the Descriptive-Correlational level, it also shows a non-experimental transversal design research, since it is obtained as a population to 2 supermarkets located in the district of Los Olivos, the outstanding sample is of 68 workers responsible for receiving money in the supermarket. For the analysis of the questions we used the survey method that was formulated by 16 questions, to examine the degree of reliability we resorted to analyze it through the statistical program SPSS, so we generated the result of our hypothesis as well as the recommendations and conclusions.

In this current investigation, it was found that there is a relationship between consumer donations and the benefits of supermarkets, since using the statistical test called Sperman's0 Rho resulted in a high correlation.

Keyword: Donations, Tax Benefits, Donors, Grantees

**CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN**

1.1 Realidad Problemática

En los últimos años los supermercados se inclinan en ser intermediarios entre los donantes y los donatarios, la donación generalmente es una acción que consiste en generar fondos económicos o de bienes materiales para las diferentes asociaciones sin fines de lucro , también llamados albergues , casa hogar , etc. con la finalidad de realizar labores benéficos a la sociedad.

A muchos nos ha pasado que al momento de pagar en un supermercado las personas que se encargan de hacer el cobro de los productos ya comprados, nos generan la pregunta ¿desea donar a una entidad? muchos consumidores donan los céntimos generados en el momento del cobro de los diferentes productos obtenidos en los supermercados, el donante “consumidor” acepta de la manera menos lucrativa es decir no reciben ningún beneficio hacia su persona; todo lo contrario; los donantes realizan esta acción por un sentimiento de solidaridad generalmente es un claro ejemplo de bondad.

Siendo los supermercados los beneficiarios de dicho acto, asumiendo un rol que no les pertenece tanto moral y económico. Dicho ente se favorece con el tema de sus impuestos tributarios, a pesar de que el dinero donado no sale realmente de sus ingresos sino de los consumidores, a consecuencia de esta acción se obtiene una mala aplicación tributaria, ya que no cuenta básicamente con el registro que indica obligatoriamente la superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria (SUNAT). A causa de que los donantes no obtienen la información necesaria de cómo hacer una correcta donación dentro de los supermercados, y esto genere como resultado que el verdadero donante no pueda apelar a una adecuada aplicación de leyes.

Generando un beneficio tributario establecido en el artículo 37° de la ley del impuesto a la renta .la deducción no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la renta neta de tercera categoría, luego de efectuada la compensación de pérdidas a que se refiere el artículo 50° de la LIR.

1.2 Trabajos Previos

Se han llevado a cabo un variado grupo de investigaciones sobre las donaciones de los consumidores y los beneficios de los supermercados. Posteriormente se revelaran las diferentes tesis que fueron descargadas de los distintos repositorio de las diferentes universidades que tuvieron como objetivo la preparación de este trabajo de investigación.

Bowen Parada , A . (2016) en la tesis que lleva como título “Estudio del comportamiento del consumidor con respecto a las Donaciones de los Vueltos” tesis para obtener el título de Ingeniero Comercial, Universidad de Chile.

El objetivo de la investigación fue explorar e indagar acerca de las variables determinantes del comportamiento del consumidor nacional con respecto a las donaciones de los vueltos.

Concluyendo el caso de las donaciones de los vueltos con un monto marginal, las variables que explicarían mayormente la conducta de las personas están asociadas por una parte al hábito o normalidad de donar los vueltos, es decir a una conducta más mecanizada y frecuente, y por otra al grado de rechazo a la credibilidad, transparencia y conveniencia de este mecanismo de donación.

Rincon Verjel ,A.,& Becerra Rodriguez ,Y.(2017) en su tesis titulada “Determinar el impacto económico que ha generado la evasión de impuestos por parte de los supermercados en la Zona Norte de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander “con esta tesis se logró obtener el grado de título de Contador Público, de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia.

El objetivo de la indagación fue diagnosticar la consecuencia económica debido a que viene generando la evasión tributaria, se describieron las razones para el no pago de los tributos.

Como conclusión a su tesis, se pudo reconocer las razones por las que los comerciantes no cumplen con los tributos en la zona norte de la ciudad de Ocaña, se puede decir que es por la falta de cultura ciudadana, conocimiento de los diferentes impuestos, siendo esto causa de la evasión de los contribuyentes con lo que se evidencia un menor compromiso por cumplir con dichas obligaciones.

Portales Carbonel , S. (2017). En su tesis titulada “La evasión al pago del IGV por los conductores del mercado la Hermelinda. En el año 2015” esta tesis fue realizada para obtener el título de abogado, en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú.

El fin de este trabajo de investigación fue determinar si el desconocimiento de las obligaciones tributarias, influye en la evasión del pago del IGV en los conductores del mercado La Hermelinda de la ciudad de Trujillo, año 2015.

Como conclusión a su tesis desconocimiento de las obligaciones tributarias en los conductores del mercado La Hermelinda, vienen influyendo en la evasión del pago del IGV en el año 2015; pues, en varios casos los negocios no se encontraban formalizados, mucho menos registrados en SUNAT.

Carrillo Pariacurí, J. (2017). En la tesis que lleva como título “La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado modelo. Año 2017” esta tesis fue realizada para obtener el título de contador público, de la Universidad del Señor de Sipán, ubicado en Chiclayo – Perú.

El propósito fue diagnosticar si la cultura tributaria contribuye con la evasión tributaria de los negociantes que se encuentran en el sector calzado del mercado "Modelo".

Como conclusión de la investigación en general se puede concluir que el conocimiento tributario de los negociantes que se encuentran en el sector calzado del conocido Mercado Modelo – Chiclayo, aún sigue siendo de bajo nivel. Esto nos da a entender que de los comerciantes encuestados tienen poco conocimiento tributario por lo tanto esto influye directamente en la evasión de impuestos, ya que, si uno conociera las normas, reglamentos y tiene una educación sobre cultura tributaria no se tendría problemas para que pueda cumplir con las obligaciones de pagar los tributos, muy por el contrario, se fomentaría el pago voluntario de los mismos.

Huayna Mendoza, I. (2017). En su trabajo de tesis denominado “Los beneficios tributarios y su impacto en la recaudación fiscal del Perú en el año 2016 ” tesis para obtener el Grado académico de Bachiller en Ciencias Financieras y Contables ,de la Universidad de San Martín de Porres , Lima – Perú.

La finalidad fue establecer si beneficios tributarios inciden en la recaudación fiscal del Perú en el 2016. Como conclusión de la investigación los créditos fiscales son deducciones que se le permite realizar al contribuyente para determinar la retribución del Impuesto General a las Ventas (I.G.V), por lo tanto tiene una influencia en la recaudación del tributo.

Condezo Ordoñez, L. (2015). En el trabajo de investigación titulada “Beneficios tributarios en el desarrollo de las zonas Altoandinas del Perú” tesis para obtener el grado académico de doctor en Contabilidad y Finanzas, Universidad de San Martín de Porres, Perú.

El objetivo fue determinar el nivel de influencia que tiene los beneficios tributarios en el desarrollo de las Zonas Altoandinas del Perú. Como conclusión se puede determinar que este trabajo refleja que los diferentes beneficios tributarios no generan influencia para la mejora del desarrollo de las Zonas Altoandinas del Perú.

Bustamante Gamarra, F., & Risco Orozco, V. (2017). En su tesis titulada “Análisis comparativo del comportamiento del consumidor en los Supermercados Tottus, Plaza Vea y Metro en la ciudad de la amistad (Chiclayo)” trabajo que se realizó para alcanzar el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú.

La intención se da al prescribir aquellas diferencias del comportamiento que los consumidores realizan al comprar de los supermercados Tottus, Hipermercados Plaza Vea y Metro ubicada en Chiclayo.

Como Conclusión de la investigación Las diferencias que existen entre cada firma de supermercados presentes en la ciudad de Chiclayo (Tottus, Plaza Vea y Metro) radica principalmente en el segmento a los que se han enfocado servir; Metro ubicado en las zonas más céntricas, Tottus optando por establecerse en zonas con distintos segmentos, es decir para casi todos los segmentos y Plaza Vea tomando oportunidad de su ubicación como estrategia comparativa el estar dentro de Real Plaza, el centro comercial más concurrido. En cuanto a la percepción que marco el perfil se observó que los supermercados Tottus y Metro fueron por sus atributos de precios y promociones, variedad y proximidad al hogar; y la de Plaza Vea fue de variedad de productos, servicio brindado e infraestructura y orden.

Carrillo, J. (2017) en su trabajo de tesis “La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del Mercado Modelo Chiclayo” trabajo para poder obtener el grado de Bachiller en Contabilidad y Finanzas, en la Universidad Señor de Sipán, Perú.

El fin de este trabajo fue dirigido a la determinación de la cultura tributaria que ayuda a la contribución de la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado "Modelo".

Se concluyó que la cultura tributaria de los comerciantes tienen poco conocimiento tributario por lo tanto esto influye directamente en la evasión de impuestos, ya que, si uno conociera las normas, reglamentos y tiene una educación sobre cultura tributaria no se tendría problemas para que pueda cumplir con las obligaciones de pagar los tributos.

Barba Hurtado, C., & Hernández Albitres, R. (2017) en su trabajo de tesis titulada “Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes mayoristas de abarrotes de Chepén 2016” se realizó este trabajo para obtener el grado de contador público, Universidad Señor de Sipán, Perú.

La finalidad es determinar los factores de la cultura tributaria con una mayor relación en la realización de las obligaciones tributarias de los trabajadores mayoristas de encargados de la venta abarrotes de Chepén 2016

Se concluyó la existencia de una elevada relación de los factores tales como estrategia de desarrollo en educación tributaria y obligaciones tributarias la cual obtuvo un nivel de correlación de 0.912 en la escala de Spearman y el factor infracciones y sanciones el cual tuvo un nivel correlación alto teniendo un 0.906 , ambos factores superando el 0.9 y acercándose a la unidad, así mismo los niveles de relación de cada factor con cada variable de estudio bordea entre los 0.7 y 0.9, por lo que la más baja relación obtenida es la del factor programación de las obligaciones con la cultura tributaria llegando un nivel de 0.795, por lo que es necesario mediante el presente estudio realizar una pequeña propuesta basada en la cultura tributaria.

Cruz Martínez, N. (2015) en su tesis titulada “Análisis de las donaciones utilizadas como medio de evasión fiscal por el periodo 2004 - 2013” tesis para obtener la especialidad en Impuestos, Instituto Politécnico, México.

El objetivo fue identificar las repercusiones fiscales que han generado las donaciones realizadas por las empresas mexicanas para la autoridad y la sociedad en el periodo comprendido 2004 al 2013.

Como conclusión de la investigación se refleja que con la aplicación de los donativos en la determinación del ISR se reduce las contribuciones que percibe el gobierno, esto repercute en la disminución de los ingresos que el gobierno destina a obras públicas.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable N° 1: Donaciones de los Consumidores

Teoría Científica

Donar dinero es una práctica muy común entre personas naturales como jurídicas. La mayoría de los entes que realizan estas acciones de manera solidaria, se genera a través de diferentes anuncios que los consumidores toman en cuenta y de una u otra manera estos anuncios publicitarios cumplen de manera satisfactoria su función.

Teoría de Donaciones

Según (Razeto, 1994)

[...]”Las donaciones básicamente se emplean de una forma análoga que se evalúa básicamente a método de intercambio ya que dos sujetos debe de tener en cuenta dos sujetos para que se de un derivado cambio entre donante y donatario, en el método unidireccional solo una de las partes busca su beneficio económico mientras que la otra parte en este caso el beneficio no genera ningún beneficio económico”. (P.4)

Las donaciones son aportaciones muy semejantes al intercambio, ya que para realizar esta actividad el intermediario necesita un flujo de activos en dos individuos. Lo mismo podemos decir del intercambio ; existe una desigualdad entre lo donado y los intercambios , en el caso del intercambio los activos se dan de manera bi-

relacional es decir que ambos individuos buscan un beneficio en cambio a diferencia de lo donado estos activos se dan de manera uni-lateral ya que en este caso se da por el propio interés del individuo , la motivo del donante es de manera dadivosa, en ambos casos los individuos busca lucro ya sea en forma directa o utilidad a terceros.

1.3.2. Variable N°2: Beneficios Tributarios

Teoría Científica

Beneficios Tributarios

El Impuesto General a las Ventas se conoce generalmente como beneficios tributarios ya que se puede establece a las diferentes instituciones tanto públicas como también privadas ya sean nacionales o extranjeras ya den a conocer programas o actividades de desarrollo integral, que tal vez son financiadas a través de las donaciones que se realizan a través de las donaciones del donatario.

Según Barzola, D. (2011)

“Los beneficios tributarios también reciben el siguiente nombre “incentivos “ ya que la única finalidad es eliminar generalmente lo parcial o total de lo que llamamos obligación tributaria, por general al establecer eso se debe de tener una causa que de indicios .Estos beneficios se encuentra únicamente en las normas tributarias. Estas normas se dividen básicamente en tres una exoneración, inafectacion u otros beneficios tributarios”. (p.15).

Los beneficios tributarios comprenden incentivos que son dados por el Estado a los empresarios como un instrumento de auge económico y una mejora hacia el país con el propósito de lograr una buena calidad de vida de la población en general.

Actualmente, en el país en este caso Peru se conocen diferentes beneficios tributarios que se generan y se diferencian por medio de los diferentes ingresos ya sea de las personas naturales como jurídicas, ya que estos están establecidos por las diferentes entidades del Estado Peruano , esto depende mucho si son micro empresas o macro empresas

Beneficios tributarios de las Donaciones

Frente al donante

De aprobación a la Ley del Impuesto a la Renta son deducibles de la renta bruta los gastos por noción de donaciones otorgados en favor de entidades y dependencias del Sector Público Nacional, excepto empresas, y a entidades sin

finés de lucro cuyo objeto social comprenda Beneficencia, Asistencia o Bienestar Social, Educación, Culturales, Científicas, Artísticas, Literarias, Deportivas, Salud, Patrimonio histórico cultural indígena; y otras de fines semejantes. Ya que dichas entidades deben de contar con la calificación previa por parte de la SUNAT (La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria).

La deducción no debería se superar el 10% de la renta neta que se establece en la tercera categoría, luego de declarado las utilidades y pérdidas.

El crédito a deducir no puede exceder de 14.000 UTM de diciembre de cada año, o del monto de los impuestos determinados sobre ingresos efectivos.

Frente al donatario

Las donaciones establecen un Beneficio Tributario al Donante como a las Instituciones Financiera.

Se da a conocer el Impuesto Tributario según La Ley del Impuesto a la Renta ya que estos impuestos no forman parte de la Constitución del Impuesto a la Renta.

1.3.3 Marco conceptual

Directa

La donación es un negocio de decisión directa, que se genera a través de un desplazamiento patrimonial de los donantes ya que se realiza según las condiciones requeridas, dando como resultado que el donatario adquiere lo objetos donados (Diez Picazo, 1998, pp. 23-24).

Gratuito

Las donaciones son formas gratuitas. Generalmente la gratuidad es un componente fundamental de una donación peculiar proyectada como una atribución patrimonial, liberal, gratuita, lucrativa y no debida. Usualmente, entendemos que no se genera una contraprestación correlativa a la donación (Alvarez Salamanca, 2014, pp. 1-2).

Comensalismo

Se relaciona como comensalismo al vínculo que se genera a través de la donación, donde solo una de las partes obtiene algún beneficio mientras la otra parte no obtiene beneficios, pero tampoco presenta resultado perjudicial (Merino, 2012, p. 116)

Altruista

Se considera como un acto opuesto al egoísmo con el objetivo de obtener una motivación interna, preocupándose por obtener el bienestar de otra personas (Carrera Pilar, 2004, p. 1)

Objetivo Social

Se genera principalmente a través de la actividad económica cuyo objetivo nace principalmente en el mantenimiento y la existencia de una sociedad , teniendo algunas condiciones muy presentes , y que estas no vayan en contra de las leyes , cumpliendo sus actividades morales y sus costumbres , ayudando al interés social optando por actividades útiles al patrimonio social (Canseco, 2014, p. 1)

Libertad de pago

Tributa para efectos fiscales como persona moral con fines no lucrativos. (Título III de la Ley del Impuesto sobre la Renta).

Gradualidad

El régimen de gradualidad solo será aplicable según la penalidad de las diferentes multas que obtendrá el sujeto obligado, ya que este puede incumplir con el depósito establecido (SUNAT, 2017).

Deducción de Gastos

La deducción es la forma que posee los diferentes contribuyentes para disminuir los algunos gastos a los ingresos acumulables para obtener la utilidad fiscal , el nombre de deducción se puede emplear básicamente como una disminución de los ingresos brutos , con el objetivo de poder generar una utilidad o en caso contrario poder generar una pérdida (Chamlaty Toledo, 2013, p. 420)

Revisión Periódica

La revisión periódica es uno de los beneficios que recibe básicamente todos los beneficiarios de las donaciones en este caso los donatarios , ya que gracias a que estos se deberían encontrar registrado , dado como se establece la ley , esta les proporciona una exoneración ya sea a una revisión de documentos contables sin plazos determinados. (Guizado, 2018)

Cooperativismo

El cooperativismo consiste básicamente en una asociación autónoma con el objetivo de establecer una actividad usando un ente para esto, se da a través de la mejora de todos los socios. (Varela, 2010)

Asociaciones sin fines de lucro

Son conocidas como organizaciones no lucrativas tienen características propias que las diferencian de las empresas de negocios y de la empresa de administraciones públicas, poseen un significado sobre los beneficios sociales ya que promueven valores sociales y busca la participación ciudadana (Juana, 2007, p. 91).

Naturaleza de la Actividad

También llamado como fin económico de una empresa se genera a través de la dimensión económica de la empresa, ya que a consecuencia de los diferentes ingresos económicos y su actividad económica cada empresa genera su beneficio. (Bernardo, 2017)

Sujeto no Pasivo

El sujeto no pasivo es aquella persona natural como persona jurídica que no realiza ningún pago tributario ya que no se encuentra obligada según el cumplimiento de los diferentes tributos. (Pérez de Ayala Becerril, 2008).

1.4 Formulación del Problema

Problema General

¿En qué medida las donaciones de los consumidores se relacionan con los beneficios tributarios de los supermercados de distrito de los olivos en el Año 2017?

Problema Específico

¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017?

¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017?

¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017?

1.5 Justificación del Estudio

1.5.1 Pertinencia:

El actual trabajo de investigación se da vital significancia ya que busca la regularización y la recaudación de fondos para campañas solidarias por parte de comercios mayoristas y minoristas a través de la donación del excedente en el pago de consumidores.

Por lo cual la investigación pretende, que los consumidores tengan conocimiento sobre cuál es el beneficio tributario que obtiene el supermercado a través de sus donaciones.

1.5.2 Relevancia Social:

Mediante este trabajo los consumidores que realicen su compras en los diferentes supermercados tomaran conciencia y podrán rendir una donación como manda la ley de defensa del Consumidor y la ley que establece el redondeo de vueltos.

1.5.3 Implicancias Prácticas:

El actual trabajo de investigación permitirá que los supermercados no puedan elevar el monto de sus donaciones, por medio de donaciones de terceros (consumidores) aplicando la ley de los Beneficios Tributarios.

1.5.4 Valor Teórico:

Este actual trabajo de investigación permitirá que los supermercados cumplan con el pago adecuado de sus Tributos, sino que también podrán contar con un beneficio cumpliendo dichas normas.

1.5.5 Utilidad Metodológica:

Esta investigación pretende ayudar a los consumidores con un plan de acción para identificar cual es el monto verdadero de la recolección de lo donado y también dar conocimiento como establecer una donación según ley.

1.6 Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación en qué medida las donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de Los Olivos en el año 2017.

Objetivo Especifico

Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.

Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.

Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.

1.7 Hipótesis

Hipótesis General

Las donaciones de los consumidores se relacionan con los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de los Olivos en el año 2017.

Hipótesis Específicos

Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017

Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.

.Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.

**CAPÍTULO II:
MÉTODO**

2.1. Diseño de Investigación

El diseño del actual trabajo de investigación es no experimental de carácter transversal.

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010). Esta investigación se realiza sin la manipulación de las variables. Ya que, se trata de investigaciones donde no hacemos la modificación en forma intencional de las variables independientes para ver su efecto sobre otra variable. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar el fenómeno tal como se dan en su contexto, para después analizarlo (p.2005).

2.2. Tipo de Estudio

El actual trabajo de investigación es de diseño descriptivo correlacional enfoque cuantitativo ya que se investiga el contexto de acuerdo a la realidad y el cómo se genera, extrayendo y analizando las diferentes anomalías de las personas implicadas.

Se pueden aplicar diferentes formas para la recolectar información ya sea entrevistas, encuestas, etc. Ahí podemos ver cómo se especifican las situaciones problemáticas.

Según (Pita Fernandez, S; Pertegas, Diaz S, 2002) “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede”. El diseño es cualitativo ya que obtiene un control metódico de una variable sobre otra generando un control riguroso sobre la situación experimental y utilizando variables definidas operacionalmente (p.152).

Se justifica en la recopilación y análisis de datos numéricos que se obtiene de la construcción de instrumentos de medida para el análisis de la prueba de hipótesis, se generan a través de muestra de participantes para proveer data estadísticamente significativa.

2.3. Matriz de Operacionalización

2.3. Matriz de Operacionalización

| Hipótesis | Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------|----------------------|
| Donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios de los Supermercados de Distrito de los Olivos en el año 2017. | Donaciones de los consumidores | Razeto, L. (1994). [...]”La donación es una relación económica de algún modo análoga al intercambio, en cuanto por su intermedio se verifica un flujo de activos entre dos sujetos. Igual que los intercambios, las donaciones son transferencias económicas. La diferencia con el intercambio está en que mientras en éstos los activos económicos fluyen de manera bi-direccional buscando ambas partes su propia utilidad, en la donación el flujo es uni-direccional y se realiza en función del beneficio del receptor [...] (p.04) | Se llama donación a la acción que consiste en la liberalidad voluntaria entre dos personas con capacidad de ejercer actos legales. Tenemos el donante y el donatario. Por un lado, el donante; en este caso tendrá la facilidad de desprenderse de bienes de su posesión, por el contrario el donatario; tendrá la facultad de aceptar o rechazar según sea el caso. Muchas veces en algunos ordenamientos jurídicos esta acción se legaliza por medio de un contrato. | Transferencias Económicas | Directo | |
| | | | | | Gratuito | |
| | | | | Flujo Unidireccional | Comensalismo | |
| | | | | | Altruista | |
| | | | | | Beneficios del Receptor | Objetivo Social |
| | | | | | | Libertad de Pago |
| | | | | | Incentivos | Gradualidad |
| | | | | | | Deducción del Gastos |
| | | | | | Exoneración | Revisión Periódica |
| | | | | | | Cooperativismo |
| | | | | | Asociaciones sin fines de lucro | |
| | | | | Inafectación | Naturaleza de la actividad | |
| | | | | | Sujetos no pasivos | |

2.4 Población, muestreo y muestra

Población

Para la presente investigación se considera como población a 2 supermercados ubicados en el distrito de Los Olivos. En este caso la población es de carácter finita, porque se puede contar a todos los elementos que participaran en este estudio. Para el presente estudio se seleccionara a 68 trabajadores que se encarga de recibir el dinero en los diferentes supermercados ubicados en el Distrito de los Olivos.

Muestreo

Es una método utilizado para poder seleccionar al os diferentes componentes de nuestra muestra que nos indica en nuestra población total, ya que esto se escoge según las características que todos los elementos de la población poseen. (Mata, 1994).

Debido a que mi población es una población finita ya que observamos una cantidad no tan elevada de miembros, por consiguiente se da en conclusión que no se presentara ningún muestreo.

Muestra

La muestra indagara ser representativa y se conformara por todos los trabajadores que se encuentran laborando en caja dentro de los supermercados que están debidamente registrados en el distrito de Los Olivos.

Dónde:

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

N: se nombra a través tamaño de la muestra

N: tamaño de la población.

Z: valor de la distribución normal estandarizado correspondiente al nivel de confianza (1.95)

E: máximo error permisible (5% = 0.05)

P: proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir. (50% = 0.50)

Q: proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir. (50% = 0.50)

Sustituyendo en la fórmula

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times (68)}{(0.03)^2 \times (68-1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

| |
|--------|
| n = 64 |
|--------|

Cuadro de la muestra

Tabla 1 Cuadro de la Muestra

| SUPERMERCADOS | Personal que se encarga de caja |
|---------------------------|---------------------------------|
| Plaza Vea - Universitaria | 34 |
| Plaza vea – Los Olivos | 34 |
| Total | 68 |

Fuente: Elaboración Propia

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En el desarrollo de este trabajo de investigación la técnica utilizada será la encuesta ya que en este proceso se recopilara los datos que sirven para la obtención de la información necesaria que se requiere obtener en este trabajo.

Instrumento:

El instrumento utilizado fue el cuestionario ya que es un instrumento que servirá para obtener datos de los encuestados que se realizara a través de preguntas para que de esta manera poder obtener un análisis conciso.

Validez:

Según, (Ramirez, 2014) Expone que el juicio de experto se trata básicamente de una técnica utilizada con la finalidad que nos ayuda que el cuestionario se someta por los especialistas; ya que pueden ser tanto metodológicos como temáticas.

Este estudio de investigación se dará a través del cuestionario y este podrá ser validado a través del juicio de expertos, este instrumento se da a través de la intervención de 03 profesores con el grado de Magíster, que fueron generados por la misma Universidad, que se encargaban de validar nuestro cuestionario basándose como instrumento cada variable del presente trabajo.

Tabla 2 Validación de Expertos

| Expertos | Opinión |
|-----------------------------|-----------|
| Dr. Padilla Vento Patricia | Aplicable |
| Mg.López Vega Iris Margot | Aplicable |
| Mg. Orihuela Ríos Natividad | Aplicable |

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3 Validez del contenido Juicio de Expertos

| Ítems | J1 | J2 | J3 | IA | V |
|-------|----|----|----|----|------|
| I01 | si | si | si | 1 | 100% |
| I02 | si | si | si | 1 | 100% |
| I03 | si | si | si | 1 | 100% |
| I04 | si | si | si | 1 | 100% |
| I05 | si | si | si | 1 | 100% |

| | | | | | |
|-----------------|----|----|----|----------|-------------|
| I06 | si | si | si | 1 | 100% |
| I07 | si | si | si | 1 | 100% |
| I08 | si | si | si | 1 | 100% |
| I09 | si | si | si | 1 | 100% |
| I10 | si | si | si | 1 | 100% |
| I11 | si | si | si | 1 | 100% |
| I12 | si | si | si | 1 | 100% |
| I13 | si | si | si | 1 | 100% |
| I14 | si | si | si | 1 | 100% |
| I15 | si | si | si | 1 | 100% |
| I16 | si | si | si | 1 | 100% |
| Promedio | | | | 1 | 100% |

Nota.J1, J2, J3 jueces. IA índice de aceptabilidad. V validez

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa los jueces que participaron en esta validación de instrumento dan credibilidad de que este instrumento cumple con todo lo establecido para poder ser aplicada a los encuestados.

Confiabilidad

En el desarrollo de este trabajo de investigación estudio de investigación sobre la confiabilidad del instrumento se llevara a cabo a través del coeficiente Alfa de CronBach.

2.6 Método de análisis de datos

Este actual trabajo de investigación se realizará a través de un sistema llamado Software Estadístico SPSS Versión 23 que simplificara el análisis de datos ya que de esta manera el sistema podrá cotejar de manera precisa todos los resultados o datos obtenidos de la encuesta.

2.7 Aspectos Éticos

En la elaboración de este trabajo de investigación, se ha venido efectuando a través de la Ética Profesional, se tendrá en cuenta el Reglamento de la LIR según el art. 21 inciso "s", en cuanto a los donatarios (sujetos que reciben la donación), ya que se establece por las entidades y dependencias del sector público y organismos y organizaciones internacionales tienen la calificación de entidades receptoras de donaciones con carácter permanente.

**CAPÍTULO III:
RESULTADOS**

3.1. Análisis de confiabilidad del instrumento

Donaciones

Con el objetivo de validar el presente instrumento se empleara el Alpha de Cron Bach, ya que tal forma otorga determinar la media ponderada de las correlaciones de las variable que pertenecen a la encuesta empleada.

Fórmula:

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

Dónde:

k= Número de Ítems

$\sum S_i^2$ = Suma de las varianza de cada Ítems

S_T^2 = Varianza Total

El instrumento a validar está representado a través de 9 ítems o preguntas, la muestra de este trabajo está compuesta por 68 personas encuestas. El grado de confiabilidad que se alcanza en el siguiente trabajo de investigación es del 95% .Para poder calcular el grado de confiabilidad utilizando el Alpha de Cronbach se utilizó un software estadístico llamado SPSS versión 23.

Resultados

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|----------|----|-------|
| Casos | Válido | 68 | 100,0 |
| | Excluido | 0 | ,0 |
| | Total | 68 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 4 Alpha de Cronbach Variable 01

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,966 | 9 |

Fuente: Elaboración Propia

Discusión:

La fiabilidad, es decir la veracidad que debe de presentar la escala del instrumento incrementara según la magnitud que presenta el Alfa de Cronbach, ya que se generara fiabilidad si el valor fue mayor o igual a 0.8 produciendo mayor fiabilidad cuando su valor tope llegue a 1. Utilizando la medición del Alpha de Cronbach, se adquirió el valor de 0.966 según el instrumento utilizado, llegando así a la conclusión que el instrumento empleado es altamente confiable.

Validez Ítem por Ítem

Estadísticas de total de elemento

| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| La directa transferencia Económica de las donaciones de los consumidores genera la deducción del gasto. | 30,09 | 63,067 | ,845 | ,962 |
| La directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera beneficios tributarios a los supermercados. | 29,99 | 63,418 | ,851 | ,962 |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|------|------|
| La forma gratuita de las donaciones de los consumidores originan las causas de los incentivos tributarios. | 29,94 | 61,011 | ,866 | ,961 |
| El modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina la deducción de gastos del supermercado. | 29,63 | 62,863 | ,880 | ,961 |
| La forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro. | 29,91 | 63,037 | ,876 | ,961 |
| El método del comensalismo de las donaciones de los consumidores trae consigo la exoneración tributaria. | 30,41 | 58,574 | ,880 | ,961 |
| La conservación del modo altruista mediante el flujo unidireccional del bien donado suscita un beneficio tributario. | 30,13 | 58,505 | ,946 | ,957 |
| El objetivo social se comprende con las donaciones de los consumidores para ocasionar exoneraciones tributarias. | 30,35 | 58,978 | ,883 | ,960 |
| La libertad de pago según el beneficio del receptor que se aplica a la ONG produce una <u>inafectación tributaria.</u> | 30,13 | 64,176 | ,702 | ,968 |

3.2. Análisis de confiabilidad del instrumento

Beneficios Tributarios

Con la finalidad de poder validar la segunda variable llamada beneficios tributarios, se empleó el Alpha de Cronbach, ya que busca establecer el valor equilibrado de la correlación que se encuentra entre las variables (preguntas o ítems) que se encuentran en la encuesta.

Fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] * \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

Dónde:

k= Número de Ítems

$\sum S_i^2$ = Suma de las varianza de cada Ítems

S_r^2 = Varianza Total

El instrumento a validar está representado a través de 7 ítems o preguntas, la muestra de este trabajo está compuesta por 68 personas encuestas. El grado de confiabilidad que se alcanza en el siguiente trabajo de investigación es del 90% .Para poder calcular el grado de confiabilidad utilizando el Alpha de Cronbach se utilizó un software estadístico llamado SPSS versión 23.

Resultados

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 68 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 68 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5 Alpha de Cronbach Variable 02

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,911 | 7 |

Fuente: Elaboración Propia

Discusión:

La fiabilidad, es decir la veracidad que debe de presentar la escala del instrumento incrementara según la magnitud que presenta el Alfa de Cronbach, ya que se generara fiabilidad si el valor fue mayor o igual a 0.8 produciendo mayor fiabilidad cuando su valor tope llegue a 1. Utilizando la medición del Alpha de Cronbach, se adquirió el valor de 0.911 según el instrumento utilizado, llegando así a la conclusión que el instrumento empleado es altamente confiable.

Validez Ítem por Ítem

Estadísticas de total de elemento

| | Media de escala si el elemento se ha suprimido | Varianza de escala si el elemento se ha suprimido | Correlación total de elementos corregida | Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| La gradualidad según el beneficio tributario se genera por la directa transferencia económica de los consumidores | 21,50 | 17,866 | ,877 | ,881 |
| La deducción de gastos se genera a través de los incentivos tributarios generados por las donaciones de los consumidores. | 22,03 | 20,805 | ,683 | ,904 |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|------|------|
| La revisión periódica para una adecuada aplicación de beneficios tributarios se da a través de las donaciones de los consumidores. | 21,76 | 20,511 | ,702 | ,902 |
| El cooperativismo de los donantes a través de los supermercados generan beneficios tributarios | 21,99 | 19,030 | ,742 | ,896 |
| Las asociaciones sin fines de lucro que ocasionan un objetivo social adquieren beneficios tributarios | 22,18 | 20,088 | ,655 | ,905 |
| La naturaleza de actividad de los donatarios se encuentran sostenidos a través del beneficio tributario | 22,28 | 17,010 | ,755 | ,899 |
| <hr/> Los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributario que genera las donaciones de los consumidores. <hr/> | 22,24 | 18,153 | ,771 | ,893 |

3.3 Resultados

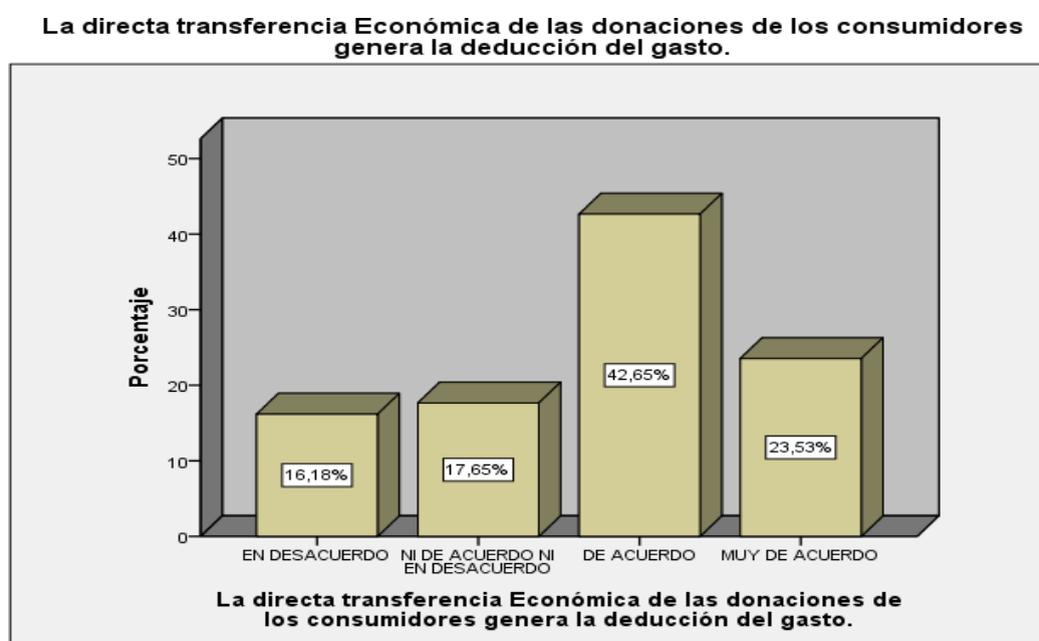
Tabla 6 Ítem 01

La directa transferencia Económica de las donaciones de los consumidores genera la deducción del gasto.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 11 | 16,2 | 16,2 | 16,2 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 12 | 17,6 | 17,6 | 33,8 |
| | DE ACUERDO | 29 | 42,6 | 42,6 | 76,5 |
| | MUY DE ACUERDO | 16 | 23,5 | 23,5 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1: Ítem 01



Fuente: Tabla N°06

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se pudo adquirir la información dando a conocer que un gran conjunto de los encuestados están de acuerdo al considerar que la directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera la

deducción del gasto, debido a que se puede acceder a los beneficios tributarios de los supermercados, entretanto el otro sector es un porcentaje de 16,18% que está en desacuerdo ya que seguramente no tiene el conocimiento sobre los beneficios que los supermercados obtienen tras una directa transferencia económica o al no conocer el tema manifiestan una inseguridad relacionado a este tema , generando un pensamiento en desacuerdo.

Tabla 7 Ítem 02

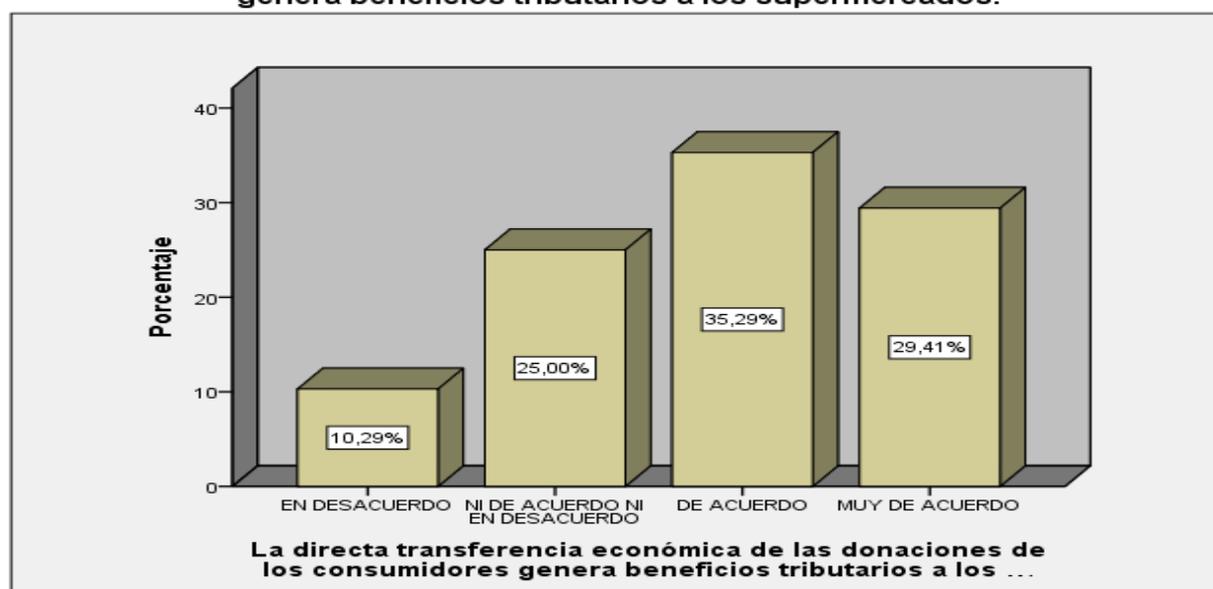
La directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera beneficios tributarios a los supermercados.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido EN DESACUERDO | 7 | 10,3 | 10,3 | 10,3 |
| NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 17 | 25,0 | 25,0 | 35,3 |
| DE ACUERDO | 24 | 35,3 | 35,3 | 70,6 |
| MUY DE ACUERDO | 20 | 29,4 | 29,4 | 100,0 |
| Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Ítem 02

La directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera beneficios tributarios a los supermercados.



Fuente: Tabla N°07

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede adquirir la información dando a conocer que un gran conjunto de 35,29% de los encuestados están de acuerdo al considerar que la directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera beneficios tributarios a los supermercados, ya que si no fuera una donación directa, es decir de modo personal esta no llegaría a tener el objetivo deseado ya que uno de los principales requisitos es que las personas afirmen el monto donado ya que si esto no se cumple, la donación no se generaría según lo establecido; el otro sector de un grupo de 29,41% nos da a conocer que se encuentran muy de acuerdo; el 25,00% de los encuestados nos señala que se encuentran en una posición de duda ya que la respuesta de esta encuesta se da a conocer que se encuentran en la parte de ni de acuerdo, ni en desacuerdo, entretanto el otro sector es un porcentaje de 10,29% se encuentra en desacuerdo y no tienen un buen conocimiento sobre el tema de la directa transferencia económica de las donaciones y los beneficios tributarios que generan los supermercados.

Tabla 8 Ítem 03

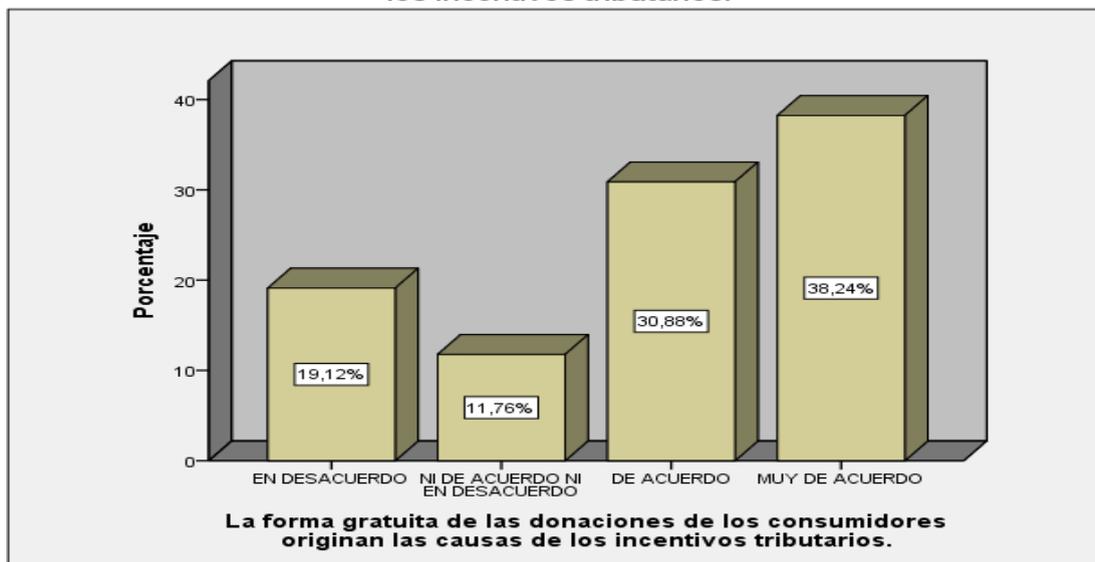
La forma gratuita de las donaciones de los consumidores originan las causas de los incentivos tributarios.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 13 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| | NIDE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 8 | 11,8 | 11,8 | 30,9 |
| | DE ACUERDO | 21 | 30,9 | 30,9 | 61,8 |
| | MUY DE ACUERDO | 26 | 38,2 | 38,2 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3: Ítem 03

La forma gratuita de las donaciones de los consumidores originan las causas de los incentivos tributarios.



Fuente: Tabla N°08

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede observar que una gran cantidad 38, 24% de personas encuestadas están muy de acuerdo que la forma gratuita de las donaciones de los consumidores originan las causas de los incentivos tributarios, ya que estas donaciones al ser gratuitas cumplen uno de los requisitos que es establecido en las leyes , ya que en esta actividad ese sobreentiende que el donante conoce o tiene información sobre a qué organización va a financiar el dinero donado y si se encuentra registrado según ley , entretanto el otro sector de un grupo de 19,12% de personas encuestadas se encuentran en desacuerdo ya que no tienen conocimiento sobre el tema de la forma gratuita de la donaciones de los consumidores y el origen de las causas de los incentivos tributarios , o tal vez esta pequeña población poseen una inseguridad sobre este tema.

Tabla 9 Ítem 04

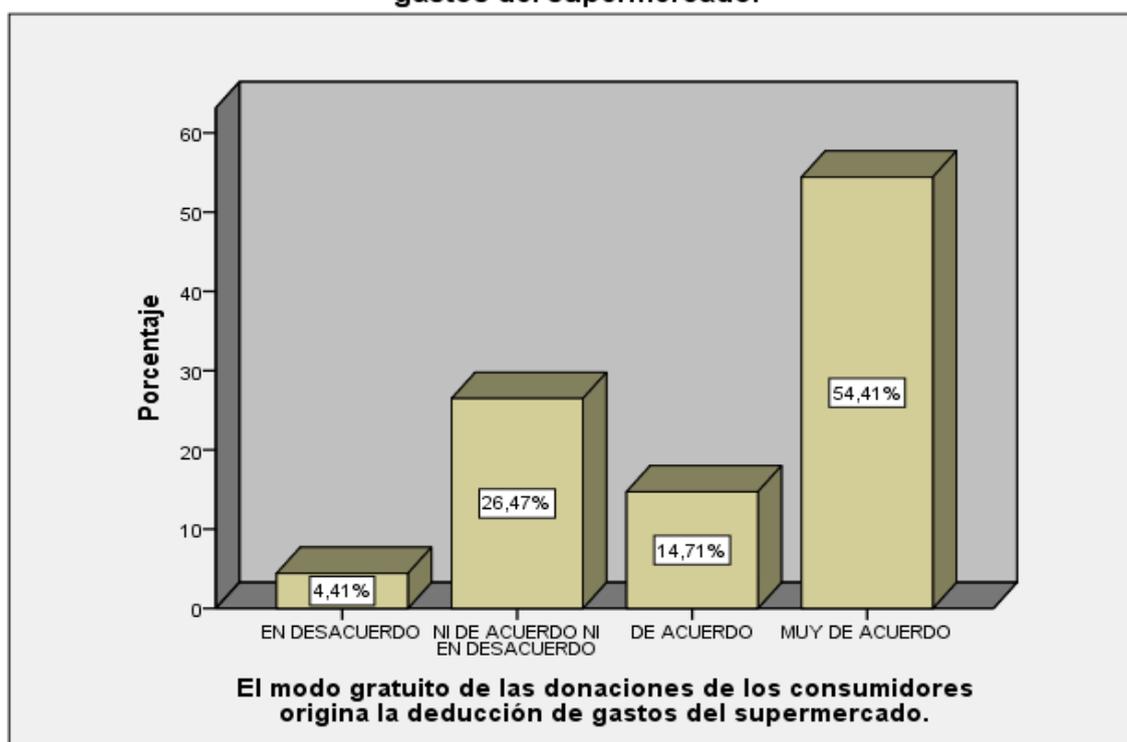
El modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina la deducción de gastos del supermercado.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 3 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| | NIDEACUERDONIEN DESACUERDO | 18 | 26,5 | 26,5 | 30,9 |
| | DE ACUERDO | 10 | 14,7 | 14,7 | 45,6 |
| | MUY DE ACUERDO | 37 | 54,4 | 54,4 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4: Ítem 04

El modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina la deducción de gastos del supermercado.



Fuente: Tabla N°09

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede observar que una gran cantidad de personas encuestadas, estamos hablando del 54,41% de la población, están muy de acuerdo al estimar sobre el modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina la deducción de gastos del Supermercado, ya que según lo estipulado las donaciones establecidas por los consumidores genera la deducción de la renta anual de los supermercados, ya que los donantes no se percatan en los requisitos que debe de establecer una donación para que este beneficio a los supermercados no se genere o si se logra sea con el conocimiento de cada uno de los donantes, vemos que el 14,71% de la población se encuentra de acuerdo con las pregunta dada en la encuesta, por otro lado vemos que el porcentaje de 26,47% nos responden con una duda ya que marcaron la opción ni de acuerdo, ni en desacuerdo mientras tanto vemos que una minoría de encuestados el 4.41% se encuentra en desacuerdo según el modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina la deducción de gastos del supermercado aunque podemos considerar que la pequeña población no tienen el conocimiento adecuado al tema establecido en esta encuesta.

Tabla 10 Ítem 05

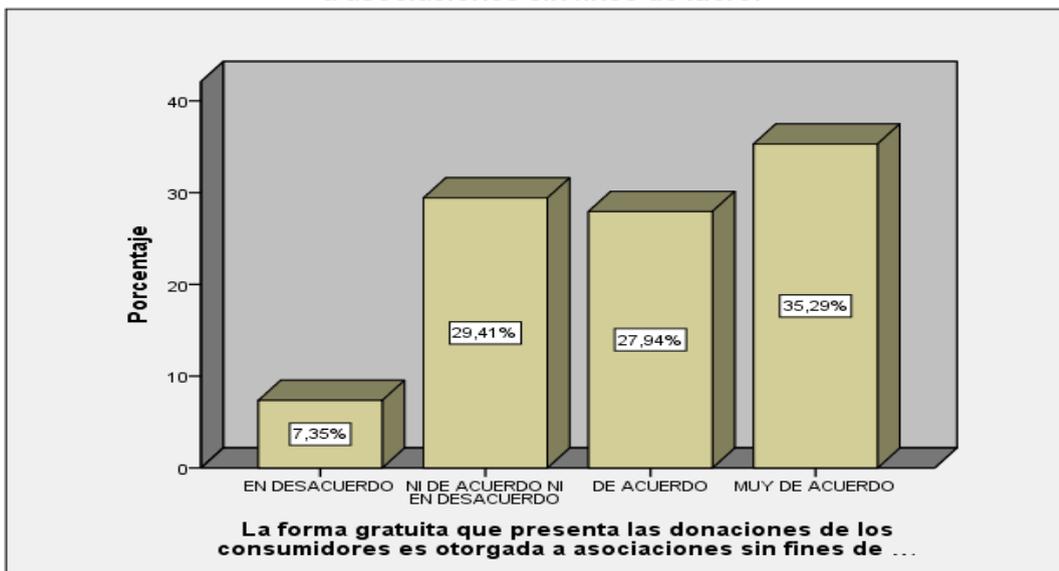
La forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 5 | 7,4 | 7,4 | 7,4 |
| | NIDEACUERDONIEN DESACUERDO | 20 | 29,4 | 29,4 | 36,8 |
| | DE ACUERDO | 19 | 27,9 | 27,9 | 64,7 |
| | MUY DE ACUERDO | 24 | 35,3 | 35,3 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5: Ítem 05

La forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro.



Fuente Tabla N°10

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede observar que una gran cantidad de personas encuestadas estamos hablando de un 35,29% de personas y nos dan a conocer que están muy de acuerdo al estimar que la forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro ,ya que este ítem es una particularidad fundamental de todas las donaciones ya que están buscan la ayuda a otras organizaciones también llamadas asociaciones sin fines de lucro para cumplir su objetivo de ayudar a estos entes sin buscar un beneficio al donante ya que este lo hace de forma generosa ,vemos que el 27,94% se encuentra de acuerdo esto nos demuestran que si poseen conocimiento sobre el tema , por lo tanto vemos que el 7.35% de las personas encuestadas no tienen conocimiento sobre el tema de la forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro , o simplemente tienen un grado de inseguridad hacia el tema.

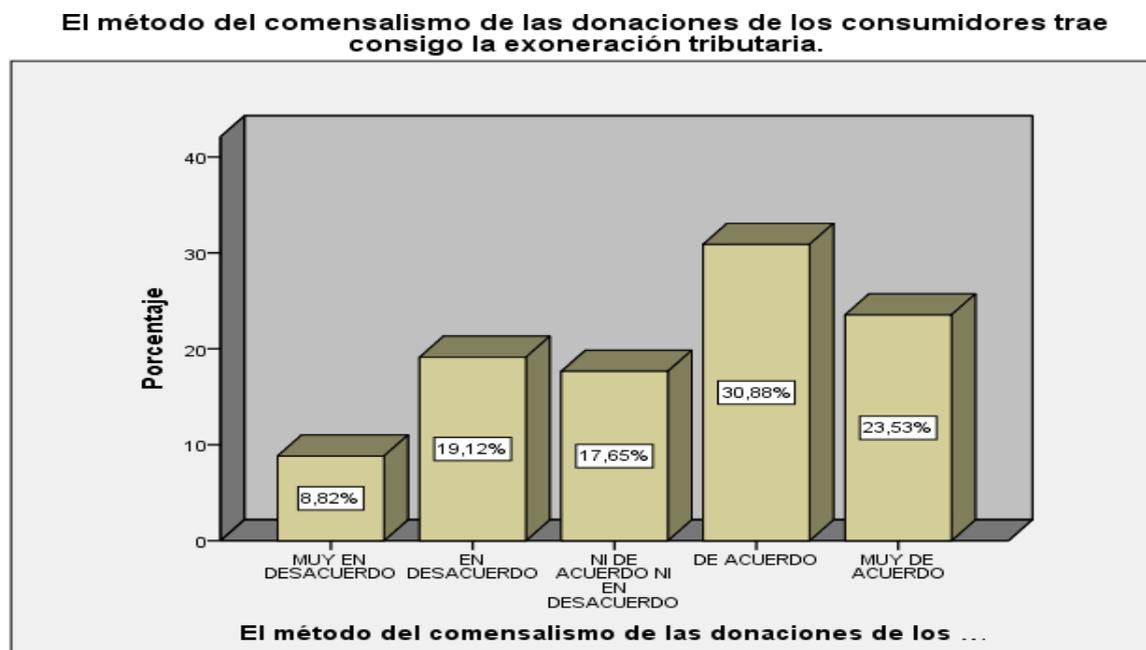
Tabla 11 Ítem 06

El método del comensalismo de las donaciones de los consumidores trae consigo la exoneración tributaria.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 6 | 8,8 | 8,8 | 8,8 |
| | EN DESACUERDO | 13 | 19,1 | 19,1 | 27,9 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 12 | 17,6 | 17,6 | 45,6 |
| | DE ACUERDO | 21 | 30,9 | 30,9 | 76,5 |
| | MUY DE ACUERDO | 16 | 23,5 | 23,5 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6: Ítem 06



Fuente Tabla N°11

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajeras de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede observar que una gran cantidad de personas encuestadas están de acuerdo al estimar el método del comensalismo de las donaciones de los consumidores trae consigo la exoneración tributaria ya que en una donación el objetivo que se emplea es el comensalismo ya que es algo fundamental en una donación debido a que debe de cumplir la estructura de que una de las partes que participa en este acto debe de obtener el beneficio mientras que la otra parte no se debería de beneficiar tampoco no se debe de perjudicar , por lo tanto vemos que el 8.82% de las personas nos dan a conocer su poco conocimiento sobre el tema del método de comensalismo en las donaciones o también nos reflejan un poco inseguridad sobre el tema.

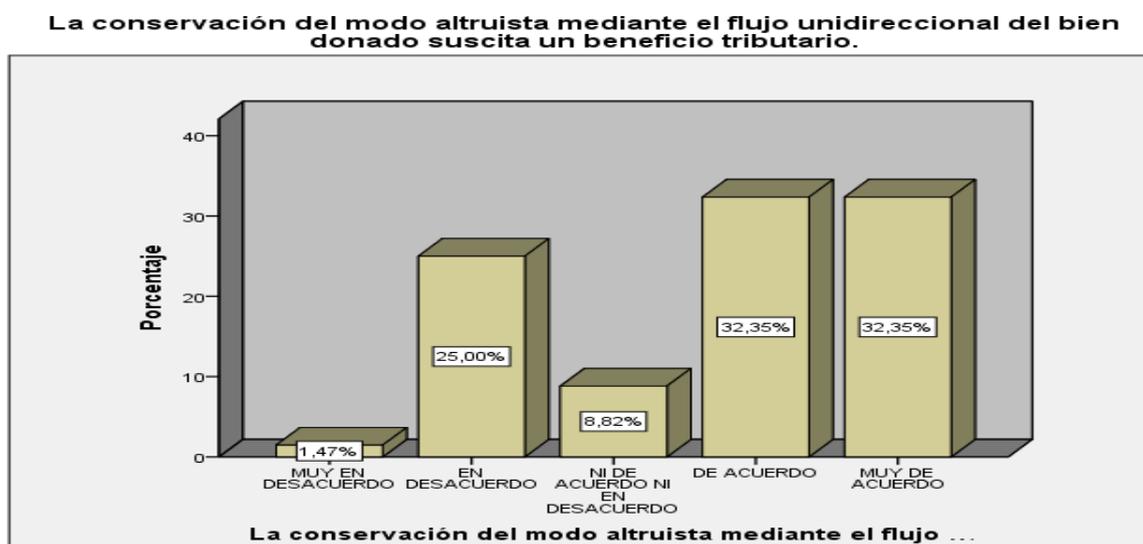
Tabla 12 Ítem 07

La conservación del modo altruista mediante el flujo unidireccional del bien donado suscita un beneficio tributario.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 1 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| | EN DESACUERDO | 17 | 25,0 | 25,0 | 26,5 |
| | NIDEACUERDONIEN DESACUERDO | 6 | 8,8 | 8,8 | 35,3 |
| | DE ACUERDO | 22 | 32,4 | 32,4 | 67,6 |
| | MUY DE ACUERDO | 22 | 32,4 | 32,4 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7: Ítem 07



Fuente Tabla N°12

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede observar que una gran cantidad de personas encuestadas están de muy de acuerdo estamos hablando de una cifra de 32,35% al estimar la conservación del modo altruista mediante el flujo unidireccional del bien donado ya que suscita un beneficio tributario dado que se basa principalmente en la práctica de la conducta humana, el conocimiento tributario que poseen los ciudadanos y la preocupación que tienen sobre las asociaciones sin fines de lucro buscando el bienestar solo de una de las partes en este caso del donatario, por otro lado vemos un 32,35% se encuentra de acuerdo con la conservación del modo altruista del bien donado suscita un beneficio, el 8,8 % de las personas encuestadas nos da una información muy relevante que ni de acuerdo, ni en desacuerdo cabe resaltar que este grupo tienen dudas sobre la pregunta planteada, el 25,00% se encuentra en desacuerdo, estamos hablando de 17 personas de la encuesta por lo tanto vemos que un porcentaje pequeña de la población encuestada consta de 1,47% a consecuencia de que dicha población no poseen conocimiento sobre el tema mencionado.

Tabla 13 Ítem 08

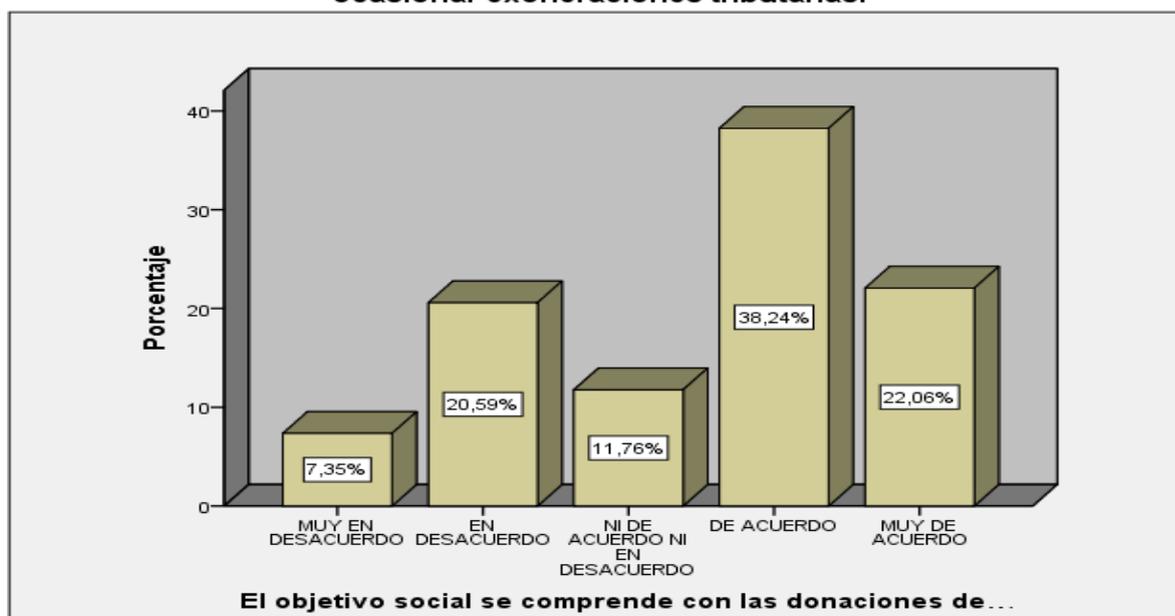
El objetivo social se comprende con las donaciones de los consumidores para ocasionar exoneraciones tributarias.

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido MUY EN DESACUERDO | 5 | 7,4 | 7,4 | 7,4 |
| EN DESACUERDO | 14 | 20,6 | 20,6 | 27,9 |
| NIDE ACUERDONIEN DESACUERDO | 8 | 11,8 | 11,8 | 39,7 |
| DE ACUERDO | 26 | 38,2 | 38,2 | 77,9 |
| MUY DE ACUERDO | 15 | 22,1 | 22,1 | 100,0 |
| Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8: Ítem 08

El objetivo social se comprende con las donaciones de los consumidores para ocasionar exoneraciones tributarias.



Fuente Tabla N°13

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede determinar que una gran cantidad de personas encuestadas equivalentes a 38,24% como se demuestra en el siguiente

gráfico se encuentran de acuerdo al objeto social se comprende con las donaciones de los consumidores para ocasionar exoneraciones tributarias , en vista que las ONG que son procesados por organizaciones privadas , sin fines de lucro y no estatales apartan una ayuda a las poblaciones de mayor necesidad del país , ya que estas entidades no presentan utilidades , en consecuencia de esto existe un aporte tributario ante la SUNAT; también podemos constatar que los consumidores al no poseer un objetivo social no se llegaría a las donaciones y por consecuencia no se cumpliría el beneficio deseado, nos damos cuenta que un 20.59% de la población encuestada se encuentra en desacuerdo ya que según esto podemos constatar que las personas de este sector originalmente no ven las donaciones como un beneficio tributario por parte de los supermercados , por lo que vemos que un 7.35% de la población encuesta se encuentra disconforme o simplemente no tienen conocimiento sobre el tema tratado.

Tabla 14 Ítem 09

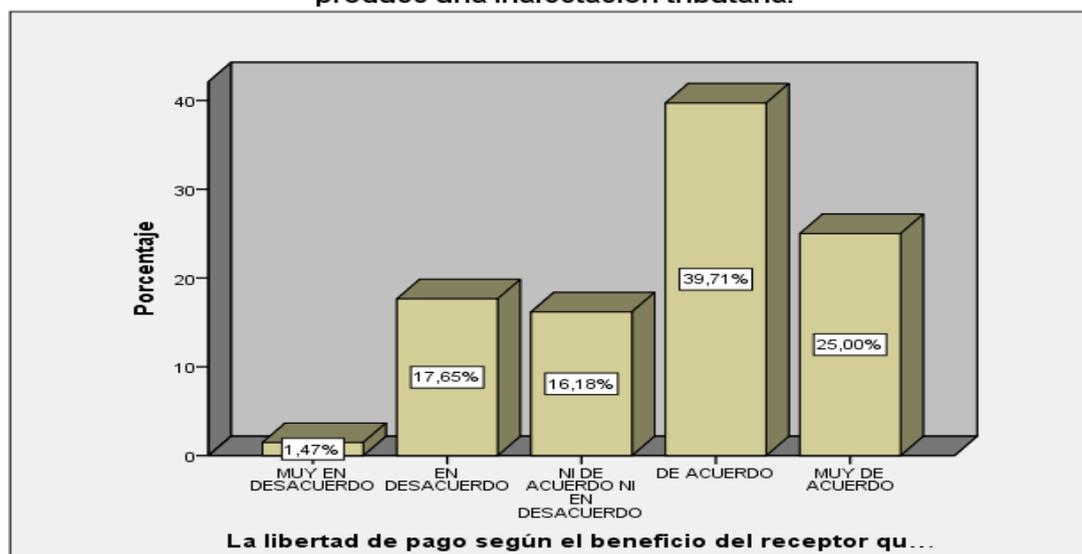
La libertad de pago según el beneficio del receptor que se aplica a la ONG produce una inafectación tributaria.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 1 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| | EN DESACUERDO | 12 | 17,6 | 17,6 | 19,1 |
| | NIDEACUERDONIEN DESACUERDO | 11 | 16,2 | 16,2 | 35,3 |
| | DE ACUERDO | 27 | 39,7 | 39,7 | 75,0 |
| | MUY DE ACUERDO | 17 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9: Ítem 09

La libertad de pago según el beneficio del receptor que se aplica a la ONG produce una inafectación tributaria.



Fuente Tabla N°14

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede determinar que una gran cantidad de personas encuestadas se encuentran de acuerdo la libertad de pago según beneficio del receptor que se aplica a la ONG produce una inafectación tributaria ya que al momento que la donación uno de los principales pagos se da de forma libre por el consumidor sin ninguna obligación por parte de los cajeros del supermercado.

Tabla 15 Ítem 10

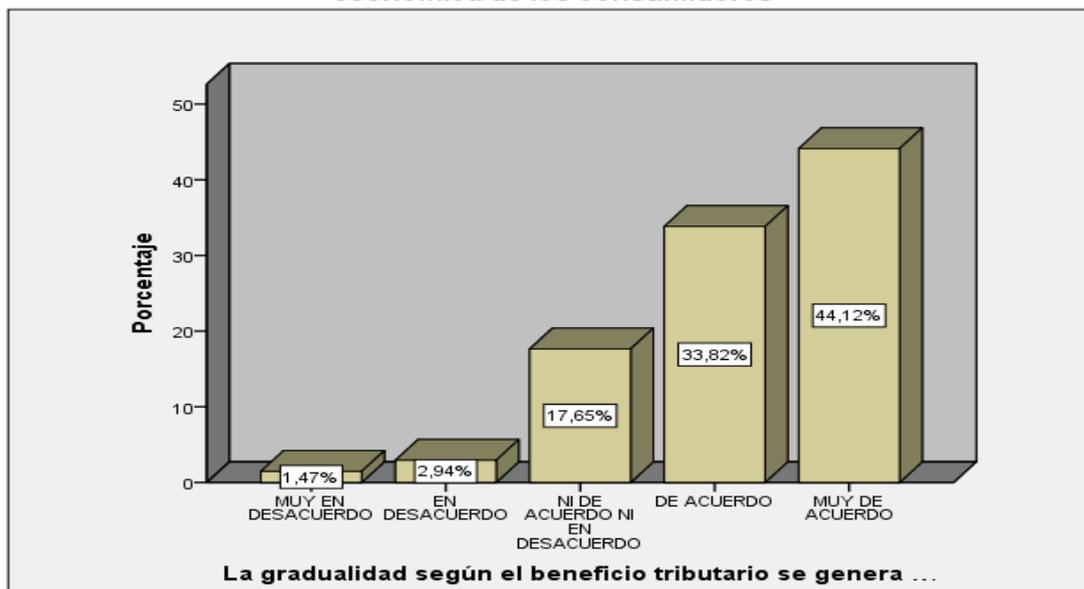
La gradualidad según el beneficio tributario se genera por la directa transferencia económica de los consumidores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 1 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| | EN DESACUERDO | 2 | 2,9 | 2,9 | 4,4 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 12 | 17,6 | 17,6 | 22,1 |
| | DE ACUERDO | 23 | 33,8 | 33,8 | 55,9 |
| | MUY DE ACUERDO | 30 | 44,1 | 44,1 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10: Ítem 10

La gradualidad según el beneficio tributario se genera por la directa transferencia económica de los consumidores



Fuente Tabla N°15

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede plantear que un gran grupo de personas se encuentran muy de acuerdo al estimar que la gradualidad según el beneficio tributario se genera por la directa transferencia económica de los consumidores, cabe recalcar que no se generaría un beneficio tributario si no se ejecuta una directa transferencia económica por parte de los donantes en este caso los consumidores a consecuencia de esto la gradualidad no se daría ya que es un requisito fundamental la directa transferencia económica unipersonal, vemos que un 1.47% que no está muy de acuerdo, ya que no tienen el conocimiento sobre el tema empleado en la encuesta; o por falta de inseguridad hacia el tema.

Tabla 16 Ítem 11

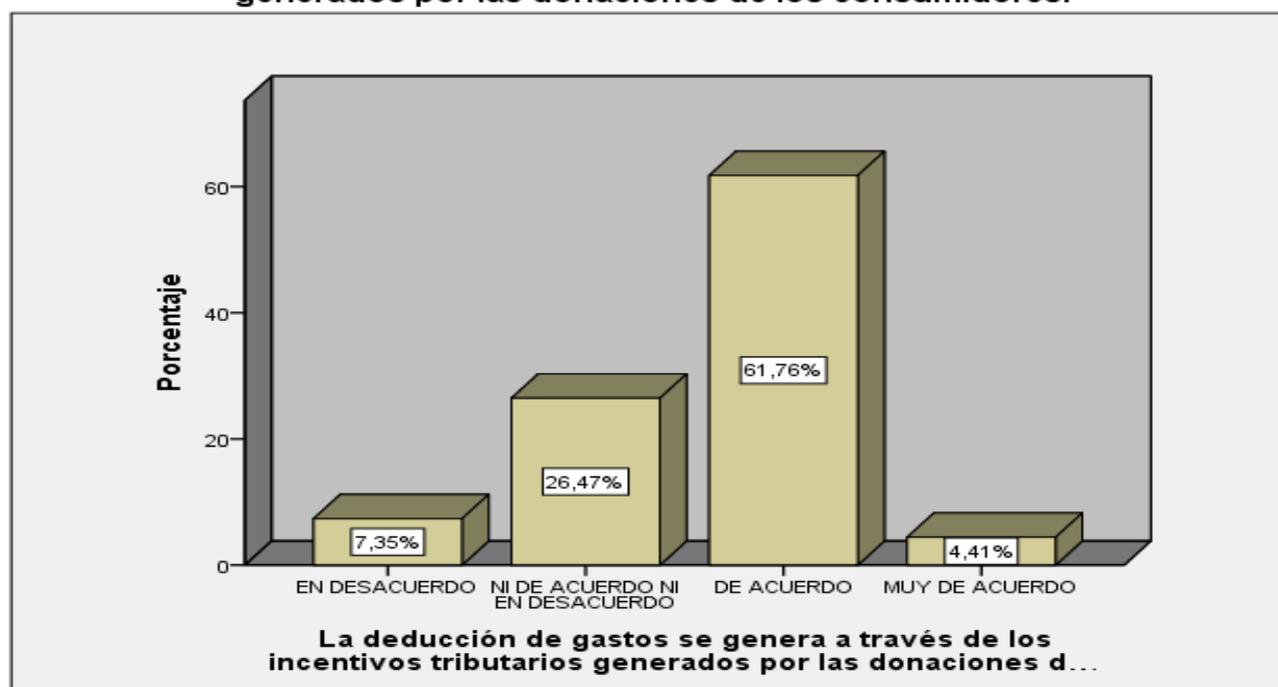
La deducción de gastos se genera a través de los incentivos tributarios generados por las donaciones de los consumidores.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 5 | 7,4 | 7,4 | 7,4 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 18 | 26,5 | 26,5 | 33,8 |
| | DE ACUERDO | 42 | 61,8 | 61,8 | 95,6 |
| | MUY DE ACUERDO | 3 | 4,4 | 4,4 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 11: Ítem 11

La deducción de gastos se genera a través de los incentivos tributarios generados por las donaciones de los consumidores.



Fuente: Tabla N°16

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajeras de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede proponer que un grupo del 61.76%

personas encuestadas que se encuentra de acuerdo al estimar que la deducción de gastos se genera a través de los incentivos tributarios generados por las donaciones de los consumidores, a causa de que las deducciones de los gastos que se generaría en beneficio de los supermercados ya que no se registra debidamente una donación siendo los beneficiarios los supermercados de esta deducción de gastos al impuesto a la renta anual, vemos que una minoría de las personas encuestadas un 4,41% nos muestra de están muy de acuerdo, en cierto modo es una cantidad que nos preocupa ya que es un bajo índice y refleja la poca importancia que los peruanos le damos a nuestras donaciones, ya que este sector debió de ser el mayor punto escogido.

El porcentaje de 26,41% de la población que intervino en esta encuesta nos da a conocer que se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto nos da a conocer que estas personas no poseen ni la más mínima idea que es lo que pasa con el dinero donado de los consumidores de cada uno de los supermercados, generando así mayor duda al consumidor.

Descubrimos según esta encuesta empleada a la población entrevistada nos da a observar que el 7.35% de la población se encuentra en desacuerdo ya que a consecuencia que no posee el suficiente conocimiento sobre el tema planteado.

Tabla 17 Ítem 12

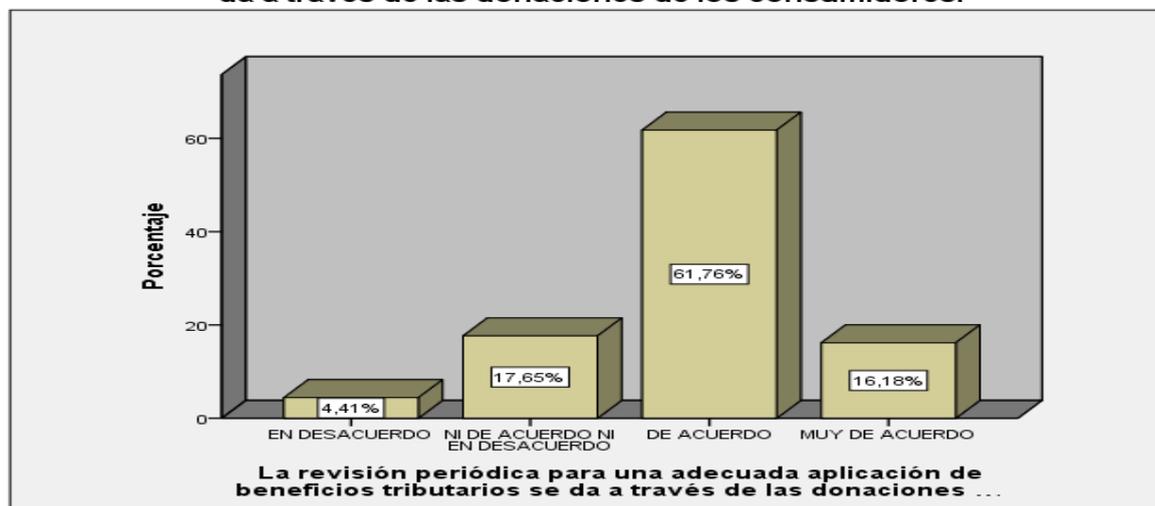
La revisión periódica para una adecuada aplicación de beneficios tributarios se da a través de las donaciones de los consumidores.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | EN DESACUERDO | 3 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 12 | 17,6 | 17,6 | 22,1 |
| | DE ACUERDO | 42 | 61,8 | 61,8 | 83,8 |
| | MUY DE ACUERDO | 11 | 16,2 | 16,2 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 12: Ítem 12

La revisión periódica para una adecuada aplicación de beneficios tributarios se da a través de las donaciones de los consumidores.



Fuente Tabla N°17

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede presentar que el 61,76% se encuentra de acuerdo con la revisión periódica para una adecuada aplicación de los beneficios tributarios se da a través de las donaciones de los consumidores, ya que para obtener una adecuada aplicación de los beneficios tributarios deben de seguir o haber sido registrados según la SUNAT lo estipula, por lo general esta entidad se encarga de hacer un seguimiento, a esto lo conocemos como una revisión periódica al establecerse como una información confiable se podría aplicar un adecuado beneficio tributario, en este caso el 16,18% de las personas encuestadas se encuentra muy de acuerdo con la pregunta presentada; el 17,65% de la población encuestada aun genera sus propias dudas ya que se vio reflejada en la encuesta con una respuesta de ni de acuerdo ni en desacuerdo mostrándonos en este caso que no tienen una clara visión sobre este tema persuadimos que el 4,41% de la población encuestada no presenta conocimiento sobre el tema.

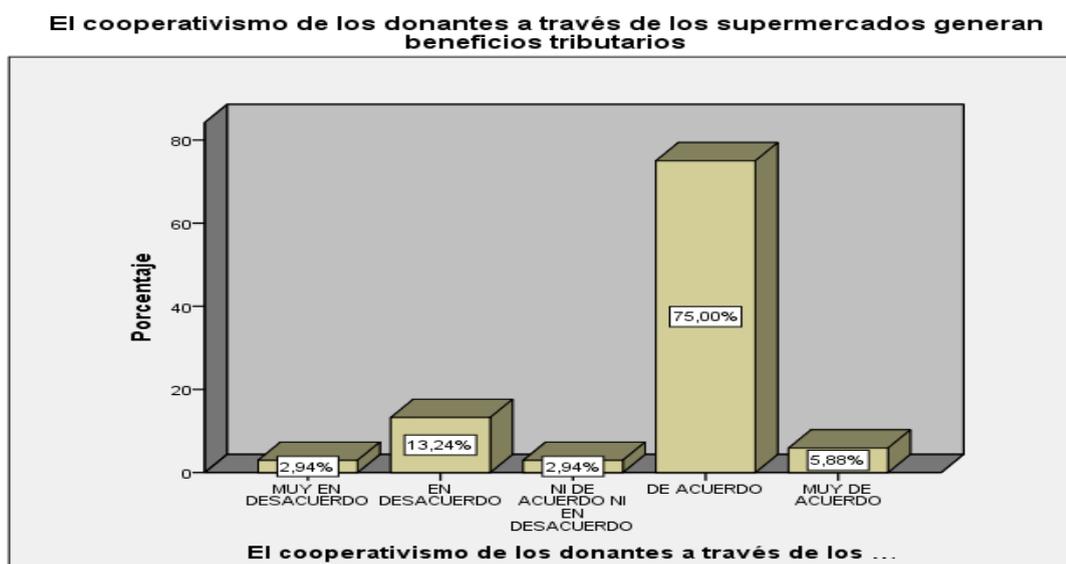
Tabla 18 Ítem 13

El cooperativismo de los donantes a través de los supermercados generan beneficios tributarios

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| MUY EN DESACUERDO | 2 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| EN DESACUERDO | 9 | 13,2 | 13,2 | 16,2 |
| NI DE ACUERDO NI EN | 2 | 2,9 | 2,9 | 19,1 |
| Válido DESACUERDO | | | | |
| DE ACUERDO | 51 | 75,0 | 75,0 | 94,1 |
| MUY DE ACUERDO | 4 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 13: Ítem 13



Fuente Tabla N°18

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede presentar que el 75,00% de la población encuestada se encuentra de acuerdo con el cooperativismo de los donantes a través de los supermercados generan beneficios tributarios, debido a que ,el dinero que los consumidores donan son utilizados como beneficio tributarios a los supermercados , por consiguiente , según lo estipulado estas donaciones no formarían parte del beneficio tributario ya que , los montos no son aportados especialmente por los

supermercados sino por los consumidores , el 2,94% de la población encuestada aporta que se encuentran muy en desacuerdo ya que tal vez no poseen conocimiento sobre el tema tratado.

Tabla 19 Ítem 14

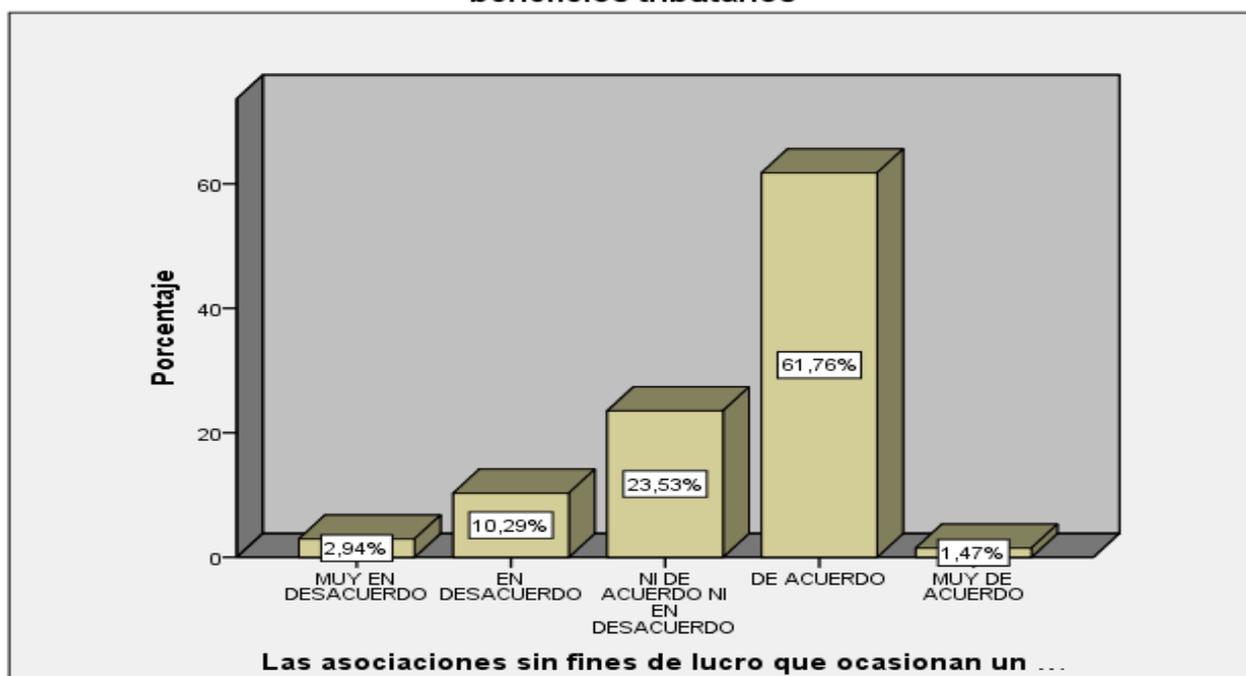
Las asociaciones sin fines de lucro que ocasionan un objetivo social adquieren beneficios tributarios

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 2 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| | EN DESACUERDO | 7 | 10,3 | 10,3 | 13,2 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 16 | 23,5 | 23,5 | 36,8 |
| | DE ACUERDO | 42 | 61,8 | 61,8 | 98,5 |
| | MUY DE ACUERDO | 1 | 1,5 | 1,5 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 14: Ítem 14

Las asociaciones sin fines de lucro que ocasionan un objetivo social adquieren beneficios tributarios



Fuente Tabla N°19

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede presentar que el 61,8% se encuentra conforme al decir que las asociaciones sin fines de lucro que ocasionan un objetivo social adquieren beneficios tributarios ya que las empresas si fines de lucro no suscitan utilidades , en consecuencia se logra emplear una exoneración tributaria según la Ley del Impuesto a la Renta , vemos también que un porcentaje de 1,5% de la población manifestó que se encuentra muy de acuerdo tras esta encuesta empleada , observamos que un porcentaje de 10,3% se encuentra en desacuerdo ; exactamente hablamos de una cantidad de 7 personas que piensan que estas entidades sin fines de lucro tanto las ONG o entidades que poseen un beneficio social ya sea aportando para las personas de bajos recursos ubicados en el país o en cualquier actividad registrada en la SUNAT como , según el 2,9% de la población encuestada manifiesta que se encuentra muy en desacuerdo al decir que las asociaciones sin fines de lucro adquieren beneficios tributarios , ya que este porcentaje del sector tal vez no tengan conocimiento sobre el tema tratado.

Tabla 20 Ítem 15

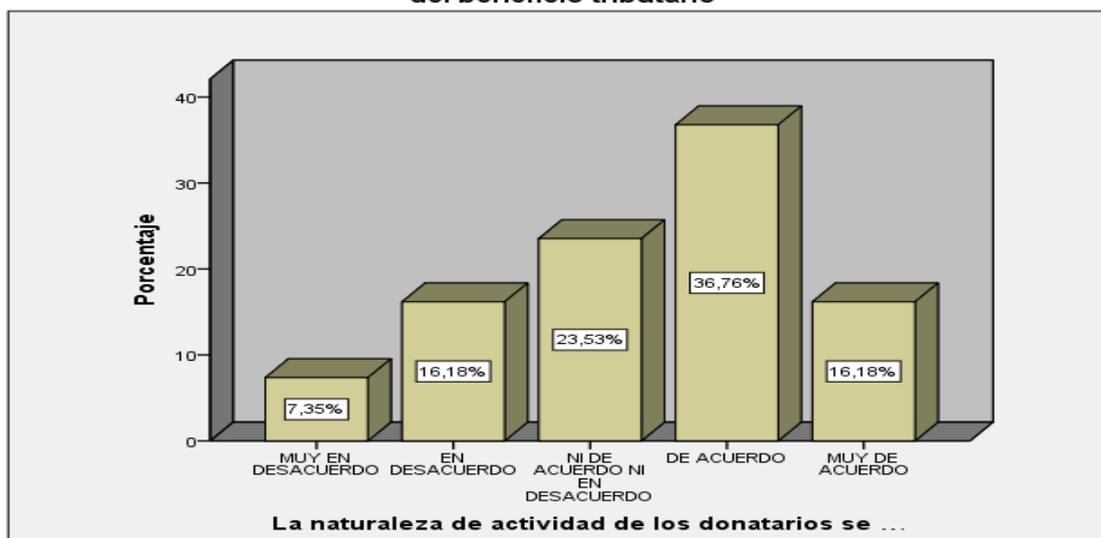
La naturaleza de actividad de los donatarios se encuentran sostenidos a través del beneficio tributario

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 5 | 7,4 | 7,4 | 7,4 |
| | EN DESACUERDO | 11 | 16,2 | 16,2 | 23,5 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 16 | 23,5 | 23,5 | 47,1 |
| | DE ACUERDO | 25 | 36,8 | 36,8 | 83,8 |
| | MUY DE ACUERDO | 11 | 16,2 | 16,2 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 15: Ítem 15

La naturaleza de actividad de los donatarios se encuentran sostenidos a través del beneficio tributario



Fuente Tabla N°20

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede presentar que el 36,76% se encuentra de acuerdo a que la naturaleza de actividad de los donatarios se encuentra sostenidos a través del beneficio tributario, debido a que es una parte fundamental en que consiste la naturaleza de la actividad de las ONG que reciben las aportaciones económicas (donaciones) ya que si esto no se cumple, este beneficio no se aplicaría en este contexto.

Nos percatamos también que el 16,18% de los encuestados que equivale básicamente a 11 personas encuestadas según este análisis estadístico vemos que posee la misma proporción del sector de en desacuerdo ya que este sector cuenta también con 11 personas equivalente a 16,18% vemos que el 7,35% de la población encuestada; específicamente hablamos de 5 cajas de los supermercados; obteniendo así un porcentaje mínimo ya que nos dan a conocer que tienen un mínimo conocimiento sobre el tema aplicado.

Tabla 21 Ítem 16

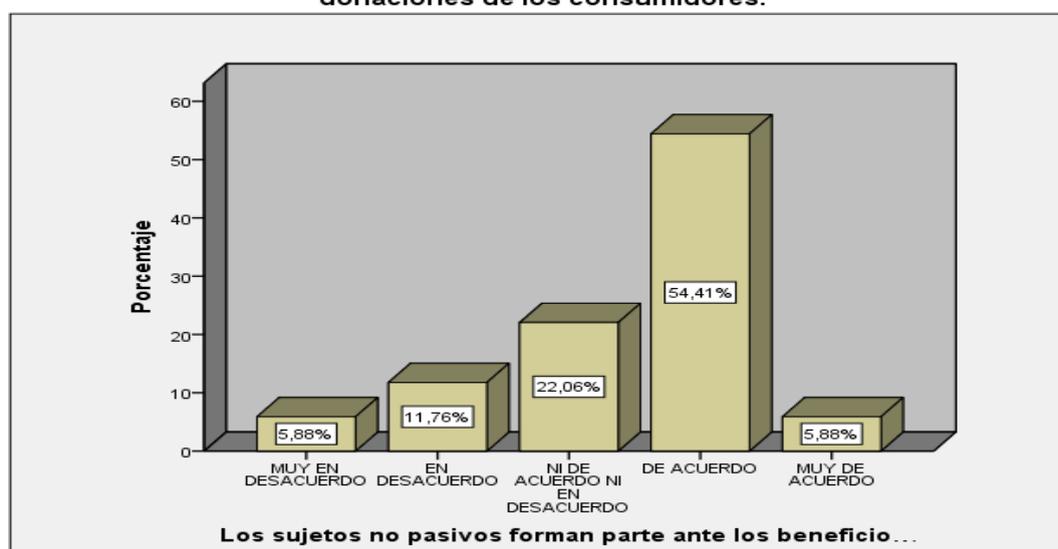
Los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributario que genera las donaciones de los consumidores.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MUY EN DESACUERDO | 4 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | EN DESACUERDO | 8 | 11,8 | 11,8 | 17,6 |
| | NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO | 15 | 22,1 | 22,1 | 39,7 |
| | DE ACUERDO | 37 | 54,4 | 54,4 | 94,1 |
| | MUY DE ACUERDO | 4 | 5,9 | 5,9 | 100,0 |
| | Total | 68 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16: Ítem 16

Los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributario que genera las donaciones de los consumidores.



Fuente Tabla N°21

Interpretación:

Según la encuesta empleada a las cajas de los supermercados ubicados en el Distrito de Los Olivos, año 2017, se puede presentar que el 54,4% manifiesta el punto de vista de acuerdo a que los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributarios que generan las donaciones de los consumidores ya que al registrarse como entes encargados de ayudar a la sociedad automáticamente se tendrán de

manifestar como sujetos no pasivos , ya que estas asociaciones son la parte fundamental de que los supermercados obtengan un beneficio tributario , nos damos cuenta que el 5,9% de la población , se encuentran muy en desacuerdo ya que el 5.9% de la población encuestada se encuentra en desacuerdo con la idea de que los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributarios que generan las donaciones de los consumidores , debido a que no presentan un conocimiento adecuado sobre el tema propuesto.

3.4 Validación de Hipótesis

Prueba de normalidad

Con la finalidad de la validación de hipótesis se aplicó el método de normalidad con el objetivo de poder establecer el “p valor” ya que nos da a conocer el grado de significancia mínima y nos lleva a admitir la hipótesis alterna, y otorga especificar qué tipo de dimensiones y variables utilizadas en este trabajo de investigación.

Se hallan dos tipos de prueba de normalidad, la primera es conocida como Kolmogorov-Smimov, que es utilizada únicamente cuando la muestra se encuentran mayores a 50 y el segundo tipo de prueba de normalidad es conocido como Shapiro-Wilk, que es utilizada únicamente cuando la muestra se encuentran menores a 50. Para esta actual investigación, el número de muestra es de 68 personas encuestadas, esto nos permite utilizar la prueba de Kolmogorov-Smimov. Esta prueba nos manifiesta que; si el “p valor” da como resultado menor a 0.05, la hipótesis nula será rechazada y por ende se debe de acceder a la hipótesis alterna. De este modo llegamos a la conclusión que la variable demostrada no es normal, ya que se debería de adaptar la prueba no paramétrica.

Esta prueba de normalidad se realizó a través del software SPSS versión 23 .Según el software, el “p valor” presenta una equivalencia a lo siguiente.

Tabla 22 Prueba de Normalidad Donaciones de los Consumidores

a. Corrección de significación de Lilliefors

| <i>Pruebas de normalidad</i> | | | | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | ,156 | 68 | ,000 | ,919 | 68 | ,000 |

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la variable Donaciones de los Consumidores, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 23 Prueba de Normalidad Transferencia Económica.

a. Corrección de significación de Lilliefors

| <i>Pruebas de normalidad</i> | | | | | | |
|------------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| TRANSFERENCIA ECONÓMICA | ,167 | 68 | ,000 | ,910 | 68 | ,000 |

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Transferencia Económica, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 24 Prueba de Normalidad Flujo Unidireccional

a. Corrección de significación de Lilliefors

| <i>Pruebas de normalidad</i> | | | | | | |
|------------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| FLUJO UNIDIRECCIONAL | ,159 | 68 | ,000 | ,900 | 68 | ,000 |

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Flujo Unidireccional, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

25 Prueba de Normalidad Beneficios del Receptor.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|-------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| BENEFICIOS DEL RECEPTOR | ,229 | 68 | ,000 | ,906 | 68 | ,000 |

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Beneficios al Receptor, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 26 Prueba de Normalidad Beneficios Tributarios.

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| BENEFICIOS TRIBUTARIOS | ,203 | 68 | ,000 | ,855 | 68 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la variable Beneficios Tributarios, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 27 Prueba de Normalidad Incentivos

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| INCENTIVOS | ,237 | 68 | ,000 | ,800 | 68 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Incentivos, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 28 Prueba de Normalidad Exoneraciones

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| EXONERACIONES | ,294 | 68 | ,000 | ,787 | 68 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Exoneraciones, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

Tabla 29 Prueba de Normalidad Inafectación

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|--------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| INAFECTACION | ,244 | 68 | ,000 | ,854 | 68 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En dirección a la dimensión Inafección, el “p valor” es inferior a 0.05, ya que se puede concluir que la población encuestada no es normal y se tendría que utilizar la prueba no paramétrica.

3.5 Correlación Spearman

En el actual trabajo de investigación la justificación no paramétrica que se utilizó fue la Correlación de Spearman, dando a conocer que las escalas utilizadas son cualitativas.

Según Sote (2010) “Su coeficiencia de la correlación se puede establecer generalmente como un pequeño indicador que nos señala el grado de correlación estadística relación, asociación o individualización entre las variables formuladas”. (Pag.360).

Esta justificación o prueba ayuda a determinar la correlación que existe entre las variables del trabajo de investigación, del mismo modo, las escalas que se presentan en el coeficiente de correlación, nos dan a conocer un significado que se detallara posteriormente:

Tabla 30 Correlación de Spearman

| Magnitud de la Correlación | Significado |
|----------------------------|---------------------------------------|
| -1.00 | Una correlación negativa perfecta |
| -0.90 | Una correlación negativa fuerte |
| -0.75 | Una correlación negativa considerable |
| -0.50 | Una correlación negativa media |
| -0.10 | Una correlación negativa débil |
| 0.00 | Una correlación nula |
| +0.10 | Una correlación positiva débil |
| +0.50 | Una correlación positiva media |
| +0.75 | Una correlación positiva considerable |
| +0.90 | Una correlación positiva muy fuerte |
| +1.00 | Una correlación positiva perfecta |

Fuente: Elaboración propia

Para poder realizar esta prueba estadística se utilizó el software SPSS versión 23 ya que se utilizó tanto la hipótesis general como las hipótesis específicas que fueron debidamente validadas.

Regla de decisión:

Si el "p" (sig) nos da como resultado $>$ a 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el "p" (sig) nos da como resultado $<$ a 0.05, se acepta la hipótesis alternativa.

| Tipo de Hipótesis | Símbolo |
|-----------------------|---------|
| Hipótesis Nula | Ho |
| Hipótesis Alternativa | Ha |

Elaboración propia

HIPOTESIS GENERAL

Ha: Las donaciones de los consumidores tienen relación con los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de los Olivos en el año 2017.

Ho: Las donaciones de los consumidores no tienen relación con los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de los Olivos en el año 2017.

Tabla 31 Correlación de Spearman Donaciones de Los Consumidores -Beneficios Tributarios

| <u>Correlaciones</u> | | | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | | BENEFICIOS TRIBUTARIOS |
|----------------------|--------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-------|---------------------------|
| Rho de Spearman | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | Coeficiente | 1,000 | | |
| | | de | | | |
| | | correlación | | | |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 | |
| | | N | 68 | 68 | |
| | BENEFICIOS TRIBUTARIOS | Coeficiente | ,627** | 1,000 | |
| | | de | | | |
| | | correlación | | | |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . | |
| | | N | 68 | 68 | |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados que se catalogaron a través de esta prueba estadística llamada Rho de Spearman , nos detalla un que el nivel de significancia es .000 , con este conocimiento empleamos el valor de p , ya que nos arroja un valor menor al 0.05 la Hipótesis Nula es anulada , ocasionando la aceptación de la Hipótesis alternativa , concluyendo así que se genera una relación entre las donaciones de los consumidores y Los beneficios tributarios de los Supermercados en el distrito de Los Olivos en el año 2017. El coeficiente de esta correlación entre la variable de llamada donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios presenta una correlación de 0.627 (62.7%), este valor apunta que existe una correlación positiva media según la magnitud de la correlación.

HIPOTESIS ESPECÍFICA

HIPOTESIS ESPECIFICA N°1

Ha: Las donaciones de los consumidores tienen relación frente a los incentivos de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Ho: Las donaciones de los consumidores no tienen relación frente a los incentivos de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Tabla 32 Correlación de Spearman Donaciones de los Consumidores - Incentivos

Correlaciones

| | | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | | INCENTIVOS |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------|------------|
| Rho de Spearman | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,658** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | INCENTIVOS | Coeficiente de correlación | ,658** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados que se catalogaron a través de esta prueba estadística llamada Rho de Spearman , nos detalla un que el nivel de significancia es .000 , con este conocimiento empleamos el valor de p , ya que nos arroja un valor menor al 0.05 la Hipótesis Nula es anulada , ocasionando la aceptación de la Hipótesis alternativa , concluyendo así que se genera una relación entre las donaciones de los consumidores y los incentivos de los Supermercados en el distrito de Los Olivos en el año 2017. El coeficiente de esta correlación entre la variable de llamada donaciones de los consumidores y la dimensión incentivos presenta una correlación de 0.658 (65.8%), este valor apunta que existe una correlación positiva media según la magnitud de la correlación.

HIPOTESIS ESPECIFICA N°2

Ha: Las donaciones de los consumidores tienen relación frente a las exoneraciones de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Ho: Las donaciones de los consumidores no tienen relación frente a las exoneraciones de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Tabla 33 Correlación de Spearman Donaciones de los Consumidores- Exoneraciones

| | | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORE S | | EXONERACIONE S | |
|--------------------|--------------------------------------|------------------------------------------|--------|-------------------|--------|
| Rho de Spearman | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | Coefficient e de correlación | 1,000 | | ,627** |
| | | Sig. (bilateral) | . | | ,000 |
| | | N | 68 | | 68 |
| | EXONERACIONE S | Coefficient e de correlación | ,627** | | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | | . |
| | | N | 68 | | 68 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados que se catalogaron a través de esta prueba estadística llamada Rho de Spearman , nos detalla un que el nivel de significancia es .000 , con este conocimiento empleamos el valor de p , ya que nos arroja un valor menor al 0.05 la Hipótesis Nula es anulada , ocasionando la aceptación de la Hipótesis alternativa , concluyendo así que se genera una relación entre las donaciones de los consumidores y los incentivos de los Supermercados en el distrito de Los Olivos en el año 2017. El coeficiente de esta correlación entre la variable de llamada donaciones de los consumidores y la dimensión exoneraciones presenta una correlación de 0.627 (62.7%), este valor apunta que existe una correlación positiva media según la magnitud de la correlación.

HIPOTESIS ESPECIFICA N°3

Ha: Las donaciones de los consumidores tienen relación frente a las inafectaciones de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Ho: Las donaciones de los consumidores no tienen relación frente a las inafectaciones de los supermercados del distrito de Los Olivos en el año 2017.

Tabla 34 Correlación de Spearman Donaciones de los Consumidores - Inafectaciones

| | | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | | INAFECTACIÓN |
|--------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------|--------------|
| Rho de Spearman | DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,689** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | INAFECTACIÓN | Coeficiente de correlación | ,689** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados que se catalogaron a través de esta prueba estadística llamada Rho de Spearman , nos detalla un que el nivel de significancia es .000 , con este conocimiento empleamos el valor de p , ya que nos arroja un valor menor al 0.05 la Hipótesis Nula es anulada , ocasionando la aceptación de la Hipótesis alternativa , concluyendo así que se genera una relación entre las donaciones de los consumidores y los incentivos de los Supermercados en el distrito de Los Olivos en el año 2017 .El coeficiente de esta correlación entre la variable de llamada donaciones de los consumidores y la dimensión inafectaciones, presenta una correlación de 0.689

(68.9%), este valor apunta que existe una correlación positiva media según la magnitud de la correlación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.1 Discusión de resultados

El objetivo del siguiente estudio tratado en el actual trabajo de investigación es determinar en qué medida las donaciones de los consumidores se relaciona con los Beneficios Tributarios de los supermercados del Distrito de Los Olivos en el año 2017. Con la finalidad de lograr los objetivos planteados en el trabajo de investigación se utilizó la técnica de recolección de datos, utilizando el método conocido como encuesta, este cuestionario fue procesado según la escala de Likert, lo cual nos genera una información y esto determina lo siguiente:

Acerca sobre la hipótesis General se puede establecer que existe una relación directa entre Las Donaciones de los Consumidores y Los beneficios tributarios de los Supermercados en el Distrito de los Olivos, a través de la obtención del resultado dado según el método estadístico Rho Spearman se pudo validar la Hipótesis General , consiguiendo así el siguiente resultado de 0.00 como significancia bilateral , de forma que p es menor a 0.05 , esto equivale al margen de error en consecuencia se admite la Hipótesis de Investigación y se descarta la Hipótesis Nula, este resultado se puede validar según la Tabla y Grafico N° 1, 2 Y 4 que nos da a conocer que las donaciones de los consumidores es un método apropiado para que se establezca los beneficios tributarios dentro de los supermercados , teniendo en cuenta que para que se establezca una buena recaudación de los ingresos donados deben de cumplirse con los requisitosprevios , del tal modo que los consumidores , estén aptos de poder ejercer con mayor disposición el acto de donar , y que posean mayor grado de concientización para que puedan visualizar mejor el camino de sus donaciones.

Lo que sostiene Pariacuri en su proyecto de tesis que lleva el título “La cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado Modelo “ elaborado en el año 2017 ,apoya en su investigación, quien llego a la conclusión que el poco grado de culturización tributaria ya que esto es un punto muy importante para establecer una influencia directa en la evasión de impuestos, debido a que si las personas en este caso los comerciante tuvieran mayor conocimiento sobre la cultura tributaria esto generaría el cumplimiento tributario. Del

mismo modo posee una semejanza con el trabajo de investigación de Carrillo con la que llega a la conclusión que si las personas logran adquirir mayor cultura tributaria genera una amplia responsabilidad al momento de generar la declaración del impuesto a la renta.

La actual investigación llegó a la conclusión establecida en la Hipótesis específica N°1 que posee un relación entre las donaciones de los consumidores y los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos , a través de la obtención del resultado dado según el método estadístico Rho Spearman se pudo validar la Hipótesis Específica N°1 , consiguiéndose así el siguiente resultado de 0.00 como significancia bilateral , de forma que p es menor a 0.05 , esto equivale al margen de error en consecuencia se admite la Hipótesis de Investigación y se descarta la Hipótesis Nula , este resultado se puede validar según la Tabla y Grafico N° 3 y 11 que nos detalla que para que se pueda generar incentivos tributarios debe de seguir un requisito fundamental y establecer que la manera de aportación se debe de realizar en forma gratuita por medio de los consumidores.

Lo que nos manifiesta Huayna en su trabajo de tesis denominado “Los beneficios tributarios y su impacto en la recaudación fiscal del Perú en el año 2016” elaborado en el año 2017 ayuda a dar mayor veracidad al trabajo planteado ya que el llega a la conclusion que los creditos fiscales señalados como deducciones ya que se puede señalar como una especie de incentivos tributarios a traves de esto ayuda a que el contribuyente establezca un benefico de impuesto al determinar el pago del Impuesto General a las Ventas.

La actual investigacion llego a la conclusion generada en la Hipótesis Específica N°2 que establece una relacion entre las donaciones de los consumidores y las exoneraciones de los supermercados ubicados en el distrito de los Olivos ,a traves de la obtencion del resultado establecido la utilizacion del metodo estadistico del Rho Sperman ya que solo se pue representa el nulo “0.00” como significancia, esto se puede valorizar a la Hipotesis segunda ,dando a conocer que p es menor a 0.05 ,este resultado inmediatamente elimina la hipotesis nula , el siguiente resultado se puede validar según la Tabla y Grafico N° 6 y 8 ya que nos detalla como los

principios que debe de poseer una donación, ayuda a que se genere una exoneración tributaria a favor de los supermercados, también nos da a conocer que el receptor del dinero donado tiene que cumplir con ciertos requisitos según ley, de esta manera se emplearía el beneficio, al no cumplirse con estos datos simple y sencillamente, el supermercado no debería de generar ningún beneficio.

Lo que nos manifiesta Barba, C & Hernández, R en su trabajo de tesis titulado "Cultura tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes mayoristas de abarrotes de Chepén 2016" elaborado en el año 2017 ya que nos brinda una mayor relación entre el conocimiento que debe brindar los consumidores al generar una donación, también conocido como educación tributaria, y que el obtiene una menor relación establecida ante el cumplimiento que deberían de cumplir los trabajadores.

Esta investigación tuvo como resultado generada en la Hipótesis Específica N°3 que se obtiene una relación entre las donaciones de los consumidores y la inafectación de los supermercados del distrito de Los Olivos, ya que se genera a través de la obtención del resultado obtenido según el método del Rho Spearman ya que es un método estadístico, por ende validamos la Hipótesis Específica N°3, generando así el resultado de 0.00, ya que representa que es menor a 0.05, a consecuencia se descarta la hipótesis Nula y se toma en cuenta la Hipótesis de Investigación, el siguiente resultado se puede validar según la Tabla y Gráfico 9 ya que nos basamos prácticamente en las inafectaciones que reciben las empresas registradas como entidades sin fines de lucro, y cual vendría hacer el beneficio tributario ya que esto es causado a través de las donaciones voluntarias de los consumidores también llamados donantes.

Lo que nos manifiesta Cruz es que la aplicación que determina lo donado en lo establecido según indica en el impuesto a la renta trae consigo una desventaja para el gobierno y las obras públicas, pero tras el informe planteado es que se benefician de una manera casi directa personas que se encuentran en estas instituciones sin fines de lucro, aun siendo inspeccionadas por entidades como la SUNAT para observar la responsabilidad que tienen estas entidades para satisfacer sus necesidades de toda esta población.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

La información obtenida en el trabajo de investigación nos permite determinar las siguientes conclusiones.

Se ha podido definir que realmente si existe relación entre las donaciones de los Consumidores y los beneficios Tributarios de los supermercados , a través de esta indagación nos posibilita concluir que los diferentes tipos de beneficios tributarios ya sea los incentivos , las exoneraciones, y las inafectaciones de una u otra manera influyen a la realización de una elusión tributaria , a causa que se realiza esta deducción sin realizar ninguna violación a la ley , ya que si no se realizaría de este modo estaríamos hablando sobre una evasión de impuestos , este beneficio se estaría llevando a cabo a través de un mal manejo de leyes estipuladas en el Perú.

Se ha podido definir que realmente si existe relación entre las donaciones de los consumidores y los incentivos tributarios de los supermercados ya que según estos incentivos tributarios la empresa que hace la donaciones se favorece a través de la disminución de la base imponible para así poder estimular a que se genere mayores asociaciones sin fines de lucro.

Se ha podido definir que realmente si existe relación entre las donaciones de los consumidores y las exoneraciones tributarias de los supermercados ya que se estable que un deducción no podrá superar 10% de lo que constituye la renta neta de tercera categoría , luego de efectuar las pérdidas o gastos de la empresa , siempre y cuando esta donación se genere con el monto económico del supermercado , tendría valor a que se considere como una deducción al no establecerse así este no debería ser aplicada ya que no cumple con los requisitos estipulados según la Ley del Impuesto a la Renta.

Se ha podido definir que realmente si existe relación entra las donaciones de los consumidores y las inafectaciones tributarias de los consumidores ya que el beneficiario exclusivamente vendría hacer los donatarios , también conocidos como asociaciones sin fines de lucro , a consecuencia de ser un ente encargado de ayudar

a personas de bajos recursos estas entidades que generan utilidades , en consecuencia la SUNAT establece algunas exclusividades para este tipo de organización como por ejemplo no establecer una declaración jurada mensual , pero si establecer una declaración jurada anual , y tener todos los documentos de como el dinero brindado por los supermercados está siendo utilizado para este fin o simplemente el monto económico no cumple esta finalidad. Al ser así esta sociedad sin fines de lucro automáticamente quedaría fuera de los beneficios de una inafectación tributaria.

**CAPÍTULO VI:
RECOMENDACIONES**

6.1 Recomendaciones

Después de señalado que los beneficios tributarios tienen relación con las donaciones de los consumidores, debemos catalogar que es necesario que las entidades de apoyo social se inscriban al sector en la cual esta entidad se va a desarrollar , ya que seguidamente de es obligatorio registrarse en la SUNAT para que así se pueda establecer una situación de exoneración tributaria , ya que al no ser debidamente registrado , este acto podría establecer el no a los beneficios tributarios , por los supermercados no recibirían ningún beneficio según lo estipulado en el código tributario del Impuesto a la Renta.

Se sugiere que las empresas de Supermercados cumplan con la ley del código de Protección y Defensa del Consumidor según la Ley N° 29571 ya que estable el redondeo de precios en los diferentes sitios comerciales, es decir los supermercados a favor del consumidor, al promulgarse esta ley básicamente ya no se encontraran saldos restantes y así los supermercados no podrán abastecerse del vuelto y registrarlos como donaciones propias , a consecuencia de este acto si los supermercados desearían beneficiarse tributariamente; tras una donación , esta donación básicamente se debería de realizarse con las aportaciones específicamente de los supermercados . El siguiente punto de vista sería el Departamento de Finanzas ya que este debería de implementar esta Ley impuesta ya que puede caer una sanción al supermercado perjudicando económicamente a este.

Sería ideal que el dinero de los consumidores donan de forma voluntaria en los diferentes supermercados del país , sean específicamente registrados con un código especial en el Boucher de pago , para esto los supermercados deberían de establecer una capacitación al su personal encargado de la cobranza de los productos , para que este código facilite al área de contabilidad del supermercado para que puedan registrar contablemente los ingresos percibidos por terceros por finalidad de una donación , dando esta facilidad al asiento contable por ejemplo en este caso el supermercado registra en la cuenta 10 un monto estipulado de S/.1000.00 por consiguiente nos percatamos que se generó una donación de S/.0.5 esta acciones se

debería de abonar a la cuenta 46.9 de ahí generamos la cancelación de la donación en este caso vendría hacer el otorgamiento de la donación a la entidad correspondiente.

Posteriormente a lo investigado se toma en cuenta que las entidades que generan exoneraciones a través de las donaciones, como la deducción del impuesto a la Renta, sea estrictamente fundamentado y fiscalizado por personas altamente capacitadas o establecer fiscalizaciones virtuales por parte de la SUNAT para poseer una adecuada confiabilidad al momento de esta reciba este beneficio tributario.

**CAPÍTULO VII:
REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**

7.1 Referencias Bibliográficas

- Bowen Parada , A . (2016). *Estudio del comportamiento del consumidor con respecto a las Donaciones de los Vueltos, año 2016.* (Tesis para la obtención del Título de Ingeniero Comercial), Universidad de Chile, Santiago- Chile
- Rincon Verjel ,A.,& Becerra Rodriguez ,Y.(2017) . *Determinar el impacto económico que ha generado la evasión de impuestos por parte de los supermercados en la Zona Norte de la ciudad de Ocaña, norte de santander.* (Tesis para obtener el grado de Contador Público), Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña , Colombia.
- Portales Carbonel , S. (2017). *La evasión al pago del I.G.V por los conductores del mercado la Hermelinda, año 2015.* (Tesis para la obtención del Título de Abogado), Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo-Perú.
- Carrillo Pariacurí, J. (2017). *La cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado Modelo, año 2017.* (Tesis para la obtención del Título de Contador Público), Universidad del Señor de Sipán, Chiclayo-Perú.
- Huayna Mendoza, I. (2017). *Los beneficios tributarios y su impacto en la recaudación fiscal del Perú, año 2016.* (Tesis para la obtención del Grado Académico de Bachiller en Ciencias Financieras y Contable), Universidad San Martin de Porres, Lima –Perú.
- Condezo Ordoñez, L. (2015). *Beneficios Tributarios en el desarrollo de las zonas Altoandinas del Perú, año 2015.* (Tesis para obtener el grado Académico de doctor en Contabilidad y Finanzas), Universidad San Martin de Porres, Lima – Perú.
- Bustamante Gamarra, F., & Risco Orozco, V. (2017). *Análisis comparativo del comportamiento del consumidores en los Supermercados Tottus, Plaza Vea y Metro en la ciudad de la amistad, año 2016.* (Tesis para alcanzar el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo- Perú.

- Carrillo , Pérez J. (2017). *La cultura Tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado Modelo, año 2017*. (Tesis para la obtención del Título de Contador Público), Universidad del Señor de Sipán, Chiclayo-Perú.
- Barba Hurtado, C., & Hernández Albitres, R. (2017) *Cultura Tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes mayoristas de abarrotes de Chepen, año 2016*. (Tesis para obtener el grado de Contador Público), Universidad Señor de Sipán , Chiclayo- Perú.
- Cruz Martinez, N. (2015). *Analisis de las donaciones utilizadas como medio de evasion fiscal por el periodo 2004-2013*. (Tesis para la obtener la especialidad en Impuestos), Instituto Politecnico Nacional, México – Perú.
- Alvarez Salamanca, F. L. (2014). La Gratuidad en la Donación . *Revista Chilena de Derecho* , 1,2.
- Bernardo, F. L. (08 de 03 de 2017). *Naturaleza de la Empresa* . Obtenido de Naturaleza de la Empresa : <https://www.carlosllanocatedra.org/blog-management/naturaleza-de-la-empresa>
- Canseco, A. F. (14 de 8 de 2014). Obtenido de La función e importancia del objetivo social en las sociedades mercantiles:
file:///C:/Users/Vladimir/Downloads/15567-61798-1-PB.pdf
- Carrera Pilar, C. A. (2004). *Altruismo y Conducta Prosocial*. Lima: Macro .
- Chamlaty Toledo, M. (2 de 08 de 2013). Concepto de Deducción en el Impuesto sobre la Renta. Lima, Lima, Perú: Septima.
- Diez Picazo, L. y. (1998). *Sistema de Derecho Civil* . Madrid : Editorial Tecnos .
- Eduardo, C. C. (2015). *Exoneraciones y Beneficios Tributarios* . Obtenido de Exoneraciones y Beneficios Tributarios : <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/7864/n/exoneraciones-beneficios-tributarios-eduardo-contreras.pdf>

- Guizado, A. (2018). *Gestión de Operaciones*. Obtenido de <https://www.gestiondeoperaciones.net/inventarios/caracteristicas-de-un-sistema-de-revision-periodica-de-inventarios-o-modelo-p/>:
<https://www.gestiondeoperaciones.net/inventarios/caracteristicas-de-un-sistema-de-revision-periodica-de-inventarios-o-modelo-p/>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: pearson 5ta edicion.
- Juana, F. P. (2007). La Organizaciones no lucrativas , necesidades de los usuarios de la información financiera . *Revista Espanola del Tercer Sector* , 91.
- Merino, J. P. (2012). *Comensalismo*. Lima: Buho .
- Perez de Ayala Becerril, M. (04 de Julio de 2008). *La definicion de los sujetos tributarios en las leyes impositivas* . Obtenido de La definicion de los sujetos tributarios en las leyes impositivas : <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/definicion-tributarios-impositivas-39696817>
- Pita Fernandez, S; Pertegas, Diaz S. (2002). *La investigacion Cualitativa y Cuantitativa*. Lima.
- Ramirez. (2014). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: Hill Educación.
- Razeto, L. (1994). *Las Donaciones y la Economia de Solidaridad* . Chile: PET.
- Ruiz de Castilla Ponce de León, F. J. (2016). Inmunidad , Inafectacion ,Exoneracion , Beneficios e Incentivos Tributarios . *Foro Jurídico* , 140.
- SUNAT. (01 de Enero de 2017). *Orientacion Sunat* . Obtenido de Orientacion Sunat : <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-tributario-de-donaciones/regimen-tributario-de-donaciones-del-impuesto-a-la-renta/6866-01-donacion-como-gasto-deducible-regimen-general-de-donaciones>
- Varela, L. (06 de 12 de 2010). *Cooperativas* . Obtenido de Cooperativas : <https://es.slideshare.net/Orientar/cooperativas-autor-luciano-varela>

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| "Donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios de los Supermercados del distrito de Los Olivos en el año, 2017." | | | | |
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPOTESIS GENERAL | VARIABLES | INDICADORES |
| ¿En qué medida las donaciones de los consumidores se relacionan con los beneficios tributarios de los supermercados del distrito de los olivos en el Año 2017? | •Determinar la relación en qué medida las donaciones de los consumidores y los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de Los Olivos en el año 2017. | Las donaciones de los consumidores se relacionan con los beneficios tributarios de los supermercados del Distrito de los Olivos en el año 2017. | Donaciones de los Consumidores | <ul style="list-style-type: none"> - Directo. - Gratuito. - Comensalismo. - Altruista. - Objetivo Social. - Libertad de Pago. |
| PROBLEMAS ESPECIFICOS | OBJETIVOS ESPECIFICOS | HIPOTESIS ESPECIFICOS | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017? • ¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017? • ¿Cómo las donaciones de los consumidores se relacionan con las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017? | <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017 • Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017. <p>Determinar la relación de las donaciones de los consumidores y las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a los incentivos de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017. • Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a las exoneraciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017. <p>.Las donaciones de los consumidores se relacionan frente a las inafectaciones de los supermercados del distrito de los Olivos en el año 2017.</p> | Beneficios tributarios | <ul style="list-style-type: none"> - Gradualidad. - Deducción de Gastos. - Revisión periódica. - Asociaciones sin fines de Lucro. - Naturaleza. - Sujetos no Pasivos. |

ANEXO 02: INSTRUMENTO DE EVALUACION DE TESIS

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN TESIS: “DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO, 2017”

| ENCUESTA PARA MEDIR LA RELACION DE LAS DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO 2017 | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|----------------|---|
| GENERALIDADES: | | | | | | |
| -La presente encuesta es anónima y confidencial | | | | | | |
| -Marque con una (x) la alternativa que mejor le refleje su opinión de manera objetiva | | | | | | |
| PREGUNTAS GENERALES : | | | | | | |
| Años de experiencia | 1 año () 2 años () de 3 años a más () | | | | | |
| | muy de acuerdo (5), desacuerdo(4), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), en desacuerdo (2), muy en desacuerdo (1) | | | | Valores Likert | |
| N° | ITEMS | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | La directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera la deducción del impuesto a la renta. | | | | | |
| 2 | La directa transferencia económica de las donaciones de los consumidores genera beneficios tributarios a los supermercados. | | | | | |
| 3 | La forma gratuita de las donaciones de los consumidores originan las causas de los incentivos tributarios. | | | | | |
| 4 | El modo gratuito de las donaciones de los consumidores origina de la deducción de gastos del supermercado. | | | | | |
| 5 | La forma gratuita que presenta las donaciones de los consumidores es otorgada a asociaciones sin fines de lucro. | | | | | |
| 6 | El método del comensalismo de las donaciones de los consumidores trae consigo la exoneración tributaria. | | | | | |
| 7 | La conservación del modo altruista mediante el flujo unidireccional del bien donado suscita un beneficio tributario. | | | | | |
| 8 | El objetivo social se comprende con las donaciones de los consumidores para ocasionar exoneraciones tributarias. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 9 | La libertad de pago según el beneficio del receptor que se aplica a la ONG produce una inafectación tributaria. | | | | | |
| 10 | El principio de causalidad según el beneficio tributario se genera por la directa transferencia económica de los consumidores. | | | | | |
| 11 | La deducción de gastos se genera a través de los incentivos tributarios generados por las donaciones de los consumidores. | | | | | |
| 12 | La deducción de gastos que presenta los supermercados como beneficios tributarios genera beneficios al receptor. | | | | | |
| 13 | La revisión periódica para una adecuada aplicación de beneficios tributarios se da a través de las donaciones de los consumidores. | | | | | |
| 14 | Las asociaciones sin fines de lucro que ocasionan un objetivo social adquieren beneficios tributarios. | | | | | |
| 15 | La naturaleza de actividad de los donatarios se encuentra sostenido a través del beneficio tributario. | | | | | |
| 16 | Los sujetos no pasivos forman parte ante los beneficios tributarios que genera las donaciones de los consumidores. | | | | | |

ANEXO 03 TABLA DE VARIABLES

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|---------------|----------|---------|-----------|---------------------|-----------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 1 | ITEM1 | Numérico | 8 | 0 | La directa trans... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 2 | ITEM2 | Numérico | 8 | 0 | La directa trans... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 3 | ITEM3 | Numérico | 8 | 0 | La forma gratuit... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 4 | ITEM4 | Numérico | 8 | 0 | El modo gratuit... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 5 | ITEM5 | Numérico | 8 | 0 | La forma gratuit... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 6 | ITEM6 | Numérico | 8 | 0 | El método del c... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 7 | ITEM7 | Numérico | 8 | 0 | La conservació... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 8 | ITEM8 | Numérico | 8 | 0 | El objetivo soci... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 9 | ITEM9 | Numérico | 8 | 0 | La libertad de p... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 10 | ITEM10 | Numérico | 8 | 0 | La gradualidad ... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 11 | ITEM11 | Numérico | 8 | 0 | La deducción d... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 12 | ITEM12 | Numérico | 8 | 0 | La revisión peri... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 13 | ITEM13 | Numérico | 8 | 0 | El cooperativis... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 14 | ITEM14 | Numérico | 8 | 0 | Las asociación... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 15 | ITEM15 | Numérico | 8 | 0 | La naturaleza d... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 16 | ITEM16 | Numérico | 8 | 0 | Los sujetos no ... | {1, MUY EN...} | Ninguno | 8 | Derecha | Escala | Entrada |
| 17 | DONACION... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 12 | Derecha | Escala | Entrada |
| 18 | DONACION... | Numérico | 8 | 0 | DONACIONES ... | {1, MALA}... | Ninguno | 32 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 19 | BENEFICIO ... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 23 | Derecha | Escala | Entrada |
| 20 | BENEFICIO ... | Numérico | 8 | 0 | BENEFICIOS T... | {1, NO APLI...} | Ninguno | 24 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 21 | TRANFERE... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 24 | Derecha | Escala | Entrada |
| 22 | TRANFERE... | Numérico | 8 | 0 | TRANSFERENCI... | {1, MALA}... | Ninguno | 25 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 23 | FLUJOUNID... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 21 | Derecha | Escala | Entrada |
| 24 | FLUJO_UNI... | Numérico | 8 | 0 | FLUJO UNIDIR... | {1, MALA}... | Ninguno | 22 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 25 | BENEFICIO ... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 23 | Derecha | Escala | Entrada |
| 26 | BENEFICIO ... | Numérico | 8 | 0 | BENEFICIOS D... | {1, MALA}... | Ninguno | 25 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 27 | INCENTIVO | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 28 | INCENTIVOS | Numérico | 8 | 0 | INCENTIVOS | {1, NO APLI...} | Ninguno | 12 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 29 | EXONERAC... | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 14 | Derecha | Escala | Entrada |
| 30 | EXONERAC... | Numérico | 8 | 0 | EXONERACIO... | {1, NO APLI...} | Ninguno | 15 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 31 | INAFECTA | Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 14 | Derecha | Escala | Entrada |

| | Nombre | Tipo | Anchura | Decimales | Etiqueta | Valores | Perdidos | Columnas | Alineación | Medida | Rol |
|----|--------------|------------|---------|-----------|-----------------|----------------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 19 | BENEFICIO... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 23 | Derecha | Escala | Entrada |
| 20 | BENEFICIO... | N Numérico | 8 | 0 | BENEFICIOS T... | {1, NO APLI... | Ninguno | 24 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 21 | TRANFERE... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 24 | Derecha | Escala | Entrada |
| 22 | TRANFERE... | N Numérico | 8 | 0 | TRANSFERENCI... | {1, MALA}... | Ninguno | 25 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 23 | FLUJOUNID... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 21 | Derecha | Escala | Entrada |
| 24 | FLUJO_UNI... | N Numérico | 8 | 0 | FLUJO UNIDIR... | {1, MALA}... | Ninguno | 22 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 25 | BENEFICIO... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 23 | Derecha | Escala | Entrada |
| 26 | BENEFICIO... | N Numérico | 8 | 0 | BENEFICIOS D... | {1, MALA}... | Ninguno | 25 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 27 | INCENTIVO | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 11 | Derecha | Escala | Entrada |
| 28 | INCENTIVOS | N Numérico | 8 | 0 | INCENTIVOS | {1, NO APLI... | Ninguno | 12 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 29 | EXONERAC... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 14 | Derecha | Escala | Entrada |
| 30 | EXONERAC... | N Numérico | 8 | 0 | EXONERACIO... | {1, NO APLI... | Ninguno | 15 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 31 | INAFECTA... | N Numérico | 8 | 0 | | Ninguno | Ninguno | 14 | Derecha | Escala | Entrada |
| 32 | INAFECTA... | N Numérico | 8 | 0 | INAFECTACIÓN | {1, NO APLI... | Ninguno | 15 | Derecha | Nominal | Entrada |
| 33 | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

ANEXO 04 UBICACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS ANEXO 04 UBICACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS DISTRITO DE LOS OLIVOS



MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE
LOS OLIVOS

Gerencia Municipal
Subgerencia de Atención al Ciudadano

"AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"

Los Olivos, 04 de julio de 2018

CARTA N° 443-2018-MDLO/GM/SGAC

Srta.

LUCERO CHRIS SULCA AVILA

Psje. San Gregorio Mz. V2 Lt. 04 Urb. Mariscal Castilla, Rimac

Presente.-

Ref.: Exp. N° E-16025-2018
Acceso a la Información

De mi consideración:

Tengo a bien dirigirme a usted con la finalidad de saludarla cordialmente, y dar atención al expediente de la referencia, mediante solicitud que realizó citando el T.U.O. de la Ley N° 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N° 043-2003-PCM, al respecto le manifiesto lo siguiente:

Que, fluye el Memorandum N° 323-2018-MDLO/GDE/SGLC de la Subgerencia de Licencias Comerciales, en el que se adjunta copia simple al presente.

Sin otro en particular, quedo de usted.

Atentamente,

 MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LOS OLIVOS
SUBGERENCIA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
LIC. PATRICIA CLARA LAOPA VARGAS
SUBGERENTE DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

| RAZON SOCIAL | NOMBRE ESTABLECIMIENTO | DIRECCION | ACTIVIDAD | REPRESENTANTE |
|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------|
| SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. | PLAZA VEA UNIVERSITARIA | AVENIDA UNIVERSITARIA NORTE NO. 1632-1636-1640 URB. COMERCIAL DANIEL ALCIDES CARRION | SUPERMERCADO, | MARIA INMACULADA MANSILLA ESPINOSA |
| SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. | PLAZA VEA LOS OLIVOS | AVENIDA ANTUNEZ DE MAYOLO, SANTIAGO NO. 961- 989 MZA. D1 LTE 2 URB. MERCURIO I ETAPA | SUPERMERCADO, | MARIA INMACULADA MANSILLA ESPINOSA |



ANEXO 05: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A TRAVÉS DEL JUICIO DE EXPERTOS



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable independiente:

DONACION DE LOS CONSUMIDORES:

Define que la Donación de los Consumidores es la acción que consiste en la liberalidad voluntaria entre dos personas con capacidad de ejercer actos legales. Tenemos el donante y el donatario. Por un lado, el donante; en este caso tendrá la facilidad de desprenderse de bienes de su posesión, por el contrario el donatario; tendrá la facultad de aceptar o rechazar según sea el caso. Muchas veces en algunos ordenamientos jurídicos esta acción se legaliza por medio de un contrato. (Razeto 1994, p.4)

Dimensión 1 Transferencias Económicas

Dimensión 2 Flujo Unidireccional

Dimensión 3 Beneficios del Receptor

Variable Independiente:

BENEFICIOS TRIBUTARIOS:

Villanueva, C. (2011) “Los beneficios tributarios son incentivos cuyo objetivo es dispensar total o parcialmente la obligación tributaria, contando para ello con una motivación de por medio. Dichos beneficios se encuentran plasmados en normas tributarias, pero cómo saber si nos encontramos ante una exoneración, inafectación u otros tipos de beneficios tributarios, ya que siempre suele haber confusión al aplicar los mencionados términos”. (p.15).

Dimensión 1 Incentivo

Dimensión 2 Exoneración

Dimensión 3 Inafectación



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): PADILLA VENTO, PATRICIA.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título de Contador Público.

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es: “DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO, 2017” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma
Sulca Avila, Lucero Chris
74836068

Observaciones (precisar si hay
suficiencia):

SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador..... PADILLA NUNO PAMELA

DNI: 80402744

Especialidad del validador: DRA EN CONTABILIDAD

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

17 de 10 del 2018

Firma del Experto Informante.



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): LOPEZ VEGA, IRIS MARGOT

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título de Contador Público.

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es: “DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO, 2017” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma
Sulca Avila, Lucero Chris
74836068

Observaciones (precisar si hay
suficiencia):

si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador..... LOPEZ VEGA IRIS MARGOT

DNI:..... 41148074

Especialidad del validador:..... Mg. C.P.C Banca y Finanzas.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

16 de 10 del 2018



Firma del Experto Informante.



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): ORIHUELA RIOS, NATIVIDAD CARMEN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Desarrollo de Proyecto de Investigación de la UCV, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumentos con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el Título de Contador Público.

El titulo nombre de mi proyecto de investigación es: “DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO, 2017” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma
Sulca Avila, Lucero Chris
74836068

Observaciones (precisar si hay
suficiencia):

Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: ORIHUELA RIOS, NATIVIDAD

DNI: 07902319

Especialidad del validador: CONTADOR PUBLICO - Hq en MBA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

16 de 10 del 2018



Firma del Experto Informante.

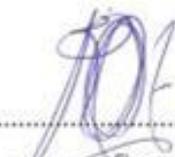
| | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|  UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO | ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS | Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|

Yo, **RICARDO GARCIA CESPEDES**, docente de la Facultad DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de CONTABILIDAD de la Universidad César Vallejo **SEDE LIMA NORTE**, revisor(a) de la tesis titulada

"**TITULO DE TESIS**" "DONACIONES DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO 2017" del (de la) estudiante **Sulca Avila , Lucero Chris** , constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 13 de Mayo del 2019



Firma
RICARDO GARCIA CESPEDES

ANEXO 06: PORCENTAJE DE SIMILITUD (TURNITIN)

Feedback Studio - Sample Document
Report: Resumen de coincidencias
Feedback Studio

DOMINANCIA DE LOS CONSUMIDORES Y LOS TENDIDOS TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
"DOMINANCIA DE LOS CONSUMIDORES Y LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS DE LOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS EN EL AÑO 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:
SILVIA AVILA, Lucero Chira

ASESOR:
MIGUEL VAREZ LOPEZ ALBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
TRIBUTACIÓN

LIMA - PERU
2018

Dr. Ricardo García C.

Resumen de coincidencias
30 %

| | | |
|----|-----------------------------------------------|------|
| 1 | repositorio.univalle | 12 % |
| 2 | Escuela Académica Profesional de Contabilidad | 8 % |
| 3 | repositorio.univalle | 3 % |
| 4 | repositorio.univalle | 1 % |
| 5 | repositorio.univalle | 1 % |
| 6 | repositorio.univalle | 1 % |
| 7 | repositorio.univalle | <1 % |
| 8 | Escuela Académica Profesional de Contabilidad | <1 % |
| 9 | Escuela Académica Profesional de Contabilidad | <1 % |
| 10 | repositorio.univalle | <1 % |
| 11 | Escuela Académica Profesional de Contabilidad | <1 % |
| 12 | repositorio.univalle | <1 % |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Contabilidad

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Solca Avila, Wara Chisi

INFORME TITULADO:

Donaciones de los Consumidores y los Beneficios

Tributarios de los supermercados en el año 2019 del distrito de los Olivos

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Contador Público

SUSTENTADO EN FECHA: 10/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O LA TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

.....
 D.N.I. :
 Domicilio :
 Teléfono Fijo : Móvil :
 E-mail :

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Trabajo de Investigación de Pregrado

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Grado Título

Tesis de Post Grado

Maestría Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

.....

Título del trabajo de investigación o de la tesis:

.....

.....

Año de publicación :

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento:

Si autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi trabajo de investigación o tesis.

Firma :

Fecha :