



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU RELACION CON LAS
VENTAS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL EL
MOLINO I, PERIODO 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTORA:

BR: Quispe Gomez Lizbeth Marcia (ORCID: 0000-002-9360-0579)

ASESOR:

Mgt: Hugo Emilio Gallegos Montalvo (ORCID: 0000-0002-3659-9970)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS

CALLAO – PERÚ

2021

Dedicatoria.

La presente tesis va dedicada a mis padres, mis hermanos, a mi hijito y mi esposo por haber hecho mi sueño posible, contando con su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida profesional, por llenarme de aliento y ser un profesional para el orgullo de mi familia.

Sobre todo, a mis seres queridos que ya no están a causa del covid 19.

Agradecimiento

Quiero agradecer infinitivamente a DIOS por mantenerlos con salud a toda mi familia y haberme dado mucha fuerza Para culminar mis estudios.

A mis padres, que gracias a su esfuerzo y amor incondicional pude culminar mi carrera.

A la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de obtener mi título profesional.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Índice gráfico	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I._INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEORICO.....	5
III. METODOLOGIA.....	11
3.1. Tipo_y_diseño_de_investigación.....	11
3.2. Variables_y_operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas_e_instrumentos_de_recolección_de_datos	16
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método_de_análisis_de_datos	17
3.7. Aspectos_éticos.....	18
IV.RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIONES	42
VI. CONCLUSIONES_	46
VII. RECOMENDACIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 2 Correlación de hipótesis general.....	20
Tabla 3 Correlación hipótesis específicas 1	20
Tabla 4 Correlación hipótesis específicas 2.....	21
Tabla 5 Correlación hipótesis específicas 3.....	21
Tabla 6 Poseen la ficha de registro de RUC	22
Tabla 7 Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC	23
Tabla 8 Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables	24
Tabla 9 Sistema electrónico de facturas electrónicas	25
Tabla 10 Emiten comprobantes de pago	26
Tabla 11 Poseen libros contables.....	27
Tabla 12 Presentan declaraciones informativas	28
Tabla 13 Presentan declaraciones determinativas.....	29
Tabla 14 Efectúan el pago de obligaciones tributarias.....	30
Tabla 15 Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria.....	31
Tabla 16 Establecen sus precios por los bienes o servicios	32
Tabla 17 Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere	33
Tabla 18 Determinaran la calidad del bien o servicio.....	34
Tabla 19 Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos.....	35
Tabla 20 Determinaran sus costos de ventas	36
Tabla 21 Efectúan promociones de sus productos	37
Tabla 22 Planteamiento de estrategias.....	38
Tabla 23 Tiene como competencia a otros empresarios.....	39
Tabla 24 Las temporadas del año	40
Tabla 25 Representan a sus productos y servicios De_acuerdo a las características que reflejan las formas de organización.....	41

Índice gráfico

Gráfico 1 Poseen la ficha de _registro_ de RUC	22
Gráfico 2 Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC	23
Gráfico 3 Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables	24
Gráfico 4 Sistema electrónico de facturas electrónicas	25
Gráfico 5 Emiten comprobantes de pago	26
Gráfico 6 Poseen libros contables.....	27
Gráfico 7 Presentan declaraciones informativas	28
Gráfico 8 Presentan declaraciones determinativas	29
Gráfico 9 Efectúan el pago de obligaciones tributarias.....	30
Gráfico 10 Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria.....	31
Gráfico 11 Establecen sus precios por los bienes o servicios	32
Gráfico 12 Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere	33
Gráfico 13 Determinaran la calidad del bien o servicio.....	34
Gráfico 14 Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos	35
Gráfico 15 Determinaran sus costos de ventas.....	36
Gráfico 16 Efectúan promociones de sus productos	37
Gráfico 17 Planteamiento de estrategias	38
Gráfico 18 Tiene como competencia a otros empresarios.....	39
Gráfico 19 Las temporadas del año	40
Gráfico 20 Representan a sus productos y servicios De_acuerdo a las características que reflejan las formas de organización.....	41

Resumen

El presente estudio, cuyo título es obligaciones tributarias y su relación con las ventas de los empresarios del centro comercial El Molino I, periodo 2020 donde se presentó como un objetivo general Determinar la relación entre las obligaciones tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020, el estudio tiene método de investigación cuantitativo, el tipo de estudio que se empleo es básica, el diseño de estudio utilizado para su desarrollo fue no experimental y de corte transversal, la población y la muestra que se tomó para la investigación fueron las funerarias de la ciudad de cusco, la técnica usada para el estudio fue la encuesta y el instrumento que se uso es el cuestionario, para el trabajo se utilizó el sistema estadístico Spsps versión 25, donde se halló el valor de confiabilidad por medio del alfa de Crombrach (0.665) para la primera variable y (0. 806) para la segunda variable.

Para el trabajo de investigación se determinó que Existe relación significativa entre las obligaciones tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020.

Palabras claves:

Obligaciones tributarias, obligaciones formales, obligaciones sustanciales, ventas.

Abstract

The present study, whose title is tax obligations and its relationship with the sales of the businessmen of the El Molino I shopping center, period 2020 where it was presented as a general objective To determine the relationship between the tax obligations and the sales of the business center businessmen the Mill I, period 2020, the study has a quantitative research method, the type of study used is basic, the study design used for its development was non-experimental and cross-sectional, the population and the sample that was taken for The investigation was the funeral homes of the city of Cusco, the technique used for the study was the survey and the instrument used is the questionnaire, for the work the statistical system Sspss version 25 was used, where the reliability value was found by Crombrach alpha mean (0.665) for the first variable and (0.806) for the second variable.

For the research work, it was determined that there is a significant relationship between the tax obligations and the sales of the entrepreneurs of the El Molino I shopping center, period 2020.

Keywords:

Tax obligations, formal obligations, substantial obligations, sale

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las PYMES son unidades económicas con fines de generar beneficios económicos no podemos negar que las estas unidades económicas asumen un rol sustancial en el desarrollo de los países ya que estos aportan entre el 96% y 99% de la producción industrial lo que representa una sexta parte de esta, además de ello entre el 60% y 70% brindan empleos a su comunidad. En tal sentido las PYMES cumplen un rol principal para el progreso económico de un país ya sea desarrollado o que este se encuentre en vías de desarrollo. Las PYMES aportan la mitad del PBI mundial. Por otra parte, estas PYMES al momento de desarrollar sus actividades también adquieren obligaciones, una de estas el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y estas son de vital importancia que se cumplan ya que estos fondos son usados para cubrir ciertas necesidades de la población. Sin embargo, existen muchas PYMES que no cumplen de forma cabal con sus obligaciones tributarias lo que representa un problema que afecta el gasto público muchas veces. Esto se debe a que muchas veces a que los contribuyentes no tienen conocimiento de estas o por interés a obtener más ingresos.

El incumplimiento de las obligaciones tributarias es una traba que aqueja a todos los países, incluido nuestro país que está dentro de los países que cobran las tasas más altas de incumplimiento de las obligaciones tributarias en todo América Latina, muchos alegan que esto se debe a que el Perú posee una de las tasas más elevadas en sus impuestos como son el IGV y el I.R. Este problema del incumplimiento de las obligaciones a ocasionado que el estado peruano no recaude ingresos suficientes para lograr cubrir las necesidades de su población.

En el Perú la principal fuente de recaudación tributaria se da mediante los impuestos que son provenientes del cumplimiento de las obligaciones tributarias por personas naturales y jurídicas; con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población peruana, de tal manera que contribuya en cubrir las necesidades financieras del Estado e impulsar el desarrollo económico de nuestro país.

La región del cusco cumple un rol primordial para el desarrollo económico de un país, ya que esta es una región bastante comercial debido a que en esta hay una gran cantidad de emprendedores que están abriendo sus pequeñas empresas, que ofrecen la venta de bienes y servicios a distintos precios, uno de los más representativos es el centro Comercial El Molino I, que genera un gran flujo comercial donde los pobladores concurren para adquirir diferentes bienes y servicios. Debido a la crisis económica que el país viene atravesando a consecuencia del COVID 19 la capacidad adquisitiva de la población ha reducido en razón a ello se logró apreciar que los cliente día a día buscan satisfacer sus necesidades de bienes y servicios cada vez a precios más reducidos, en consecuencia los microempresarios del centro comercial el molino I tuvieron una disminución en el volumen de sus ventas por esta razón se ven obligados a reducir los costos de los diferentes productos que ofertan, la necesidad de reducir sus costos de adquisición hacen que en muchos casos los empresarios no cumplan con las obligaciones tributarias establecidas por ley, Según (D.S. 133-2013-EF) “La obligación tributaria, viene a ser un derecho público y es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, designado por ley, que tiene por objetivo el cumplimiento de la prestación tributaria siendo exigible coactivamente” en tal sentido la obligación tributaria tiene que ser cumplida por toda persona natural o jurídica que realiza actividad comercial, en el caso de los centros comerciales de la ciudad del Cusco estos deben de cumplir las obligaciones sustanciales y formales que son de derecho público.

Se logró apreciar que los empresarios del centro comercial no cumplen de manera adecuada sus obligaciones formales. Obligaciones formales para (Trujillo, 2015) “las obligaciones formales también llamadas obligaciones secundarias o accesorias de singularidad importancia”. Las que están relacionadas con la inscripción ante los registros de la administración, presentar y entregar los comprobantes de pago, presentar declaraciones informativas y determinativas, admitir el control de la administración tributaria y otras obligaciones tributarias, con el fin de reducir su base imponible y de esta manera disminuir el pago de las obligaciones sustanciales según (Trujillo, 2015) “las Obligaciones sustanciales también llamadas obligaciones principales

que consisten en el pago del tributo”. Lo que ocasiona que la recaudación tributaria se cada vez menor debido a que los empresarios no declaran el total de sus ventas.

En razón a lo antes planteado se propone los siguientes problemas de investigación, como problema de investigación general tenemos: ¿Cuál es la relación entre las Obligaciones Tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020? Y como problemas específicos: ¿Cuál es la relación entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020?; ¿Cuál es la relación entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020?; ¿Cuál es la relación entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020?

La justificación del trabajo de investigación es está dividida en tres: la primera referida a la justificación teórica, entonces diremos que el estudio tiene justificación teórica por que tiene como objetivo el afianzar los conocimientos de las ciencias contables con la información según a las obligaciones tributarias y a las ventas, lo que enriquece el amplio caudal de conocimientos teóricos y contables, como segunda justificación es practica por qué será una herramienta útil de consulta para los comerciantes del centro comercial que les dará a conocer la importancia que tiene el cumplir con el pago de las obligaciones tributarias y el efecto que generara en las ventas, y finalmente tendrá una justificación metodológica porque para desarrollar el estudio se ha de considerar una investigación de tipo básica por que tiene como prioridad ampliar y profundizar los conocimientos teóricos de la ciencia contable además se emplearan todos los lineamientos establecidos por la universidad así como la utilización de las normas APA.

En consecuencia, se plantea los objetivos de la investigación los cuales se detalla a continuación; objetivo general: Determinar la relación entre las obligaciones tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020; como objetivos específicos: Determinar la relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020; Determinar la relación significativa entre las

obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, Periodo 2020; Determinar la relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020.

Finalmente se propuso las hipótesis de investigación: como hipótesis general: Existe relación significativa entre las Obligaciones Tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020; y como hipótesis específicas: Existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020; Existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020; Existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020.

II. MARCO TEORICO

Para una elaboración, desarrollo y mejor comprensión del presente tema de estudio se hará uso de trabajos anteriores de varios autores que tocaron temas relacionados a la investigación en general, es por eso que se utilizaron antecedentes nacionales donde:

Rafael (2018) en su trabajo que realizó sobre “Cultura tributaria y su efecto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias”, presentado en la Universidad de Juliaca, concluye que los comerciantes no cuentan con una buena conciencia tributaria debido a que no cumplen con pagar todos los impuestos que por obligación y responsabilidad deberían de pagar. A consecuencia de ello, se demostró que nuestro país no lleva a cabalidad y no presta la suficiente atención a que se cumplan adecuadamente con las obligaciones formales que tienen los contribuyentes.

Continuando Cumpa y Ordoñez (2018) en su trabajo que realizó sobre “Cultura tributaria y sus efectos financieros”, presentado en la Universidad de Chiclayo, concluyeron que como parte de ser un contribuyente y a la vez ciudadano aun así no existe esa responsabilidad y deber de ayudar al desarrollo y crecimiento del país, incluso, la SUNAT no es capaz de detectar todas las infracciones a pesar de ya tener ayuda de programas electrónicos también tenemos que las empresas trataran de encontrar muchas maneras para no ocultar cuanto de ingresos en realidad están obteniendo, pero en resumen, a todo este problema se le conoce con el nombre de “informalidad” y para extinguirla es necesario emplear la cultura tributaria.

Así mismo Burga (2016) en el trabajo de investigación que realizó sobre “Obligaciones tributarias y cultura tributaria”, presentado en la Universidad San Martín de Porres de Lima, concluye que los empresarios no cumplen con sus obligaciones tributarias debido a que los mismos no poseen los conocimientos tributarios necesarios, es por ello que no cuentan con una sensibilización adecuada en el ámbito ético y en la cultura tributaria ocasionando sanciones e infracciones tributarias y llegando a entrar a la informalidad.

Por otra parte, Chambilla (2019) en su trabajo que realizó sobre “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias” presentada en la Universidad de Tacna, concluye que es de mucha importancia que los contribuyentes tengan el conocimiento necesario sobre cultura tributaria pues hasta desconocen en que régimen pertenecen y además de que casi nunca llegan a escuchar sobre los programas de sensibilización para que los contribuyentes puedan cumplir con el pago de sus obligaciones y así puedan evitar cualquier tipo de sanción o infracción que podría dañar negativamente a su negocio.

Finalmente Carhuachinchay (2016) en el trabajo de investigación que realizó sobre “Determinación de las obligaciones sustanciales y formales” presentado en la Universidad Católica los Angeles de Chimbote, concluyen que haya una mejora en el funcionamiento de las Mype y se genere confianza tanto en los trabajadores, clientes, proveedores, el estado, etc., es primordial que los contribuyentes en este caso de los propietarios se capaciten y tengan como características a la diligencia y responsabilidad dando como resultados que cumplan de forma óptima con las obligaciones tributarias que le corresponden.

Para continuar con el progreso del trabajo de investigación se considerará ciertos antecedentes internacionales, que nos será de gran ayuda para complementar la investigación donde:

Moreira (2018) en su trabajo que realizó sobre “Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias”, presentado en la Universidad de Jipijapa, Manabí, Ecuador, concluye que no se está realizando correctamente con las obligaciones fiscales, debido a que tienen conocimientos sobre cultura tributaria.

Así mismo Pérez (2017) en su trabajo de investigación que realizó sobre “Sistema electrónico y cumplimiento de las obligaciones tributarias” el que fue presentado en la Universidad Técnica de Ambato Ecuador, concluye que siguen ocurriendo problemas entre él envió de información que suelen hacer las entidades tanto públicas como privadas, pero actualmente es utilizada para que haya un sistema de control sobre las entidades, y también es necesario que dicha información sea en línea proveniente de los contribuyentes y quienes

cumplan de manera adecuada y responsable sus obligaciones como ciudadanos para el país y así realizar una mejor y sencilla administración.

Por otro lado, Lucas y Párraga (2016) en el trabajo de investigación que realizó sobre “Estudio de los factores que incurren en el cumplimiento de las obligaciones tributarias”, presentada en la Escuela Superior Politécnica de Ecuador, concluyen que la falta de dinero, conocimiento, información incompleta y tiempo son aquellos factores que afectan de manera negativa al país ocasionando un baja ingreso por parte de tributos en el estado ecuatoriano por resultado de las multas económicas, clausuras de negocios suspensión temporal de actividades, hasta llegar a las acciones coactivas.

También Lindao y López (2018) en el estudio realizado acerca de la “Gestión_tributaria del ISD en la rentabilidad”, presentada en la Universidad Guayaquil, Ecuador, determinó que la rentabilidad analizada de la empresa pudo ser mayor si se hubiera hecho uso de la propuesta planteada, respecto a su estrategia financiera y tributaria y así distinguiendo que se puede cambiar descubriendo así cambios positivos e importantes en la compañía estudiada.

Finalmente Gómez (2019) en su trabajo de investigación sobre “Una perspectiva del punto de la planificación Presupuestaria”, esta investigación fue presentada en la Universidad Utmach en Machala, Ecuador concluye que, para saber si las actividades que se realizaron en la empresa tengan solvencia y se puedan cumplir las obligaciones que tiene la empresa debe de haber rentabilidad.

Como terminamos con los antecedentes, desarrollaremos la base teórica que contiene todas las definiciones de las unidades de estudio, esto permitirá conocer más sobre el problema de investigación y la primera variable es: **(Obligaciones Tributarias)**

SUNAT (2019) en el primer artículo del código tributario estipula que una obligación tributaria es cuando hay una relación entre un acreedor y deudor el cual esta legítimamente establecido en nuestro país, esa conexión consiste en cumplir la normativa tributaria y la exigibilidad de pagar con todas las deudas tributarias.

Otra definición que se tiene son la de Pérez y Gardey (2014) quienes mencionan que la relación existente entre lo que llaman “estado” que viene a ser el acreedor y la “persona física y jurídica” que bien a ser el deudor tributario que tiene por elegir lo que más le convenga tributariamente, pero hay opción de exigir que el deudor pague obligatoriamente la deuda que le corresponde si se le pide coactivamente haciendo de ese modo que el país gracias a los impuestos que obtiene le ayude a desarrollarse para el bienestar de los ciudadanos.

También tenemos la definición de Aguayo (2014) quien explica que hay una ley que todos las personas tienen y su propósito es el deber de cumplirlas obligatoriamente y esa tiene el nombre de obligación tributaria que se dividen en formales y sustanciales que existe entre dos individuos, una es el acreedor y la otra es el deudor tributario.

Por ultimo tenemos del autor León (2013) quien menciona que hay otras acciones tributarias que realizan los contribuyentes y esas son las siguientes: inscribirse en la SUNAT, emitir comprobantes de pago, llevar una contabilidad adecuada con toda la documentación requerida para la Administración Tributaria.

Al haber definido la unidad de estudio se continua con la extracción de las dimensiones de quienes también se tendrán sus siguientes definiciones de parte de varios autores de quienes tomamos y son: Vinculo jurídico, obligaciones sustanciales y obligaciones formales.

Según el autor Pico (2014) Sostiene que hay un soporte necesario y que es considerado muy importantes para que se forme un lazo o una unión para que se cumpla satisfactoriamente con las obligaciones que son parte del deudor tributaria al acreedor y esa lo llama con el nombre de vinculo jurídico. También se sabe que ese cumplimiento por parte del contribuyente es el objetivo de la institución.

Según el autor Jiménez (2013) Señala que cuando el acreedor cuenta con el poder legal de ordenar puede exigir al deudor con pagar la prestación que se le hizo entonces que existe una relación y a eso lo denomina como vinculo jurídico, porque es De acuerdo a ley.

Ahora se toma la definición de Roldan (2019) quien denomina a las obligaciones sustanciales como las primeras e importantes obligaciones que son el pago de tasa tributarias que son los pagos a cuenta y los anticipos de impuestos que son hechas por personas naturales y jurídicas y que los contribuyentes tienen la obligaciones de pagar pero que no existan ningún tipo de tardanza o mora en los impuestos.

Y terminando con la definición de obligaciones tributarias, tenemos la de Auditores JLC (2019) señalan que son aquellas que hacen posible que haya un control en los pagos de los impuestos y a identificar quienes son los contribuyentes que tienen que pagar sus deudas y sus montos correspondientes.

Ahora tenemos las siguientes definiciones de la segunda unida de estudio que es **ventas**:

Tenemos la definición de los autores Parra y Madero (2003) quienes mencionan que aquella ciencia que realiza el intercambio de bienes o servicios por un valor monetario que anteriormente fue pactado entre la organización y el comprador lo denominan como ventas, todo esto con el propósito de satisfacer a ambas partes o sea satisfacer las necesidades del comprador y al desarrollo de la organización y al estado. Para que se cumpla tal acción se usa determinadas técnicas de comunicación y conocimiento técnico. Por otra parte el autor Castells (2016) que todas aquellas actividades de tipo estrategicos y tácticas que son realizados por la ayuda de un sistema de gestión de mercados (marketing) utilizado para la detección de personas que deseen comprar y ser atendidos con calidad, cantidad y precios adecuados en un tiempo determinado. Tomamos al autor García (2017) que nos señala que el seguir ordenados y lógicos pasos para poder completar un proceso y llegar a un objetivo final en ambas partes, o sea, un comprador y un vendedor, se denomina como venta, esto siempre sucede en la sociedad y en varias partes del mundo.

Al tener ya definida la unidad de estudio se extraen las dimensiones de la variable las cuales son: clientes, demanda y oferta.

Señala Quiroa (2020) que una entidad o una persona es considerada como un cliente cuando compra a la empresa bienes y servicios y luego los consumirá o se lo dará a otra persona. Por otra parte, la RAE (2021) indica que todo el conjunto de mercaderías, bienes y servicios que se venderán con los precios ya establecidos en el mercado se le conoce con el nombre de oferta. La RAE (2021) menciona que todo el conjunto de compras de bienes y servicios en un mercado realizados por una determinada asociación de personas es considerada demanda.

Para tener un vasto conocimiento del tema de estudio también definiremos unos cuantos términos para el marco conceptual: Según Westreicher (2020) señala que el anotar cualquier ocurrencia o suceso dado en un espacio físico o virtual para que las otras personas se mantengan informadas es nombrado como registro. Para los autores Gardey & Pérez (2016) denomina que algo se convierta en actual, que este al día, que el proceso que lleva a que algo resulte que se actualice es la llamada actualización, también otra definición es la adaptación o ajuste en un tiempo que se está dando. Así mismo el autor Ucha (2010) explica que todo procedimiento que lleve a cabo una persona para ingresar y obtener los derechos y deberes correspondientes en cualquier entidad, partido político, sindicato, obra social, etc. es lo que lo denomina con la palabra afiliación. Merino y Pérez (2014) señala que toda acción y efecto de manifestar, exponer, declarar o hacer público tiene el nombre de declaración y usualmente es lo que llegan a ignorar o dudar las personas. Westreicher (2020) lo menciona como la partición de un elemento y se tomó como ejemplo a una deuda que se distribuirá en varias cuotas y que se pagarán en un futuro y que suele darse cobrando un interés más. Tenemos la definición de Pérez (2021), señala que las cosas que tienen un valor representativo en calidad y cantidad y que normalmente se da en forma monetaria, en varios tipos de dinero pertenecen a un sistema de intercambio que se realiza de los productos y bienes de la sociedad conocido como compra - venta es lo que tiene como denominación a la palabra precio.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación

Carrasco (2019) señala que la una investigación básica tiene como prioridad ampliar y profundizar la teoría de los conocimientos científicos con la finalidad de mejorarlos a través de un análisis de estas. En tal sentido el propósito de nuestro estudio es incrementar y ahondar los conocimientos de la teoría de la ciencia contable en relación a las obligaciones tributarias y las ventas esto con el propósito de analizarlos y mejorar sus definiciones.

Alcance de la investigación

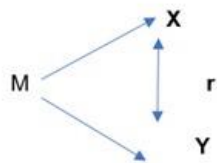
Hernández et al. (2014) especifica que el alcance correlacional tiene como finalidad brindar la información que nos ayude a conocer el grado de asociación que existe entre las unidades de estudio. Tomando en consideración lo mencionado podemos determinar que la finalidad del trabajo es buscar el nivel de asociación que hay entre las obligaciones tributarias y las ventas efectuadas por los comerciantes, para lo cual se tendrá que tomar en consideración el entorno de cada una de estas con el propósito de recolectar información y esta sea de ayuda para buscar una solución a la problemática del estudio. Por otra parte, el estudio de investigación es de un alcance descriptivo ya que en este solo se describirá las unidades de estudio en su entorno y en un tiempo específico. El estudio de investigación que se está realizando es de alcance descriptivo esto se debe a que en esta solo describiremos las variables a ser estudiadas que fueron mencionadas anteriormente.

Diseño de la investigación

Diseño no experimental

Hernández et al. (2014) menciona que una investigación se realizó mediante un diseño no experimental debido a que solo se describe y analiza los hechos de estudio y el entorno en el que se está realizando, en ese sentido podemos decir que a las unidades de estudio no sufrirán ningún cambio o transformación de ningún tipo. Teniendo en cuenta lo

propuesto por el autor podemos decir que para el trabajo de investigación se realizado mediante un diseño no experimental a raíz de que se tiene como prioridad describir la realidad tal cual es sin la necesidad de alterar las variables y el entorno el entorno de estas mismas.



Donde:

M = Muestra

X = Variable 1

Y = Variable 2

r = Relación entre las Variables de Estudio.

Diseño transversal

Hernández et al. (2014) mencionan que los trabajo de investigación puedan ser de diseño transversal este tendrá que estar enfocar en su estudio de los sucesos o fenómenos en un tiempo o periodo específico, por lo tanto todos los datos que se pretenden adquirir sobre las unidades de estudio deberán de ser de un tiempo o periodo determinado. En relación a nuestro estudio de investigación tendrá un diseño transversal debido a que la información que se recopilara sobre las obligaciones tributarias y las ventas de los comerciantes se enfoca en un tiempo específico, en el caso de nuestro estudio los datos que se recopilarán estarán enfocados en el periodo02020.

3.2. Variables y operacionalización

Carrasco (2019) señala que las variables son elementos indispensables para un desarrollo del trabajo de investigación ya que estas le permiten al investigador obtener los datos necesarios sobre las atribuciones y particularidades de las unidades estudiadas, así mismo se evaluarán y estudiarán a los individuos que se encuentren involucrados , los hechos y fenómenos. En relación a nuestro estudio de investigación tomaremos en

cuenta como unidades de estudio como son las obligaciones tributarias y las ventas.

Variable X.

Obligaciones tributarias

Definición conceptual

SUNAT (2019) en el primer artículo del código tributario estipula que una obligación tributaria es cuando hay una relación entre un acreedor y deudor el cual esta legítimamente establecido en nuestro país, esa conexión consiste en cumplir la normativa tributaria y la exigibilidad de pagar con todas las deudas tributarias.

Definición operacional

Pérez y Gardey (2014) señala que una obligación tributaria se da cuando hay una relación jurídico y tributario entre un acreedor y deudor, dichas obligaciones se dividen en obligaciones formales que están referidas a la inscripción e información suministrada a la administración tributaria y las obligaciones sustanciales respectivas al pago de la deuda tributaria.

a. Variable X dimensión 01

Vínculo jurídico

Indicadores

Registro

Actualización

Afiliación a L.E y F.E

b. Variable X dimensión 02

Obligaciones formales

Indicadores

Entrega de C/P

Llevar libros de contabilidad

Declaraciones

c. Variable X dimensión 03

Obligaciones sustanciales

Indicadores

Pagos de tributos

Fraccionamiento

Variable Y

Ventas

Definición conceptual

Para García (2017) las ventas se definen como aquellas actividades útiles y necesarias realizadas con el fin de suministrar productos o servicios a clientes que pueden ser personas individuales o empresas, a cambio de recibir una determinada cantidad de dinero por el servicio prestado.

Definición operacional

Existen diversas definiciones De acuerdo a la situación en que se maneje el término ventas, pero en síntesis se refiere a la transferencia de productos y servicios a cambio de la recepción de dinero, todo ello es realizado acorde a la oferta y demanda que existe en el mercado.

a. Variable y dimensión 01

Cliente

Indicadores

Precio

Cantidad

Calidad

b. Variable Y dimensión 02

Oferta

Indicadores

Costos

Promociones

Estrategias

c. Variable Y dimensión 03

Demanda

Indicadores

Competencia

Temporada

Aspectos sociales

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Hernández et al. (2014) señalan que una población es la agrupación de personas que poseen las mismas características y cualidades que ayuden con la realización del estudio, es por ello que para el trabajo de investigación se considera como muestra a los comerciantes que trabajan en el centro comercial Molino I, se consideró a estas personas porque poseen las mismas características y cualidades y es por ello que son considerados como informantes de primera línea para el desarrollo del estudio.

Muestra

Hernández et al. (2014) señala que la muestra viene a ser una parte representativa de toda la población que debe ser definido así como delimitado con precisión anticipadamente, sobre el cual se hará una recolección de datos, la muestra del presente trabajo de investigación será escogida de manera convencional, en otras palabras no probabilística, para una ventaja de la información disponible y la cantidad de empresarios del centro comercial el Molino I.

M = 30

Muestreo

Hernández et al. (2014) especifica que un muestreo cualitativo considerado un muestreo propositivo, lo primero que se realiza para poder seleccionar la muestra es el planteamiento de la acción requerida y la selección del entorno, en el cual se espera hallar los casos necesarios para realizar la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Hernández et al (2014) señala que una tecnica es una herramienta que utiliza el investigador con el objetivo de recaudar la información, una de ellas es la encuesta el cual está orientada a los comerciantes quienes proporcionaran la información sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y la relación que tienen este con las ventas.

Instrumentos

Hernández et al. (2014) nos explica, que un instrumento es también considerado como una herramienta que utiliza el investigador para recopilar información, para el estudio se utilizó el cuestionario este está compuesto por 20 interrogantes que se encuentra dividido en 2 partes la primera está compuesta por 10 interrogantes referidas a las obligaciones tributarias y otra parte estará compuesta por 10 interrogantes dirigidas a las ventas, el cual responderán los comerciantes por medio de alternativas a través de la escala Likert.

3.5. Procedimientos

De acuerdo a las distintas herramientas utilizadas para el trabajo de investigación, el uso del cuestionario se hizo con la finalidad de obtener información respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias y las ventas que realizan los comerciantes. Una vez recopilada la información esta tendrá que ser procesada para determinar si la investigación es fiable, para ello se hizo uso del programa estadístico Spss versión 25 este nos ayuda a contrastar las hipótesis planteadas, así como por medio de las tablas de distribución se podrán ver los resultados que arrojo las

respuestas del cuestionario, finalmente en el anexo se incluirá el documento de aceptación de los instrumentos.

Validación.

Hernández et al. (2014) señalan que para lograr validar los instrumentos de un estudio de investigación esta deberá ser sometida a una evaluación y verificación de expertos en el tema de investigación, estos evaluarán si los instrumentos cumplen con las condiciones y si las interrogantes son las adecuadas, una vez que estos hayan terminado de evaluar y analizar estos darán su aprobación. En nuestra investigación tomamos en cuenta las sentencias brindadas por los siguientes expertos:

1. Mg. Hugo Emilio Gallegos Montalvo
2. Dr. Manuel Alberto Espinoza Cruz
3. Mg. Jorge Collahua Enciso

Confiabilidad

Confiabilidad: La fiabilidad viene a ser la capacidad que tiene el instrumento utilizado en la recolección de datos de una investigación de generar resultados parejos, al momento que se ejecute la aplicación repetitiva a la misma unidad de estudio (Vara A., 2015, pág.302). La confiabilidad se verifica a través de diversos y variados procedimientos estadísticos, en el siguiente estudio se utilizará el Alfa_ de Cronbach.

3.6. Método de análisis de datos

Para el desarrollo del estudio el método de análisis para procesar y analizar los datos, tanto a nivel descriptivo como inferencial, se utilizó un programa estadístico denominado Spss versión 25 mediante el cual se procesó toda la información que se recopiló por medio del cuestionario que se realizó a los comerciantes, del cual se obtuvo la prueba de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, por otro lado, para contrastar las hipótesis se realizó la prueba de normalidad en el cual nos dio el valor de significancia y así poder utilizar la correlación de Spearman así mismo se tomó en cuenta las tablas y gráficos de frecuencia por cada ítem o interrogante planteado.

3.7. Aspectos éticos

En el trabajo de investigación se consideró algunos principios éticos que están relacionados a la privacidad de acuerdo a los datos que se obtuvieron, tomando en cuenta las opiniones de los comerciantes que fueron obtenidos a través de la encuesta que se realizó, estos datos se presentaran de forma general preservando así la anonimidad de aquellos que nos brindaron información. Por otra parte, se cumplirá de manera íntegra con todos los procedimientos para el desarrollo de un estudio de investigación científica en lo que refiere a la rigidez que presenta la metodología, tomando en cuenta los aspectos de autenticidad del estudio se tomó en cuenta el porcentaje aceptable del turnitin.

IV.RESULTADOS

4.1. Prueba_de_normalidad

H0: Datos sin distribución normal

H1: Datos con distribución normal

Tabla 1

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Obligaciones tributarias	0.704	35	0.000
Ventas	0.719	35	0.000
vínculo jurídico	0.773	35	0.000
Obligaciones formales	0.639	35	0.000
Obligaciones sustanciales	0.726	35	0.000
Cliente	0.758	35	0.000
Oferta	0.824	35	0.000
Demanda	0.768	35	0.000

Nota: Prueba de normalidad de variables y dimensiones de estudio

Interpretación

En la tabla se puede observar que el grado de libertad o también llamado muestra es menor a 50 datos es por ello que se utilizó la prueba del Shapiro – Wilk, por otro lado, el valor de significancia tanto para las variables como para las dimensiones son menores a 0.05 es así que la distribución de los datos no es normal por consiguiente para poder contrastar las hipótesis planteadas se utilizara la prueba de correlación de Spearman.

4.2. Contrastación de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H1: Existe relación significativa entre las obligaciones tributarias y las ventas.

H0: No existe relación significativa entre las obligaciones tributarias y las ventas.

Tabla 1

Correlación de hipótesis general

	Valor	Error est.	T aprox.	Significación
Correlación de Spearman	0.868	0.077	10.019	,000 ^c
N de casos válidos	35			

Nota la tabla representa la correlación de la hipótesis general

Interpretación

Por medio de tabla podemos visualizar que la significancia dio un valor menor a 0.05, es por ello que se acepta la hipótesis alterna donde se afirma que, si existe una relación, por otro lado, hallamos el nivel de relación o asociación de las unidades de estudio donde nos dio un valor de correlación de (0.868) garantizando así que el nivel de relación es positiva alta.

Prueba de hipótesis específicas 1

H1: Existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas.

H0: No existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas.

Tabla 2

Correlación hipótesis específicas 1

	Valor	Error est.	T aprox.	Significación
Correlación de Spearman	0.659	0.114	5.030	,000 ^c
N de casos válidos	35			

Nota la tabla representa la correlación de la hipótesis específica 1.

Interpretación

Por medio de tabla podemos visualizar que la significancia dio un valor menor a 0.05, es por ello que se acepta la hipótesis alterna donde se afirma que, si existe una relación, por otro lado, hallamos el nivel de relación o asociación de las unidades de estudio donde nos dio un valor de correlación de (0.659) garantizando así que el nivel de relación es positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas 2

H1: Existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas.

H0: No existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas.

Tabla 3

Correlación hipótesis específicas 2

	Valor	Error est.	T aprox.	Significación
Correlación de Spearman	0.553	0.119	3.810	,001 ^c
N de casos válidos	35			

Nota la tabla representa la correlación de la hipótesis específica 2.

Interpretación

Por medio de tabla podemos visualizar que la significancia dio un valor menor a 0.05, es por ello que se acepta la hipótesis alterna donde se afirma que, si existe una relación, por otro lado, hallamos el nivel de relación o asociación de las unidades de estudio donde nos dio un valor de correlación de (0.659) garantizando así que el nivel de relación es positiva moderada.

Prueba de hipótesis específicas 3

H1: Existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas.

H0: No existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas.

Tabla 4

Correlación hipótesis específicas 3

	Valor	Error est.	T aprox.	Significación
Correlación de Spearman	0.609	0.121	4.406	,000 ^c
N de casos válidos	35			

Nota la tabla representa la correlación de la hipótesis específica 3.

Interpretación

Por medio de tabla podemos visualizar que la significancia dio un valor menor a 0.05, es por ello que se acepta la hipótesis alterna donde se afirma que, si existe una relación, por otro lado, hallamos el nivel de relación o asociación de las unidades de estudio donde nos dio un valor de correlación de (0.699) garantizando así que el nivel de relación es positiva moderada.

4.3 Análisis descriptivos de las variables.

Ítem 1: Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen la ficha de registro de RUC, para lograr cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 5

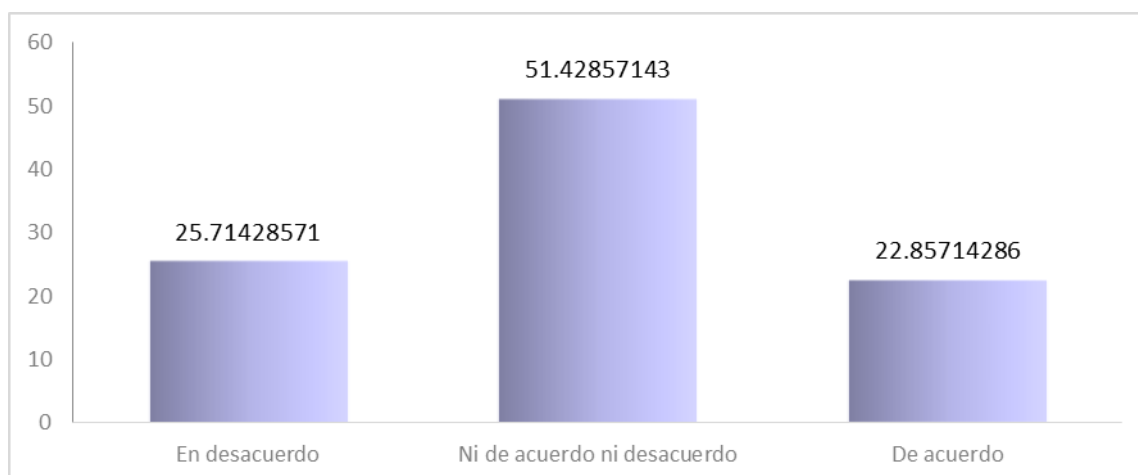
Poseen la ficha de registro de RUC

		Encuestados	%	% V	% A
Válido	En desacuerdo	9	25.7	25.7	25.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	51.4	51.4	77.1
	De acuerdo	8	22.9	22.9	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: poseen la ficha de registro de RUC.

Gráfico 1

Poseen la ficha de registro de RUC



Nota el gráfico indica: poseen la ficha de registro de RUC

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 1: el 25.7% está en desacuerdo, el 51.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 22.9% está de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 2: Los empresarios del centro comercial el Molino I mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias

Tabla 6

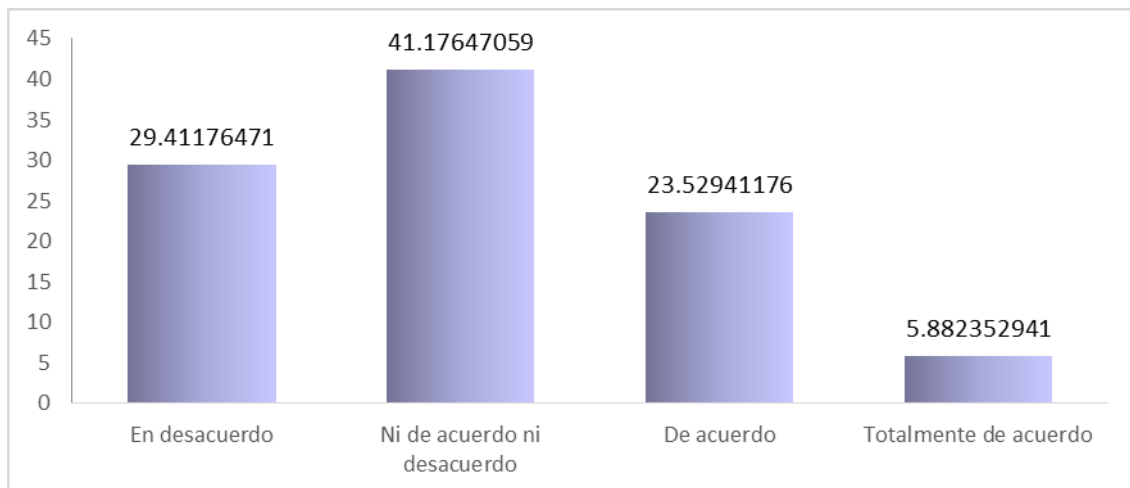
Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC

		Encuestados	%	% V	% A
Válido	En desacuerdo	10	28.6	29.4	29.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	40.0	41.2	70.6
	De acuerdo	8	22.9	23.5	94.1
	Totalmente de acuerdo	2	5.7	5.9	100.0
	Total	34	97.1	100.0	
Perd. Sistema		1	2.9		
Total		35	100.0		

Nota la tabla indica: Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC

Gráfico 2

Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC



Nota el grafico indica: Mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 2: el 28.6% está en desacuerdo, el 40% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 22.9% está de acuerdo, finalmente el 5.7% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 3: Los empresarios del centro comercial el Molino I se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables que les permitirá llevar un mejor control de la información contable con incidencia tributaria.

Tabla 7

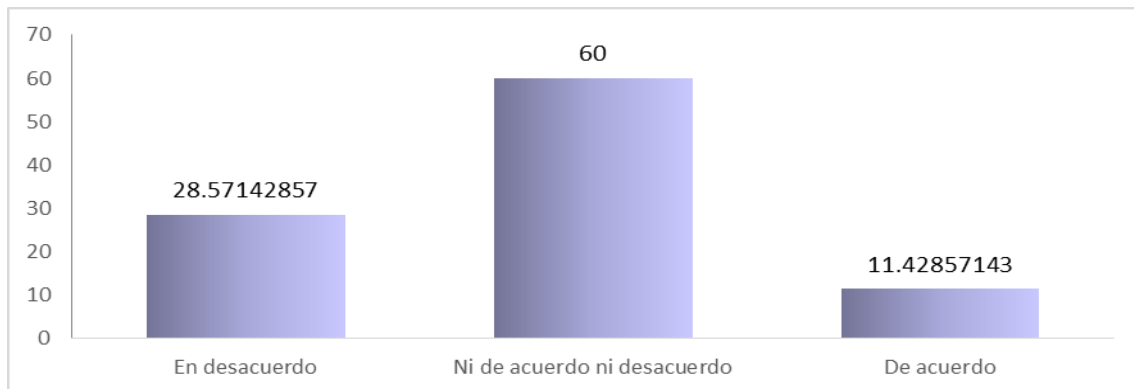
Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables

		Encuestados	%	% V	% A
Válido	En desacuerdo	10	28.6	28.6	28.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	60.0	60.0	88.6
	De acuerdo	4	11.4	11.4	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables

Gráfico 3

Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables



Nota el grafico indica: Se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 3: el 28.6% está en desacuerdo, el 60% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 11.4% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 4: Los empresarios del centro comercial el Molino I tienen implementado el sistema electrónico de facturas electrónicas para determinar de forma más eficiente su obligación tributaria

Tabla 8

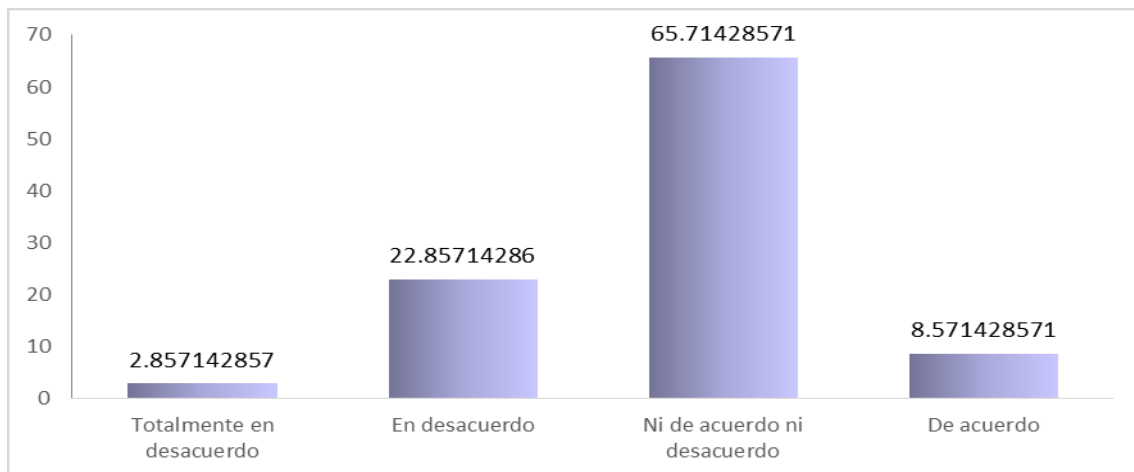
Sistema electrónico de facturas electrónicas

	Encuestados	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9
	En desacuerdo	8	22.9	25.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	65.7	91.4
	De acuerdo	3	8.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0

Nota la tabla indica: Sistema electrónico de facturas electrónicas

Gráfico 4

Sistema electrónico de facturas electrónicas



Nota el gráfico indica: Sistema electrónico de facturas electrónicas

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 4: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 22.9% en desacuerdo, el 8.6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 65.7% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 5: Los empresarios del centro comercial el Molino I emiten comprobantes de pago que les permitan acreditar las transacciones de las ventas que realizan.

Tabla 9

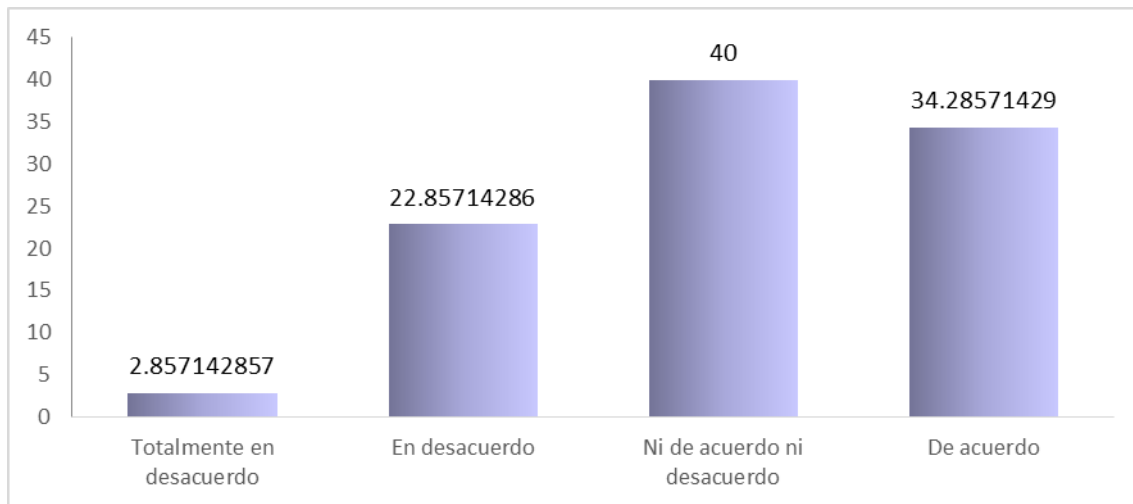
Emiten comprobantes de pago

	Encuestados	%	% V	% A	
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9	2.9
	En desacuerdo	8	22.9	22.9	25.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	40.0	40.0	65.7
	De acuerdo	12	34.3	34.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Emiten comprobantes de pago

Gráfico 5

Emiten comprobantes de pago



Nota el gráfico indica: Emiten comprobantes de pago

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 5: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 22.9% en desacuerdo, el 40% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 34.3% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 6: Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen libros contables que les permite registrar las actividades económicas que realizan.

Tabla 10

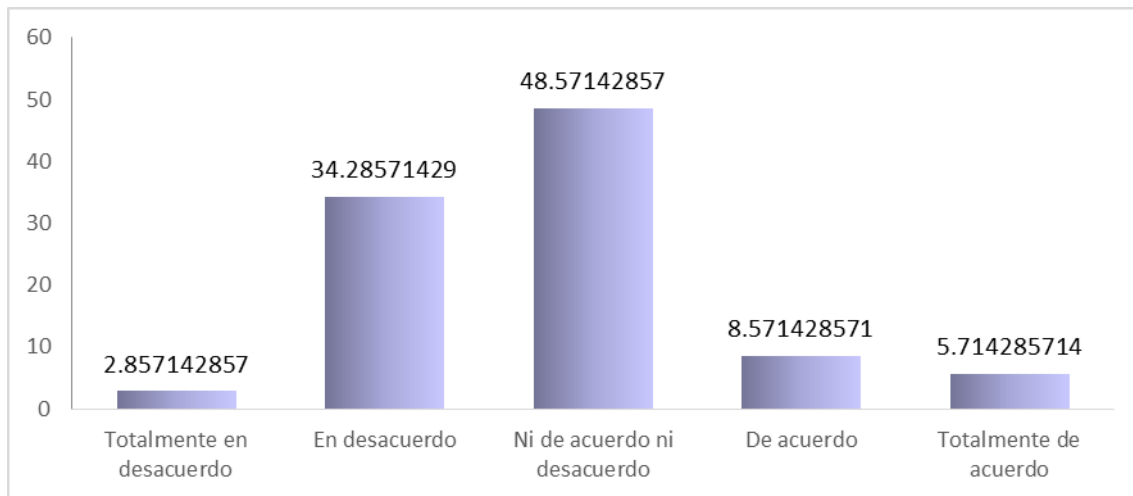
Poseen libros contables

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9	2.9
En desacuerdo	12	34.3	34.3	37.1
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	48.6	48.6	85.7
De acuerdo	3	8.6	8.6	94.3
Totalmente de acuerdo	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Poseen libros contables

Gráfico 6

Poseen libros contables



Nota el grafico indica: Poseen libros contables

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 6: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 34.3% está en desacuerdo, el 48.6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.6% está de acuerdo, finalmente el 5.7% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 7: Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones informativas que les permitirá informar sobre sus operaciones con terceros a la a pedido de las Administración Tributaria.

Tabla 11

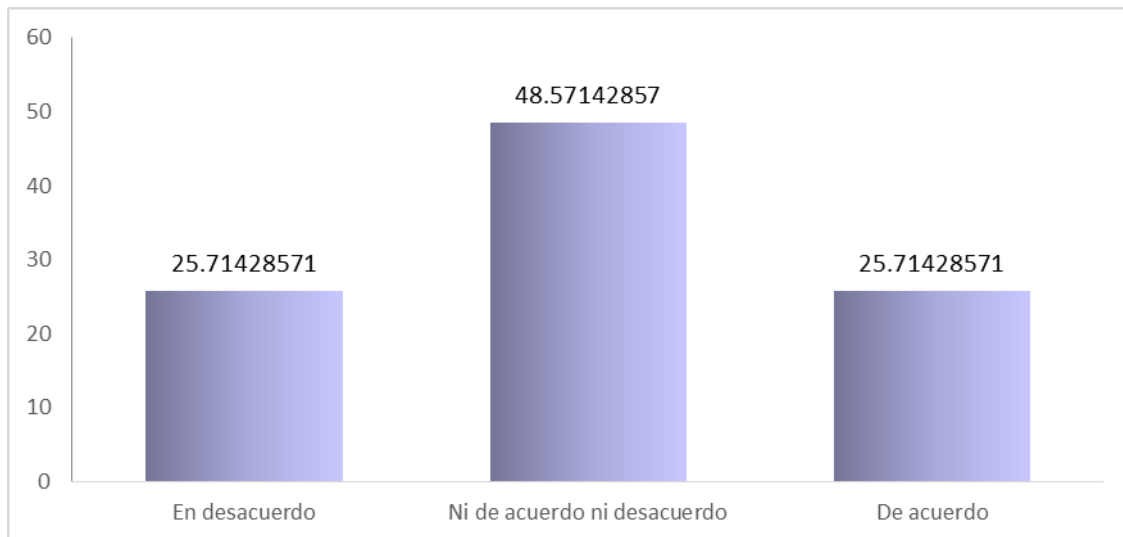
Presentan declaraciones informativas

		Encuestados	%	% V	% A
Válido	En desacuerdo	9	25.7	25.7	25.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	48.6	48.6	74.3
	De acuerdo	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Presentaciones de declaraciones informativas

Gráfico 7

Presentan declaraciones informativas



Nota el gráfico indica: Presentaciones de declaraciones informativas

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 7: el 25.8% está en desacuerdo, el 48.6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 25.7% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 8: Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones determinativas para determinar su deuda tributaria la realizan en un periodo determinado.

Tabla 12

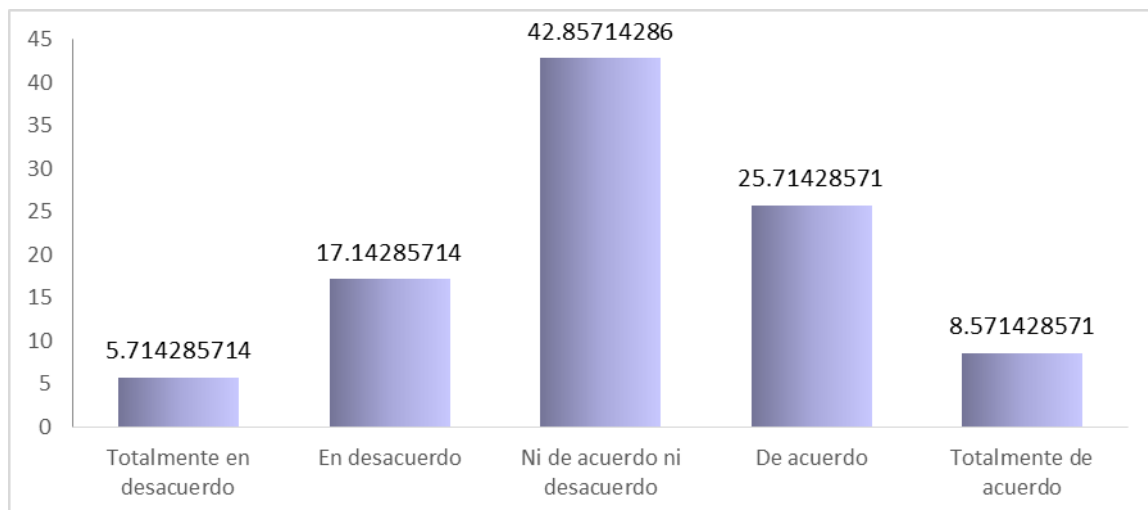
Presentan declaraciones determinativas

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	2	5.7	5.7	5.7
En desacuerdo	6	17.1	17.1	22.9
Ni de acuerdo ni en Válido desacuerdo	15	42.9	42.9	65.7
De acuerdo	9	25.7	25.7	91.4
Totalmente de acuerdo	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Presentaciones de declaraciones determinativas

Gráfico 8

Presentan declaraciones determinativas



Nota el grafico indica: Presentaciones de declaraciones determinativas

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 8: el 5.7% está totalmente en desacuerdo, el 17.1% está en desacuerdo, el 42.9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 25.7% está de acuerdo, finalmente el 8.6% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 9: Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan el pago de obligaciones tributarias para extinguir su deuda tributaria.

Tabla 13

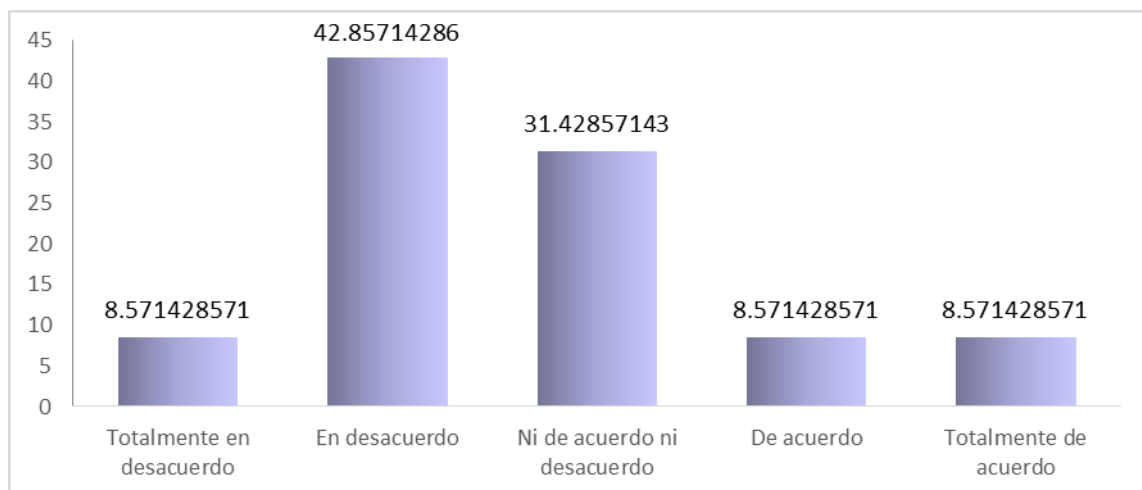
Efectúan el pago de obligaciones tributarias

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	3	8.6	8.6	8.6
En desacuerdo	15	42.9	42.9	51.4
Ni de acuerdo ni en Válido desacuerdo	11	31.4	31.4	82.9
De acuerdo	3	8.6	8.6	91.4
Totalmente de acuerdo	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Efectúan el pago de obligaciones tributarias.

Gráfico 9

Efectúan el pago de obligaciones tributarias



Nota el grafico indica: Efectúan el pago de obligaciones tributarias.

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 9: el 8.6% está totalmente en desacuerdo, el 42.9% está en desacuerdo, el 31.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.6% está de acuerdo, finalmente el 8.6% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 10: Los empresarios del centro comercial el Molino I realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria permitiéndoles dividir en varias partes proporcionales la obligación financiera para así cumplir de forma más eficiente con estas

Tabla 14

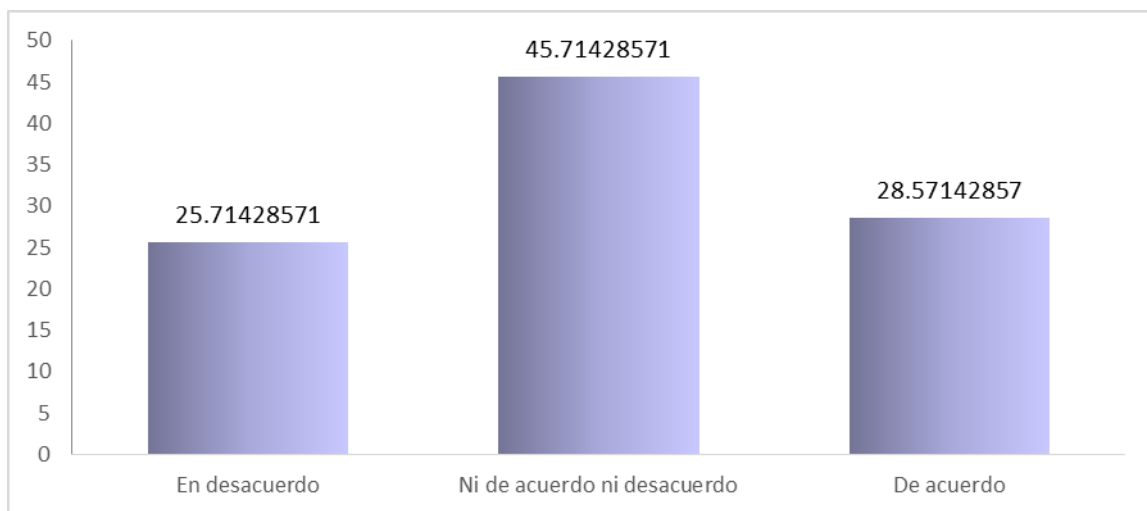
Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria

	Encuestados	%	% V	% A
En desacuerdo	9	25.7	25.7	25.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	45.7	45.7	71.4
De acuerdo	10	28.6	28.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria

Gráfico 10

Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria



Nota el gráfico indica: Realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 10: el 25.7% está en desacuerdo, el 45.7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 28.6% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 11: Los empresarios del centro comercial el Molino I establecen sus precios por los bienes o servicios que ofrecen, permitiendo así que otros los adquieran.

Tabla 15

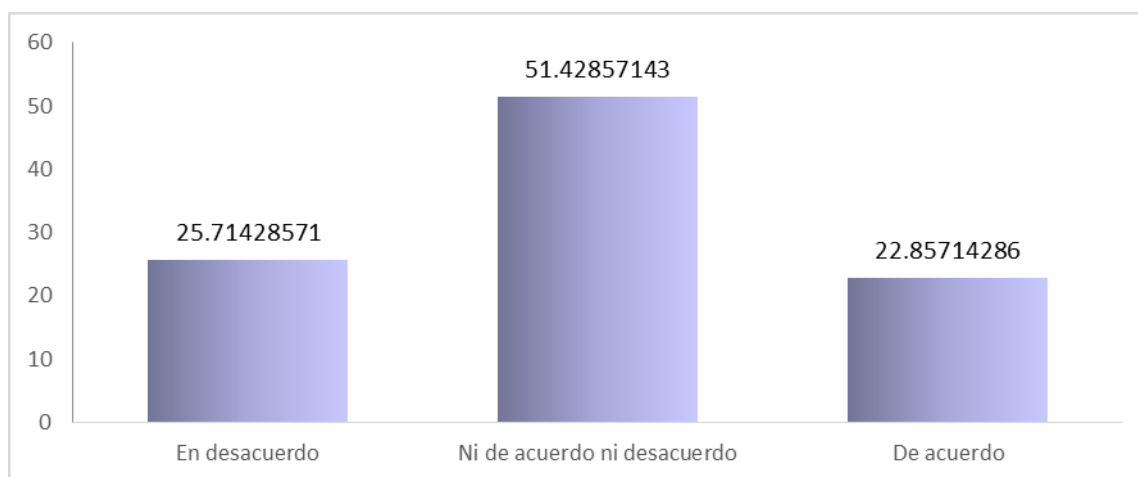
Establecen sus precios por los bienes o servicios

	Encuestados	%	% V	% A
En desacuerdo	9	25.7	25.7	25.7
Ni de acuerdo ni en Válido desacuerdo	18	51.4	51.4	77.1
De acuerdo	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica: Establecen sus precios por los bienes o servicios

Gráfico 11

Establecen sus precios por los bienes o servicios



Nota el grafico indica: Establecen sus precios por los bienes o servicios

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 11: el 25.7% está en desacuerdo, el 51.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 22.9% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 12: Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere el cliente de un producto determinado.

Tabla 16

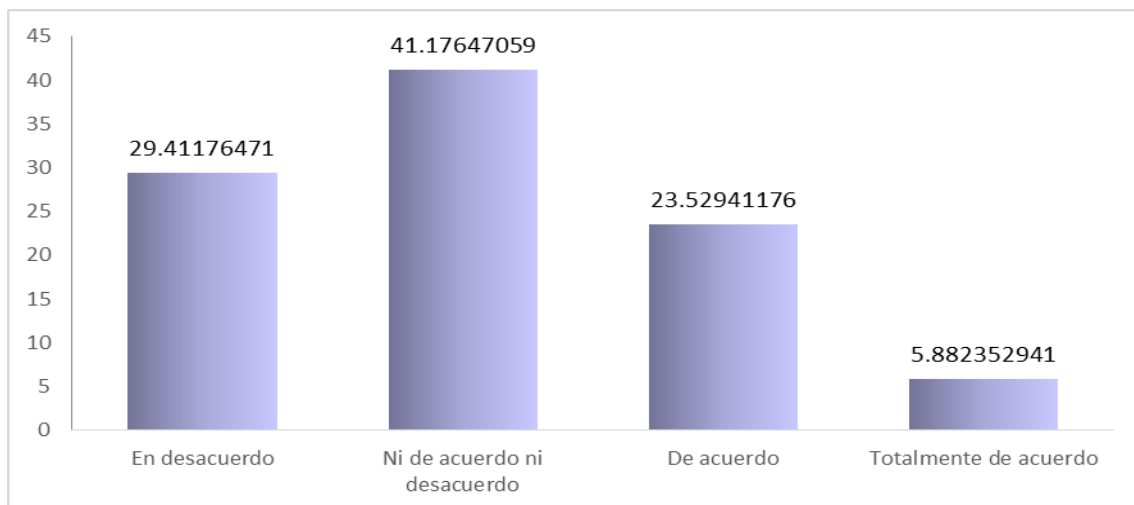
Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere

	Encuestados	%	% V	% A	
Válido	En desacuerdo	10	28.6	29.4	29.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	40.0	41.2	70.6
	De acuerdo	8	22.9	23.5	94.1
	Totalmente de acuerdo	2	5.7	5.9	100.0
	Total	34	97.1	100.0	
Perd. Sistema	1	2.9			
Total	35	100.0			

Nota la tabla indica: Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere

Gráfico 12

Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere



Nota el grafico indica: Determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 12: el 29.4% está en desacuerdo, el 41.1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 23.5% está de acuerdo, finalmente el 5.9% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 13: Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la calidad del bien o servicio que ofrecen De acuerdo a la percepción de los clientes que adquieren el bien o servicio.

Tabla 17

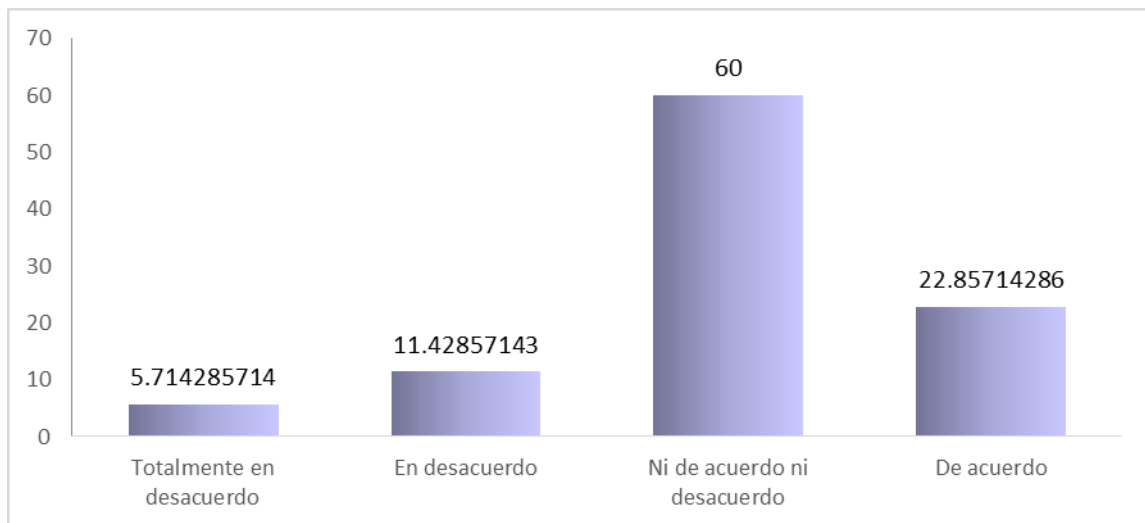
Determinaran la calidad del bien o servicio

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	2	5.7	5.7	5.7
En desacuerdo	4	11.4	11.4	17.1
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	60.0	60.0	77.1
De acuerdo	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica Determinaran la calidad del bien o servicio.

Gráfico 13

Determinaran la calidad del bien o servicio



Nota el grafico indica Determinaran la calidad del bien o servicio.

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 13: el 5.7% está totalmente en desacuerdo, el 11.4% en desacuerdo, el 60% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 22.9% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 14: Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos De_acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.

Tabla 18

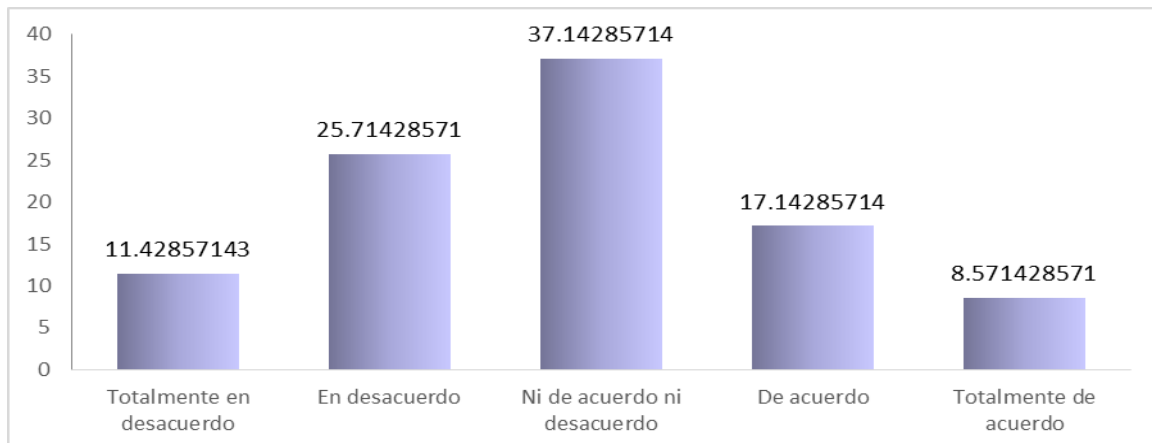
Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	4	11.4	11.4	11.4
En desacuerdo	9	25.7	25.7	37.1
Ni de acuerdo ni en Válido desacuerdo	13	37.1	37.1	74.3
De acuerdo	6	17.1	17.1	91.4
Totalmente de acuerdo	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos.

Gráfico 14

Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos



Nota el grafico indica Sus costos fijos De_acuerdo a los pagos.

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 14: el 11.4% está totalmente en desacuerdo, el 25.7% está en desacuerdo, el 37.1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17.1% está de acuerdo, finalmente el 8.6% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 15: Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos de ventas De acuerdo a los pagos que se efectuaran para la adquisición de mercaderías.

Tabla 19

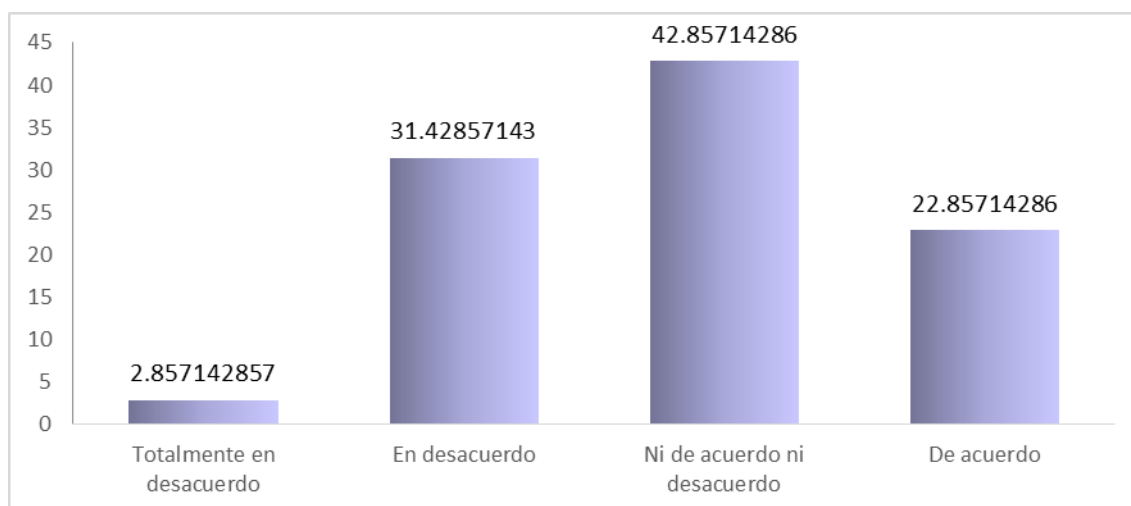
Determinaran sus costos de ventas

	Encuestados	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9
	En desacuerdo	11	31.4	31.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	42.9	42.9
	De acuerdo	8	22.9	22.9
	Total	35	100.0	100.0

Nota la tabla indica Determinaran sus costos de ventas

Gráfico 15

Determinaran sus costos de ventas



Nota el grafico indica Determinaran sus costos de ventas

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 15: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 31.4% en desacuerdo, el 42.9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 22.9% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 16: Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan promociones de sus productos, permitiendo así a sus clientes conocer el bien o servicio a los compradores potenciales.

Tabla 20

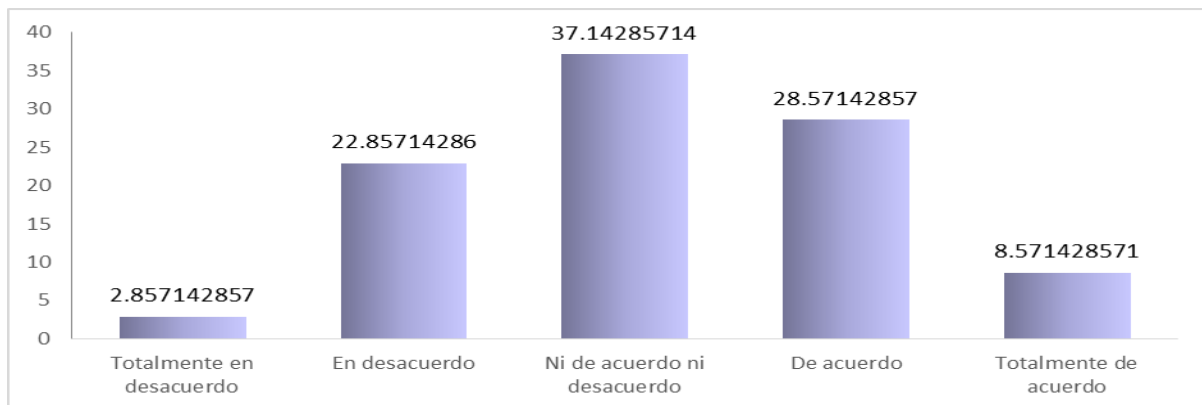
Efectúan promociones de sus productos

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9	2.9
En desacuerdo	8	22.9	22.9	25.7
Ni de acuerdo ni en	13	37.1	37.1	62.9
Válido desacuerdo				
De acuerdo	10	28.6	28.6	91.4
Totalmente de acuerdo	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota el grafico indica Efectúan promociones de sus productos.

Gráfico 16

Efectúan promociones de sus productos



Nota el grafico indica Efectúan promociones de sus productos.

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 16: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 22.9% en desacuerdo, el 37.1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 8.6% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 17: Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.

Tabla 21

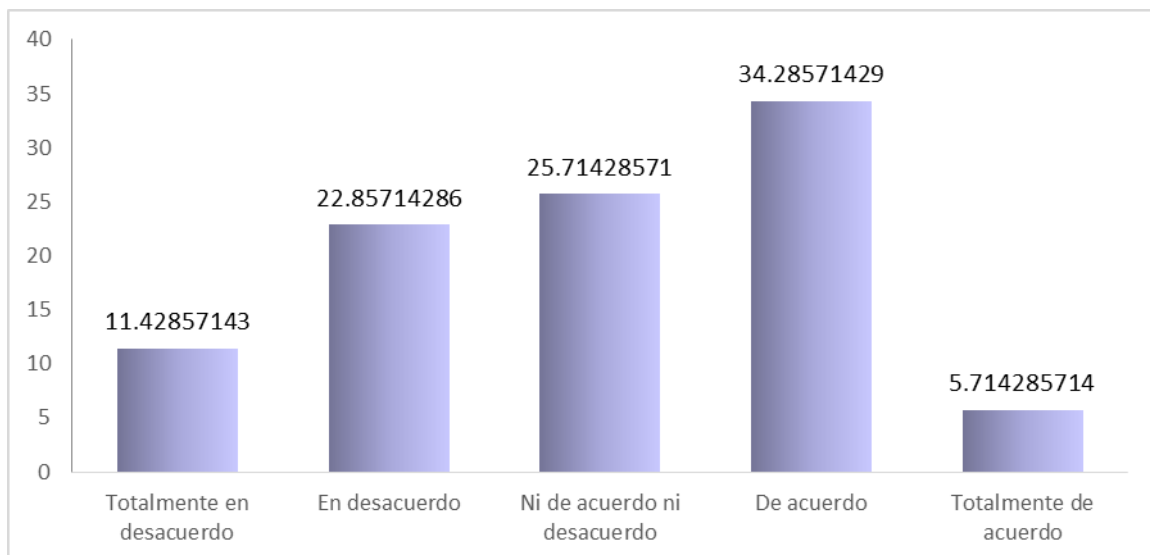
Planteamiento de estrategias

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	4	11.4	11.4	11.4
En desacuerdo	8	22.9	22.9	34.3
Ni de acuerdo ni en Válido desacuerdo	9	25.7	25.7	60.0
De acuerdo	12	34.3	34.3	94.3
Totalmente de acuerdo	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota la tabla indica Planteamiento de estrategias.

Gráfico 17

Planteamiento de estrategias



Nota el gráfico indica Planteamiento de estrategias.

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 17: el 11.4% está totalmente en desacuerdo, el 22.9% está en desacuerdo, el 25.7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 34.3% está de acuerdo, finalmente el 5.7% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 18: Los empresarios del centro comercial el Molino I tiene como competencia a otros empresarios que ofrecen los mismos productos y servicios le permite impulsar a mejorar su servicio y la calidad de sus productos para a sus clientes.

Tabla 22

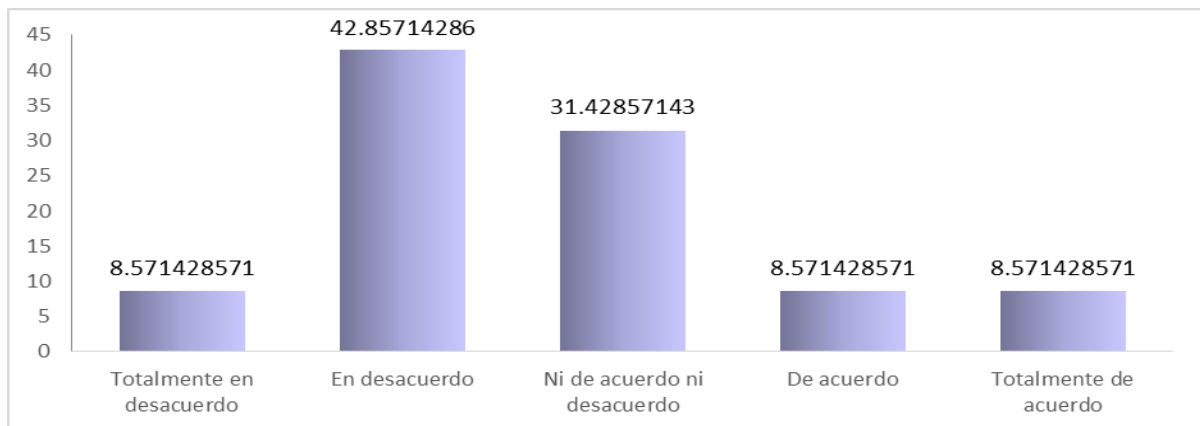
Tiene como competencia a otros empresarios

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	3	8.6	8.6	8.6
En desacuerdo	15	42.9	42.9	51.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	31.4	31.4	82.9
De acuerdo	3	8.6	8.6	91.4
Totalmente de acuerdo	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota el grafico indica Tiene como competencia a otros empresarios

Gráfico 18

Tiene como competencia a otros empresarios



Nota el grafico indica Tiene como competencia a otros empresarios

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 18: el 8.6% está totalmente en desacuerdo, el 42.9% está en desacuerdo, el 31.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.6% está de acuerdo, finalmente el 8.6% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 19: Los empresarios del “Centro comercial el Molino I” toman en cuenta las temporadas del año para según eso ofrecer ciertos productos y servicios De acuerdo al tiempo.

Tabla 23

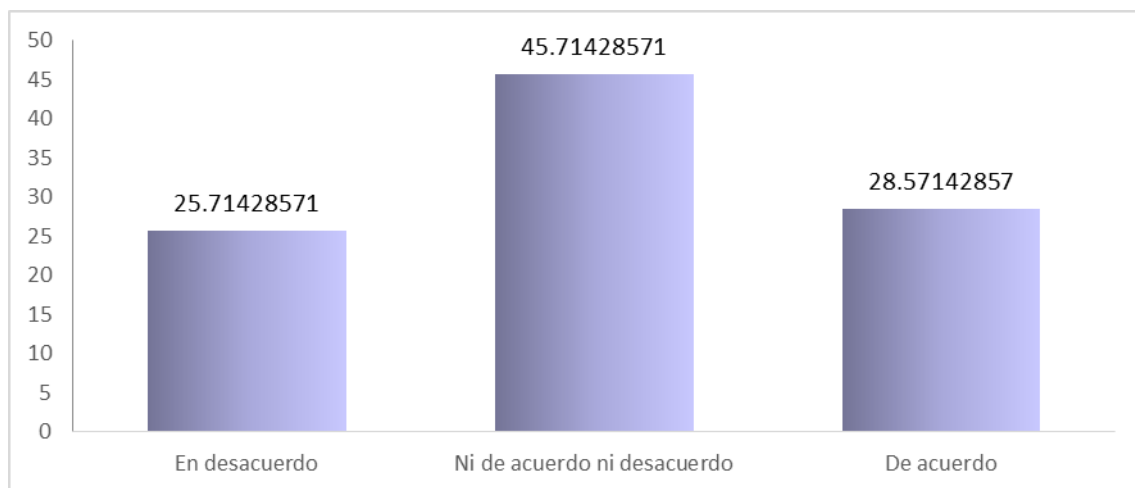
Las temporadas del año

	Encuestados	%	% V	% A
En desacuerdo	9	25.7	25.7	25.7
Ni de acuerdo ni en	16	45.7	45.7	71.4
Válido desacuerdo				
De acuerdo	10	28.6	28.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota el gráfico indica Las temporadas del año

Gráfico 19

Las temporadas del año



Nota el gráfico indica Las temporadas del año

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 19: el 25.7% está en desacuerdo, el 45.7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, finalmente el 28.6% está de acuerdo, dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

Ítem 20': Los empresarios del centro comercial el Molino I ofrecen sus productos y servicios De_acuerdo a las características que reflejan las formas de organización de los pueblos, que determinan sus costumbres, sus tradiciones, su manera de pensar, su cultura, los movimientos de población

Tabla 24

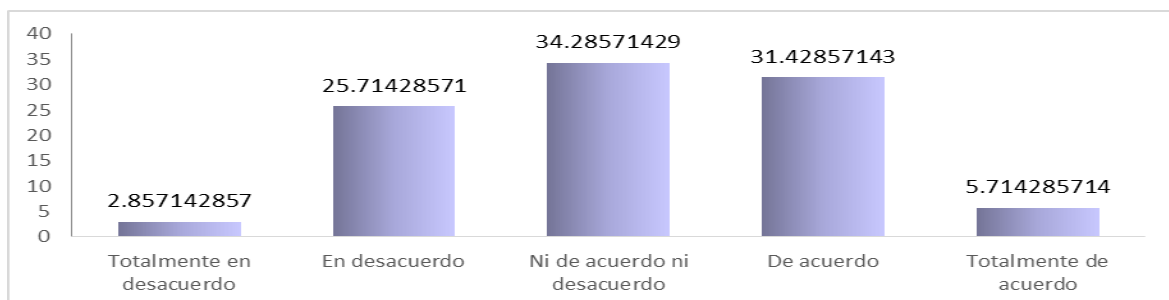
Representan a sus productos y servicios De_acuerdo a las características que reflejan las formas de organización

	Encuestados	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	1	2.9	2.9	2.9
En desacuerdo	9	25.7	25.7	28.6
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	34.3	34.3	62.9
De acuerdo	11	31.4	31.4	94.3
Totalmente de acuerdo	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Nota el grafico indica Características que reflejan los pueblos

Gráfico 20

Representan a sus productos y servicios De_acuerdo a las características que reflejan las formas de organización



Nota el grafico indica Características que reflejan los pueblos

Interpretación

De los colaboradores (35) que fueron encuestados respecto al Ítem 20: el 2.9% está totalmente en desacuerdo, el 25.7% está en desacuerdo, el 34.3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 31.4% está de acuerdo, finalmente el 5.7% está totalmente de acuerdo dándonos la totalidad del 100% de respuestas validas para el estudio.

V. DISCUSIONES

Una vez ya interpretado los resultados que se obtuvieron de procesar los datos iniciaremos el capítulo de la discusión, en este tomaremos en cuenta los antecedentes nacionales e internacionales esto con el objetivo de corroborar las hipótesis y resultados de nuestra investigación, para su desarrollo tomaremos en cuenta el objetivo general que es hallar la relación entre las obligaciones tributarias y entre las ventas de los empresarios del “Centro Comercial el Molino I, tomando en cuenta la prueba de fiabilidad mediante Alfa de Cronbach que el resultado fue de 0. 805 respecto de la segunda variable “ventas”, viendo que el resultado se acerca a la unidad se puede decir que el trabajo de estudio es confiable.

En referencia de los resultados se tuvieron los consiguientes hallazgos, si hay alguna relación significativa entre las Obligaciones tributarias y las ventas de los empresarios del “Centro comercial el Molino I periodo, 2020”, mediante la prueba de correlación de Spearman tuvo un resultado de ($Rho = 0. 868$), nos indica que si hay una correlación positiva.

D.S._N°133-2013-EF El Art. 1º del Código tributario indica que las obligaciones tributarias son las relaciones que existen con el contribuyente y el ente recaudador, establecido por ley, lo que tiene como finalidad cumplir con la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Publicado el 22-06-2013). La obligación tributaria es una relación entre lo jurídico y lo tributario por el deudor y acreedor, las cuales están conformadas por las obligaciones formales referidas a la inscripción e información suministrada a la administración y las obligaciones sustanciales referidas al pago de la deuda tributaria. Alunas de las obligaciones con las que deben cumplir son el registro y actualización de su ficha RUC por otra parte también se tienen que Afiliar a L.E y F.E. por otra parte también se los empresarios deberán de entregar de C/P, llevar libros de contabilidad como efectuar sus declaraciones, pago de tributos, fraccionamiento.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos decir que hay relación significativa entre las obligaciones Tributarias y las ventas. García (2017) Por el término “ventas” se entiende que todas las actividades realizadas para proporcionar a un cliente o a un proveedor ya sea de un bien o un servicio a

cambio de dinero. Así mismo el termino ventas cuenta con varias definiciones, según en el área que se maneje. Una de las definiciones más claras es el intercambio de un bien o servicio por dinero en función al cliente, la oferta y la demanda existente.

La investigación es corroborada por: Burga A. (2016) obtuvo como resultado, que las empresas comerciales no cumplen con sus obligaciones tributarias a falta de un conocimiento tributaria que conlleva a que no haya una adecuada sensibilización en el ámbito ético y en la cultura tributaria ocasionando sanciones e infracciones tributarias y llegando a entrar a la informalidad. Carhuachinchay (2016) llegó a descubrir que para que haya una mejora en el funcionamiento de las MYPE y se genere confianza tanto en los trabajadores, clientes, proveedores, el estado, etc., es necesario que los contribuyentes en este caso los propietarios se capaciten y tengan como características a la diligencia y responsabilidad dando como resultados que cumplan de manera óptima con las obligaciones tributarias que le corresponden. Gómez, K. (2019) Concluyo que para saber si las actividades que se realizaron en la empresa tengan solvencia y se puedan cumplir las obligaciones que tiene la empresa debe de haber rentabilidad.

De los resultados obtenidos en relación a si existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020 para confirmar la información que se obtuvo a través de la primera hipótesis del trabajo de investigación se obtuvo el coeficiente de correlación de Spearman dio un resultado de ($Rho = 0.609$) por lo que se concluye que posee una correlación positiva moderada.

La investigación es corroborada por: Cumpa, y Ordoñez (2018) El resultado al que llegaron los investigadores fue que como parte de ser un contribuyente y a la vez ciudadano aun así no existe esa responsabilidad y deber de ayudar al desarrollo y crecimiento del país, incluso, la SUNAT no es capaz de detectar todas las infracciones a pesar de ya tener ayuda de programas electrónicos también tenemos que las empresas trataran de encontrar muchas maneras para no ocultar cuanto de ingresos en realidad están obteniendo, pero en resumen, a todo este problema se le conoce con el nombre de “informalidad” y para extinguirla es necesario emplear la cultura tributaria, Rafael (2018) El

investigador llegó a la conclusión que no existe una buena conciencia tributaria por parte de los comerciantes porque no cumplen con pagar todos los impuestos que por obligación y responsabilidad deberían de pagar. A consecuencia de ello, se demostró que nuestro país no lleva a cabalidad y no presta la suficiente atención a que se cumplan adecuadamente con las obligaciones formales que tienen los contribuyentes.

Respecto a los resultados obtenidos confirmamos que, si existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020 para confirmar la información que se obtuvo a través de la segunda hipótesis del trabajo de investigación se obtuvo el coeficiente de correlación de Spearman dio un resultado de ($Rho = 0.553$) por lo que se concluye que posee una correlación positiva moderada.

La investigación es confirmada por: Burga A. (2016) El investigador obtuvo como resultado, que las empresas comerciales no cumplen con sus obligaciones tributarias a falta de un conocimiento tributaria que conlleva a que no haya una adecuada sensibilización en el ámbito ético y en la cultura tributaria ocasionando sanciones e infracciones tributarias y llegando a entrar a la informalidad. Moreira (2018) Donde concluye que no se cumplen correctamente las obligaciones fiscales porque no aprendieron sobre la cultura tributaria. Lucas y Párraga (2016) Se llegó a descubrir que la falta de dinero, conocimiento, información incompleta y tiempo son aquellos factores que afectan de manera negativa al cumplimiento de las obligaciones tributarias ocasionando un baja ingreso de tributos en el estado ecuatoriano por resultado de las multas económicas, clausuras de negocios suspensión temporal de actividades, hasta llegar a las acciones coactivas.

Respecto a los resultados obtenidos sobre si existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, periodo 2020 para confirmar la información que se obtuvo a través de la tercera hipótesis del trabajo de investigación se obtuvo el coeficiente de correlación de Spearman dio un resultado de ($Rho = 0.609$) por lo que se concluye que posee una correlación positiva moderada

La investigación es reconocida por: Chambilla (2019) El investigador obtuvo como resultados que, es de mucha importancia que los contribuyentes tengan el conocimiento necesario sobre cultura tributaria pues hasta desconocen en que régimen pertenecen y además de que casi nunca llegan a escuchar sobre los programas de sensibilización para cumplir con las obligaciones tributarias y conocer sobre las sanciones e infracciones que podría dañar negativamente a su negocio.

VI. CONCLUSIONES

Según a los resultados obtenido podemos decir que:

1. Se concluye que, si existe relación significativa entre las obligaciones tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, esto se confirmó por la prueba realizada de correlación Spearman que el resultado fue de ($Rho=0.868$) según a eso podemos confirmar que existe una correlación positiva alta, lo cual significa que mientras que los empresarios cumplan adecuadamente con sus obligaciones tributarias, estos se reflejaran en su nivel de ventas de forma real.
2. Se concluye que, si existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del “Centro comercial el Molino I”, esto se confirmó por la prueba realizada de correlación Spearman que el resultado fue de ($Rho=0.659$) según a eso podemos confirmar que existe una correlación positiva moderada, lo cual significa que mientras que los empresarios tengan un adecuado vinculo jurídico, estos se reflejaran en su nivel de ventas de forma real.
3. Se concluye que, si. Existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, esto se confirmó por la prueba realizada de correlación Spearman que el resultado fue de ($Rho=0.553$) según a eso podemos confirmar que existe una correlación positiva moderada, lo cual significa que mientras que los empresarios cumplan adecuadamente con sus obligaciones formales, estos se reflejaran en su nivel de ventas de forma real.
4. Se concluye que, si existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I, esto se confirmó por la prueba realizada de correlación Spearman que el resultado fue de ($Rho=0.609$) según a eso podemos confirmar que existe una correlación positiva moderada, lo cual significa que mientras que los empresarios cumplan adecuadamente con sus obligaciones sustanciales, estos se reflejaran en su nivel de ventas de forma real.

VII. RECOMENDACIONES

1. A los empresarios del “Centro Comercial el Molino I” que para que sus ventas se vean reflejadas de manera adecuada será necesario que los comerciantes implementen mecanismos para promover el pago de sus obligaciones tributarias.
2. A los empresarios del “Centro Comercial el Molino I” mantener actualizados sus datos frente a la administración tributaria y así de esta manera mantener el vínculo jurídico que los ayudara a enfrentar futuras contingencias.
3. A los empresarios del “Centro Comercial el Molino I” hacer la entrega de sus comprobantes de pago y llevar los registros contables que les corresponda según su régimen esto con la finalidad de tener un control de sus ingresos.
4. A los empresarios del “Centro Comercial el Molino I” efectuar el pago de sus obligaciones de manera oportuna esto con la finalidad para así de esta manera no caigan en alguna infracción y los sancionen.

BIBLIOGRAFÍA

- Moreira Loor, H. I. (2018). *La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Sociedad Abastecedora del Mercado Central de Jipijapa*. Ecuador - Jipijapa:
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1513/1/UNESUM-ECUADOR-AUDI-2018-62.pdf>.
- Roldán, P. N. (2019). *economipedia.com*. Obtenido de *economipedia.com*:
<https://economipedia.com/definiciones/multa.html>
- Aguayo López, J. M. (2014). La obligación Tributaria y el Pago: Antes del Inicio de la Cobranza Coactiva. en el Legislación Peruana. Apuntos y Disquisiciones. *Derechos & Sociedad: Asociacion Civil*, 239-254.
- Burga Argandoña, M. E. (2016). *CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DEL EMPORIO GAMARRA, 2014*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Carhuachinchay Giron, K. E. (2016). “*Caracterización del cumplimiento de las Obligaciones Tributarias Sustanciales Y Formales de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Compras Ventas de Abarrotes en el mercado Centenario del Distrito de Huacho-Huaura, 2015*”. Lima:
http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1125/TRIBUTOS_OBLIGACIONES_SUSTANTIVAS_CARHUACHINCHAY_GIRON_KARIN_ELITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/1125/TRIBUTOS_OBLIGACIONES_SUSTANTIVAS_CARHUACHINCHAY_GIRON_KARIN_ELITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la Investigación Científica* (Vol. 2da Edición). Lima Peru: San Marcos.

- Castells, M. A. (2016). *Dinamización de las ventas: el proceso comercial*. España: ESIC Editorial.
- Chambilla, M. (2019). *Cultura Tributaria Y El Cumplimiento De Obligaciones Tributarias En Las Boticas De La Ciudad De Tacna 2018*. Tacna: <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/765/1/Chambilla-Ramirez-Araceli.pdf>.
- Cumpa Huanillo, I. T., & Ordoñez Montalván, L. E. (2018). *Cultura Tributaria Y Sus Efectos Financieros Y Tributarios En La Empresa Importaciones Pegaso S.A.C. En El Año 2015*". Chiclayo: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1364/1/TL_CumpaHuanilloIngrid_Ordo%C3%B1ezMontalvanLucia.pdf.
- D.S. 133-2013-EF. (2013). Código tributario. Lima.
- De La Parra, E. &. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Mexico: Panorama Editorial.
- García Bobadilla, L. M. (2017). *Ventas*. España: ESIC Editorial.
- Gardey, A., & Pérez Porto, J. (2016). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/actualizacion/>
- Gómez Armijos , K. Y. (2019). "*Liquidez Y Rentabilidad De La Empresa " Comercial Guamantex" Del Cantón Arenillas: Una Visión Desde La Planificación Presupuestaria*". Machala - Ecuador: http://186.3.32.121/bitstream/48000/14897/1/T-3167_GOMEZ%20ARMIJOS%20KATHERINE%20YOMAR.pdf .
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6TA Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Jiménez Bolaños, J. (2013). "La obligación civil romana y las garantías del derecho de crédito". *Revista Judicial*, 13. Obtenido de <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r31073.pdf>

- JLC. (2019). *jlcauditors.com*. Obtenido de *jlcauditors.com*:
<https://jlcauditors.com/que-son-los-registros-contables/>
- León, F. J. (2013). La Obligación Tributaria y los Deberes. *Derecho y Sociedad*, 79.
- Lindao Beltrán, R. E., & López Castro, D. M. (2018). *Gestión Tributaria Del Isd En La Rentabilidad De La Compañía Frasco S.A. Frascosa 2013-2017*. Guayaquil-Ecuador:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42097/1/GESTION%20TRIBUTARIA%20DEL%20ISD%20EN%20LA%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20COMPA%20FRASCO%20S.A.%20FRASCOSA%202013-2017.pdf>.
- Lucas Zamora, E. O., & Párraga Vélez, M. H. (2016). "Análisis De Los Factores Que Incidieron En El Incumplimiento De Las Obligaciones Tributarias En El Cantón Bolívar Durante El Año 2014". Cálcuta-Ecuador:
<http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/466/1/TAP68.pdf>.
- Merino, M., & Pérez Porto, J. (2014). *Definicion.de*. Obtenido de *Definicion.de*:
<https://definicion.de/declaracion/>
- Pérez Buenaño, L. C. (2017). *El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias*. Ambato:
<https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4620/1/TESIS-LUZ%20CARMITA%20PEREZ%20BUENA%20C3%91O.pdf>.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2014). *Definición de Obligación tributaria*. Obtenido de <https://definicion.de/obligacion-tributaria/>
- Pérez, M. (20 de 06 de 2021). *ConceptoDefinicion*. Obtenido de *ConceptoDefinicion*: <https://conceptodefinicion.de/precio/>
- Pico Zúñiga, F. A. (2014). "Obligación - vínculo jurídico ayer, hoy y siempre". *Universitas estudiantes*, 338-340. Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44872/16%20obligaci%C3%B3n.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Quiroa, M. (2020). *Economipedia.co*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/m-quiroya>

Rafael Pari, J. B. (2018). *“Cultura Tributaria Y Su Repercusión En El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias De Los Comerciantes De Calzados Juliaca 2017”*. Juliaca: <https://core.ac.uk/download/pdf/249337344.pdf>.

Rafael Pari, J. B. (2018). *“Cultura Tributaria Y Su Repercusión En El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias De Los Comerciantes De Calzados Juliaca 2017”*. Juliaca: <https://core.ac.uk/download/pdf/249337344.pdf>.

SUNAT. (2019). *Portal de la SUNAT*. Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/libro1/libro.pdf>

Trujillo, S. P. (2015). *La Obligación Tributaria Origen, Determinación y Extinción*. Bogotá: Universidad de San Buenaventura. Obtenido de Portal: https://www.academia.edu/36786100/LA_OBLIGACION_TRIBUTARIA

Ucha, F. (2010). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/politica/afiliacion.php>

Westreicher, G. (06 de 08 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/registro.html>

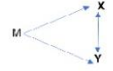
Westreicher, G. (12 de 08 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia : <https://economipedia.com/definiciones/fraccionamiento.html>

ANEXOS

ANEXO III

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Obligaciones tributarias y su relación con las ventas de los empresarios del Centro Comercial el Molino I, periodo 2020

Problema general	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología
¿Cuál es la relación entre las Obligaciones Tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020?	Determinar la relación entre las Obligaciones Tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Existe relación significativa entre las Obligaciones Tributarias y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Variable X Obligaciones Tributarias	TIPO: Básico NIVEL: Correlacional
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	ENFOQUE
¿Cuál es la relación entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo 2020?	Determinar la relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Existe relación significativa entre el vínculo jurídico y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Vínculo tributario Obligaciones formales Obligaciones sustanciales	Cuantitativo METODO: Deductivo DISEÑO: No experimental
¿Cuál es la relación entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020?	Determinar la relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Existe relación significativa entre las obligaciones formales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Variable X ventas	Transversal
¿Cuál es la relación entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020?	Determinar la relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Existe relación significativa entre las obligaciones sustanciales y las ventas de los empresarios del centro comercial el Molino I periodo, 2020	Dimensiones Cliente Oferta Demanda	
				POBLACION:
				MUESTRA
				ANALISIS DE DATOS SPSS Versión 26

Elaboración Propia

ANEXO IV

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título: Obligaciones tributarias y su relación con las ventas de los empresarios del Centro Comercial el Molino I, periodo 2020

Variable Nominal	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	N° Ítems			
Obligaciones tributarias	D.S. N°133-2013-EF El artículo 1° del código tributario establece que la obligación tributaria es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Publicado el 22-06-2013)	La obligación tributaria es el vínculo jurídico y tributario que se da entre el deudor y acreedor, las cuales están conformadas por las obligaciones formales referidas a la inscripción e información suministrada a la administración y las obligaciones sustanciales referidas al pago de la deuda tributaria	Vínculo jurídico	Registro	1			
				Actualización	2			
				Afiliación a L.E y F.E	3			
					4			
			Obligaciones formales				Entrega de C/P	5
							Llevar libros de contabilidad	6
							Declaraciones	7
								8
							Obligaciones sustanciales	9
							Fraccionamiento	10

Fuente D.S. N°133-2013-

Nota Texto Único Ordenado del Código Tributario D.S. N°133-2013-EF

Variable Y	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	N° Ítems			
Ventas	García (2017) El término «ventas» comprende todas las actividades necesarias para proveer a un cliente o empresa de un producto o servicio a cambio de dinero.	El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero en función a el cliente, la oferta y la demanda existente	Cliente	Precio	11			
				Cantidad	12			
				Calidad	13			
			Oferta				Costos	14
							Promociones	15
							Estrategias	16
								17
			Demanda				Competencia	18
							Temporada	19
							Aspectos sociales	20

Fuente García (2017)

Nota: En su libro titulado "Ventas" de García (2017)

ANEXO V

Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y VENTAS

Cuestionario para el recojo de información acerca: "Obligaciones Tributarias Y Su Relación Con Las Ventas De Los Empresarios Del Centro Comerciale El Molino, Cusco Periodo 2020"

OPCIONES DE RESPUESTA:

TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI EN ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5

Variable 1 – Obligaciones Tributarias							
Dimensiones	ítem	Cuestionario	1	2	3	4	5
vínculo jurídico	1	Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen la ficha de registro de RUC, para lograr cumplir con sus obligaciones tributarias.					
	2	Los empresarios del centro comercial el Molino I mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias.					
	3	Los empresarios del centro comercial el Molino I se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables que les permitirá llevar un mejor control de la información contable con incidencia tributaria.					
	4	Los empresarios del centro comercial el Molino I tienen implementado el sistema electrónico de facturas electrónicas para determinar de forma más eficiente su obligación tributaria					
obligaciones formales	5	Los empresarios del centro comercial el Molino I emiten comprobantes de pago que les permitan acreditar las transacciones de las ventas que realizan.					
	6	Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen libros contables que llevan que les permite registrar las actividades económicas que realizan.					
	7	Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones informativas que les permitirá informar sobre sus operaciones con terceros a la a pedido de las Administración Tributaria.					
	8	Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones determinativas para determinar su deuda tributaria la realizan en un periodo determinado					
obligaciones sustanciales	9	Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan el pago de obligaciones tributarias para extinguir su deuda tributaria.					
	10	Los empresarios del centro comercial el Molino I realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria permitiéndoles dividir en varias partes proporcionales la obligación financiera para así cumplir de forma más eficiente con estas..					

Variable 2 – Obligaciones Tributarias							
Dimensiones	ítem	Cuestionario	1	2	3	4	5
Ciente	10	Los empresarios del centro comercial el Molino I establecen sus precios por los bienes o servicios que ofrecen, permitiendo así que otros los adquieran.					
	11	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere el cliente de un producto determinado.					
	12	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la calidad del bien o servicio que ofrecen de acuerdo a la percepción de los clientes que adquieren el bien o servicio					
Oferta	13	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.					
	14	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos de ventas de acuerdo a los pagos que se efectuaran para la adquisición de mercaderías.					
	15	Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan de forma promociones de sus productos, permitiendo así a sus clientes conocer el bien o servicio a los compradores potenciales					
	16	Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.					
Demanda	17	Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.					
	18	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.					
	19	Los empresarios del centro comercial el Molino I toman en cuenta las temporadas del año para según eso ofrecer ciertos productos y servicios de acuerdo a el tiempo.					
	20	Los empresarios del centro comercial el Molino I ofrecen sus productos y servicios de acuerdo a las características que reflejan las formas de organización de los pueblos, que determinan sus costumbres, sus tradiciones, su manera de pensar, su cultura, los movimientos de población.					

Anexos VI

CARTAS DE VALIDACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Collahua Enciso Jorge

Presente

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

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la escuela contabilidad de la UCV, en la sede de Callao, promoción 2021-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador público.

El título del proyecto de investigación es: **“Obligaciones Tributarias Y Su Relación Con Las Ventas De Los Empresarios Del Centro Comerciale El Molino, Cusco Periodo 2020”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz instrumental
- El Instrumento
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Apellidos y Nombres:

DNI:

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ““OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMÉRCIALE EL MOLINO I, CUSCO PERIODO 2020”

MD= Muy en desacuerdo D= desacuerdo A= Acuerdo MA= Muy de acuerdo

Variable 1: Obligaciones Tributarias

Nº	Dimensiones	ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	vínculo jurídico	Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen la ficha de registro de RUC, para lograr cumplir con sus obligaciones tributarias.			X				X				X		
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias.			X			X				X			
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables que les permitirá llevar un mejor control de la información contable con incidencia tributaria.			X			X				X			
4		Los empresarios del centro comercial el Molino I tienen implementado el sistema electrónico de facturas electrónicas para determinar de forma más eficiente su obligación tributaria			X			X				X			
5	obligaciones formales	Los empresarios del centro comercial el Molino I emiten comprobantes de pago que les permitan acreditar las transacciones de las ventas que realizan.			X			X				X			
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen libros contables que llevan que les permite registrar las actividades económicas que realizan.			X			X				X			
7		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones informativas que les permitirá informar sobre sus operaciones con terceros a la a pedido de las Administración Tributaria.			X			X				X			
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones determinativas para determinar su deuda tributaria la realizan en un periodo determinado			X			X				X			
9	obligaciones sustanciales	Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan el pago de obligaciones tributarias para extinguir su deuda tributaria.			X			X				X			
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria permitiéndoles dividir en varias partes proporcionales la obligación financiera para así cumplir de forma más eficiente con estas.			X			X				X			

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ““OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMÉRCIAL EL MOLINO I, CUSCO PERIODO 2020”

MD= Muy en desacuerdo D= desacuerdo A= Acuerdo MA= Muy de acuerdo

Variable 2: Ventas

N°	Dimensiones	Ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	Cliente	Los empresarios del centro comercial el Molino I establecen sus precios por los bienes o servicios que ofrecen, permitiendo así que otros los adquieran.			X				X				X		
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinan la cantidad por el número de unidades que adquiere el cliente de un producto determinado.													
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinan la calidad del bien o servicio que ofrecen de acuerdo a la percepción de los clientes que adquieren el bien o servicio			X				X				X		
4	Oferta	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinan sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuarán para el desarrollo sus actividades económicas.			X				X				X		
5		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinan sus costos de ventas de acuerdo a los pagos que se efectuarán para la adquisición de mercaderías.													
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan de forma promociones de sus productos, permitiendo así a sus clientes conocer el bien o servicio a los compradores potenciales			X				X				X		
7	Demanda	Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.			X				X				X		
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinan sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuarán para el desarrollo sus actividades económicas.													
9		Los empresarios del centro comercial el Molino I toman en cuenta las temporadas del año para según eso ofrecer ciertos productos y servicios de acuerdo a el tiempo.													
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I ofrecen sus productos y servicios de acuerdo a las características que reflejan las formas de organización de los pueblos, que determinan sus costumbres, sus tradiciones, su manera de pensar, su cultura, los movimientos de población.			X				X			X			

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Collahuá Enciso Jorge

DNI: 06136386

Especialidad del validador: .. Finanzas

22. de Julio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** 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





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Dr. MANUEL ALBERTO ESPINOZA CRUZ

Presente

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

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la escuela contabilidad de la UCV, en la sede de Callao, promoción 2021-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador público.

El título del proyecto de investigación es: **“Obligaciones Tributarias Y Su Relación Con Las Ventas De Los Empresarios Del Centro Comerciale El Molino, Cusco Periodo 2020”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz instrumental
- El Instrumento
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Apellidos y Nombres:

DNI:

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ““OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMERCIAL EL MOLINO I, CUSCO PERIODO 2020”

MD= Muy en desacuerdo D= desacuerdo A= Acuerdo MA= Muy de acuerdo

Variable 1: Obligaciones Tributarias

Nº	Dimensiones	items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	vinculo juridico	Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen la ficha de registro de RUC, para lograr cumplir con sus obligaciones tributarias.			X			X				X			
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias.			X			X				X			
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables que les permitirá llevar un mejor control de la información contable con incidencia tributaria.			X			X				X			
4		Los empresarios del centro comercial el Molino I tienen implementado el sistema electrónico de facturas electrónicas para determinar de forma más eficiente su obligación tributaria			X			X				X			
5	obligaciones formales	Los empresarios del centro comercial el Molino I emiten comprobantes de pago que les permitan acreditar las transacciones de las ventas que realizan.			X			X				X			
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen libros contables que llevan que les permite registrar las actividades económicas que realizan.			X			X				X			
7		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones informativas que les permitirá informar sobre sus operaciones con terceros a la a pedido de las Administración Tributaria.			X			X				X			
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones determinativas para determinar su deuda tributaria la realizan en un periodo determinado			X			X				X			
9	obligaciones sustanciales	Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan el pago de obligaciones tributarias para extinguir su deuda tributaria.			X			X				X			
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria permitiéndoles dividir en varias partes proporcionales la obligación financiera para así cumplir de forma más eficiente con estas.			X			X				X			

Variable 2: Ventas

N°	Dimensiones	items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	Cliente	Los empresarios del centro comercial el Molino I establecen sus precios por los bienes o servicios que ofrecen, permitiendo así que otros los adquieran.			X				X				X		
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere el cliente de un producto determinado.													
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la calidad del bien o servicio que ofrecen de acuerdo a la percepción de los clientes que adquieren el bien o servicio			X				X				X		
4	Oferta	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.											X		
5		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos de ventas de acuerdo a los pagos que se efectuaran para la adquisición de mercaderías.			X				X						
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan de forma promociones de sus productos, permitiendo así a sus clientes conocer el bien o servicio a los compradores potenciales			X				X				X		
7	Demanda	Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.											X		
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.			X				X				X		
9		Los empresarios del centro comercial el Molino I toman en cuenta las temporadas del año para según eso ofrecer ciertos productos y servicios de acuerdo a el tiempo.												X	
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I ofrecen sus productos y servicios de acuerdo a las características que reflejan las formas de organización de los pueblos, que determinan sus costumbres, sus tradiciones, su manera de pensar, su cultura, los movimientos de población.			X				X				X		

Observaciones: NINGUNA
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Espinoza Cruz, Manuel Alberto

DNI: 07272718
Especialidad del validador: METODÓLOGO CONTABLE

N° de años de Experiencia profesional: 30

21 de 07 del 2021
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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


Firma del Experto Informante.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: MG. HUGO EMILIO GALLEGOS MONTALVO

Presente

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

Es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de la escuela contabilidad de la UCV, en la sede de Callao, promoción 2021-1, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Contador público.

El título del proyecto de investigación es: **“Obligaciones Tributarias Y Su Relación Con Las Ventas De Los Empresarios Del Centro Comerciale El Molino, Cusco Periodo 2020”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema finanzas y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Matriz instrumental
- El Instrumento
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

Apellidos y Nombres:

DNI:

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: ““OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS DE LOS EMPRESARIOS DEL CENTRO COMÉRCIALE EL MOLINO I, CUSCO PERIODO 2020”

MD= Muy en desacuerdo D= desacuerdo A= Acuerdo MA= Muy de acuerdo

Variable 1: Obligaciones Tributarias

Nº	Dimensiones	Ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	vínculo jurídico	Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen la ficha de registro de RUC, para lograr cumplir con sus obligaciones tributarias.			X				X				X		
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I mantienen actualizados sus datos de su ficha RUC para cumplir con sus obligaciones tributarias.			X				X				X		
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I se encuentran afiliados a un sistema electrónico de libros y registros contables que les permitirá llevar un mejor control de la información contable con incidencia tributaria.			X				X				X		
4		Los empresarios del centro comercial el Molino I tienen implementado el sistema electrónico de facturas electrónicas para determinar de forma más eficiente su obligación tributaria			X				X				X		
5	obligaciones formales	Los empresarios del centro comercial el Molino I emiten comprobantes de pago que les permitan acreditar las transacciones de las ventas que realizan.			X				X				X		
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I poseen libros contables que llevan que les permite registrar las actividades económicas que realizan.			X				X				X		
7		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones informativas que les permitirá informar sobre sus operaciones con terceros a la a pedido de las Administración Tributaria.			X				X				X		
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I presentan declaraciones determinativas para determinar su deuda tributaria la realizan en un periodo determinado			X				X				X		
9	obligaciones sustanciales	Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan el pago de obligaciones tributarias para extinguir su deuda tributaria.			X				X				X		
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I realizan el fraccionamiento de la deuda tributaria permitiéndoles dividir en varias partes proporcionales la obligación financiera para así cumplir de forma más eficiente con estas.			X				X				X		

Variable 2: Ventas

Nº	Dimensiones	items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
			MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
1	Cliente	Los empresarios del centro comercial el Molino I establecen sus precios por los bienes o servicios que ofrecen, permitiendo así que otros los adquieran.			X			X				X			
2		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la cantidad por el número de unidades que adquiere el cliente de un producto determinado.													
3		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran la calidad del bien o servicio que ofrecen de acuerdo a la percepción de los clientes que adquieren el bien o servicio			X			X				X			
4	Oferta	Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.			X			X				X			
5		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos de ventas de acuerdo a los pagos que se efectuaran para la adquisición de mercaderías.													
6		Los empresarios del centro comercial el Molino I efectúan de forma promociones de sus productos, permitiendo así a sus clientes conocer el bien o servicio a los compradores potenciales			X			X				X			
7	Demanda	Los empresarios del centro comercial el Molino I plantean estrategias que le permitan lograr incrementar su nivel de ventas.			X			X				X			
8		Los empresarios del centro comercial el Molino I determinaran sus costos fijos de acuerdo a los pagos que se efectuaran para el desarrollo sus actividades económicas.													
9		Los empresarios del centro comercial el Molino I toman en cuenta las temporadas del año para según eso ofrecer ciertos productos y servicios de acuerdo a el tiempo.													
10		Los empresarios del centro comercial el Molino I ofrecen sus productos y servicios de acuerdo a las características que reflejan las formas de organización de los pueblos, que determinan sus costumbres, sus tradiciones, su manera de pensar, su cultura, los movimientos de población.			X			X			X				

Observaciones (precisar si hay suficiencia):
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y Nombres del juez validador: Mg Cpc Hugo Gallegos Mmontalvo

Especialidad del validador: MAESTRIA EN CONTABILIDAD CON MENCIÓN EN AUDITORÍA

No aplicable []
DNI: 07817994
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

20 de julio del 2021

Firma del Experto Informante.

ANEXO VII

DOCUMENTO DE AUTORIZACION

Centro Comercial
EL MOLINO I
Fuerza vendedora del Sur del Perú



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACION PARA EFECTOS DE INVESTIGACION

Yo **Wilder flores meza** identificado con DNI N° **23994623** como Presidente de la junta de los propietarios del **centro comercial el Molino I** con RUC N° **20527128405** con domicilio fiscal del distrito de Santiago cusco **AUTORIZO** el usos de la información siguiente: toma de encuesta a los comerciantes del centro comercial el molino I para el desarrollo de su investigación a la Señorita: Lizbeth Marcia Quispe Gómez identificada con DNI N°46361168, estudiante de la Carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación / tesis considerando que:

Puede mencionar el nombre de la empresa y debe mantener en estricta reserva el nombre comercial, razón social o cualquier logotipo de la empresa.

Lima, 07 de julio del 2021

Firma y sello del Representante legal o
directivo de la empresa
Fecha: 07 - 07-21
DNI: 23994623

Yo estudiante **de** la Carrera Profesional de Contabilidad declaro que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario acepto ser sometido al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.

BASE DE DATOS

Obligaciones Tributarias										Ventas									
Vinculo juridico				Obligaciones formales				Obligaciones sustanciales		Cliente			Oferta				demanda		
p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20
3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3
4	2	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	1	2	2	1	2	3	4
2	2	2	3	2	4	3	2	1	2	2	2	3	1	4	3	2	1	2	2
2	2	2	3	4	1	2	3	2	3	2	2	3	4	1	1	1	2	3	2
2	2	2	2	4	2	3	1	2	4	2	2	2	4	2	3	1	2	4	2
2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	1	3	2	3	3	2	2
2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2
2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2
3	2	2	3	2	2	2	5	2	3	3	2	3	1	2	2	1	2	3	3
3	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3
4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2
2	4	3	2	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	4
3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4
4	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3
4	2	4	2	2	3	3	3	5	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5
2	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	4
3	4	3	1	4	3	2	3	2	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3
3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3
4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	1	2	3	4	5	3	4	3
3	2	3	2	4	5	4	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3
4	4	3	3	3	2	3	3	1	3	4	4	4	2	2	2	2	1	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	2	4	3	4	3	2	4	2
3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4
3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4
4	5	4	4	4	2	2	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4
3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	1	2	3	4	5	3	3	4
3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4
4	4	3	3	4	3	3	2	1	4	4	4	4	2	2	2	2	1	4	4

ANEXO IX

PRUEBA DE FIABILIDAD

Confiabilidad de la variable Obligaciones Tributarias

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.665	0.673	10

El resultado de la prueba de fiabilidad confirma que el Alfa de Cronbach se aproxima al 1 confirmando que el trabajo de investigación es viable.

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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	26.26	13.958	0.455	0.412	0.619
Ítem 2	26.18	13.119	0.469	0.533	0.609
Ítem 3	26.41	14.492	0.425	0.519	0.628
Ítem 4	26.44	15.890	0.120	0.270	0.673
Ítem 5	26.18	15.119	0.162	0.430	0.673
Ítem 6	26.44	13.951	0.333	0.306	0.639
Ítem 7	26.26	14.261	0.395	0.387	0.629
Ítem 8	26.12	13.804	0.279	0.346	0.654
Ítem 9	26.62	13.031	0.370	0.282	0.632
Ítem10	26.21	14.471	0.324	0.400	0.641

Confiabilidad de la variable Ventas

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.806	0.805	10

El resultado de la prueba de fiabilidad confirma que el Alfa de Cronbach se aproxima al 1 confirmando que el trabajo de investigación es viable.

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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	26.74	27.534	0.505	0.590	0.789
Ítem 2	26.65	26.781	0.468	0.444	0.791
Ítem 3	26.71	29.365	0.223	0.555	0.814
Ítem 4	26.85	24.857	0.506	0.645	0.788
Ítem 5	26.82	27.059	0.493	0.496	0.789
Ítem 6	26.56	23.709	0.744	0.782	0.757
Ítem 7	26.71	25.487	0.431	0.583	0.798
Ítem 8	27.09	24.628	0.591	0.527	0.776
Ítem 9	26.68	28.710	0.316	0.617	0.805
Ítem10	26.56	25.406	0.573	0.523	0.779

ANEXOS X

PRUEBA ESTADISTICA

