

# UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



*“RÉGIMEN DE PERCEPCIONES Y SU RELACIÓN CON LA SITUACIÓN  
ECONÓMICA DE LOS CONTRIBUYENTES DEL NUEVO RUS -  
DISTRITO DE CHILCA, 2016”*

Para Optar el Título Profesional de: CONTADOR PÚBLICO

**AUTOR (ES):** Bach. Lizbet Soledad Llacsá Mendoza

Bach. Susy Romero Arotoma

**ASESOR:** M. Sc. Rómulo Rojas León

**ÁREA DE INVESTIGACIÓN:** Gestión Pública y Fiscalización

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:** Tributación

HUANCAYO - PERÚ - 2017

## **TÍTULO**

**“RÉGIMEN DE PERCEPCIONES Y SU RELACIÓN CON LA SITUACIÓN  
ECONÓMICA DE LOS CONTRIBUYENTES DEL NUEVO RUS - DISTRITO DE  
CHILCA, 2016”**

**ASESOR**

**M. Sc. RÓMULO ROJAS LEÓN**

## **DEDICATORIA**

**A:**

Dios, y a mis padres por sus consejos y su motivación constante, que me han permitido ser una persona de bien, cuyo esfuerzo ha hecho posible para desarrollarme como profesional.

**Lizbet Soledad Llacsá Mendoza**

**A:**

Agradezco a mis padres quien supieron guiarme, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome afrontar las adversidades sin desfallecer en el Intento.

**Susy Romero Arotoma**

## **AGRADECIMIENTO**

Para la culminación de la presente tesis hemos contado con la colaboración de algunas personas, quienes con sus consejos, incentivos y conocimientos, hicieron posible que el grupo de graduados lleguen a dar un logro más, como prueba de esto es la tesis.

A nuestro asesor temático, **M. Sc. RÓMULO ROJAS LEÓN** por su apoyo profesional e incondicional en el desarrollo de la presente tesis.

**Lizbet Soledad Llacsa Mendoza**

**M. Sc. RÓMULO ROJAS LEÓN** por su valioso aporte para la culminación de nuestra tesis, y a nuestros profesores por sus consejos, su ejemplo, conocimientos brindados en nuestro pasó por la Universidad

**Susy Romero Arotoma**

## INDICE

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
INDICE .....	vi
INDICE DE FIGURAS .....	ix
INDICE DE TABLAS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xiii
CAPÍTULO I .....	16
I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	18
1.2.1. Problema General .....	18
1.2.2. Problemas Específicos .....	19
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
1.3.1. Objetivo General .....	19
1.3.2. Objetivos Específicos .....	19
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.4.1. Justificación Teórica .....	20
1.4.2. Justificación Práctica .....	20
1.4.3. Justificación Metodológica .....	21
1.4.4. Justificación Social .....	21
1.4.5. Justificación de Conveniencia .....	21
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.5.1. Delimitación Espacial .....	22
1.5.2. Delimitación Temporal .....	22
1.5.3. Delimitación Conceptual o Temática .....	22
CAPÍTULO II .....	25
II. MARCO TEÓRICO .....	25
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	25
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	25
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	28
2.2. BASES TEÓRICAS .....	32

2.2.1.	Régimen de Percepciones .....	32
A.	Normatividad .....	33
B.	Evasión Tributaria .....	34
C.	Recaudación Fiscal .....	34
2.2.2.	Situación Económica .....	45
A.	Rentabilidad.....	46
B.	Liquidez.....	47
C.	Gestión Comercial .....	47
D.	Bases Legal.....	48
2.3.	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS .....	50
2.4.	HIPÓTESIS Y VARIABLES .....	51
2.4.1.	Hipótesis General.....	51
2.4.2.	Hipótesis Específicas .....	51
2.5.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	52
CAPÍTULO III .....		54
III. METODOLOGÍA .....		54
3.1.	METODO DE INVESTIGACIÓN .....	54
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	55
3.3.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	55
3.4.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	56
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	57
3.5.1.	Población .....	57
3.5.2.	Muestra .....	57
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	59
3.6.1.	Técnicas de Recolección de Datos .....	59
3.6.2.	Instrumentos de Recolección de Datos.....	59
3.6.3.	Validez y Confiabilidad del Instrumento.....	59
3.7.	PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (MODELO) .....	63
CAPÍTULO IV .....		64
IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....		64
4.1.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....	64
4.1.1.	Técnicas de Procesamiento de Datos .....	64

4.1.2. Análisis de Datos .....	64
4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS EN TABLAS Y FIGURAS.....	65
4.2.1. Análisis Descriptivo de la Variable Régimen de Percepciones y su Relación con la Situación Económica de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.....	65
4.2.1.1. Nivel de Régimen de Percepciones .....	65
4.2.1.2. Nivel de Situación Económica .....	72
4.2.2. Estudio Correlación entre el Régimen de Percepciones y la Situación Económica	78
4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	91
CONCLUSIONES .....	95
RECOMENDACIONES .....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	98
ANEXOS .....	100
ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	103
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	104
INSTRUMENTOS USADOS .....	107
BASE DE DATOS .....	109
EVIDENCIAS .....	125



## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Aplicación del Régimen de Percepciones.....	35
Figura 2. Diseño Descriptivo Correlacional .....	56
Figura 3. Resultado de Evaluación del Experto del Instrumento de Investigación Régimen de Percepciones .....	60
Figura 4. Resultado de Evaluación del Experto del Instrumento de Situación Económica .....	60
Figura 5. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Régimen de Percepciones .....	66
Figura 6. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Normatividad.....	67
Figura 7. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Evasión Tributaria .....	69
Figura 8. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Recaudación Fiscal .....	71
Figura 9. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Situación Económica.....	73
Figura 10. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel Rentabilidad.....	74
Figura 11. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Liquidez.....	76
Figura 12. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Gestión Comercial.....	77
Figura 13. Cálculo del Estadístico Hipótesis General.....	81
Figura 14. Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°1 .....	84
Figura 15. Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°2.....	87
Figura 16. Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°3.....	90

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Detalle Del Apéndice 1 – Ley N° 29173 Relación de Bienes Sujetos al Régimen de Percepciones .....	36
Tabla 2: Categorías del Régimen del Nuevo RUS 2016.....	43
Tabla 3: Categorías del Régimen del Nuevo RUS 2017.....	44
Tabla 4: Interpretación de la Magnitud del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento.....	61
Tabla 5: Resumen de Procesamiento de Casos del Instrumento Régimen de Percepciones y el Instrumento Situación Económica .....	62
Tabla 6: Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento Régimen de Percepciones .....	62
Tabla 7: Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento Situación Económica.....	63
Tabla 8: Recuento y Porcentaje del Régimen de Percepciones .....	65
Tabla 9: Recuento y Porcentaje del Nivel de Normatividad.....	67
Tabla 10: Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Evasión Tributaria.....	69
Tabla 11: Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Recaudación Fiscal.....	70
Tabla 12: Recuento y Porcentaje del Nivel de Situación Económica .....	72
Tabla 13: Recuento y Porcentaje del Nivel de Rentabilidad.....	74
Tabla 14: Recuento y Porcentaje del Nivel de Liquidez.....	75
Tabla 15: Recuento y Porcentaje del Nivel de Gestión Comercial .....	77
Tabla 16: Baremo de Interpretación de los Índices de Correlación .....	79
Tabla 17: Correlación Entre el Régimen de Percepciones y la Situación Económica .....	79
Tabla 18: Correlación Entre el Régimen de Percepciones y la Rentabilidad.....	82
Tabla 19: Correlación Entre Régimen de Percepciones con la Liquidez.....	85
Tabla 20: Correlación Entre el Régimen de Percepciones con la Gestión Comercial .....	88

## RESUMEN

La presente investigación realizada hace referencia a la interrogante, ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la situación Económica de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?, por que existe un gran cantidad de contribuyentes, que desconocen del régimen de percepciones por lo cual se sienten afectados en su situación económica.

El Régimen único simplificado – Rus, facilita el cumplimiento de los deberes tributarias, de los minimos y pequeños negociantes , propiciando que aporten al estado peruano . Lo cual permite realizar el pago de un aporte mensual establecido de acuerdo a sus mínimos y máximos ingresos brutos y de las obtenciones mensuales.

El régimen de percepciones , es un sistema de pago adelantado de IGV, que fue creada con una medida temporal para la recaudación de tributos y fizcalizar a los principales agentes de percepción que anteriormente comerciaban demasiado y no cumplian con las declaraciones correspondientes, asi también formalizar a los pequeños comerciantes que no cuentan con RUC.

Donde se describió el objetivo general, en la investigación realizada, determinar la relación existente entre el Régimen de Percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016. La metodología que se trabajó fue una investigación descriptiva, a nivel correlacional, de diseño descriptivo correlacional; las técnicas de recolección de datos empleadas fueron: la entrevista, la encuesta; y los instrumentos de recolección de datos empleados fue la guía de entrevistas, el cuestionario y guías de análisis documental, con el fin de obtener información .

Llegamos a concluir que el régimen de percepciones afecta de manera significativa a los contribuyentes del Nuevo Rus , en su rentabilidad , liquidez y reduce sus ingresos mensuales.

**Palabras Claves:** Régimen de Percepciones, Evasión Tributaria, Recaudación Fiscal, Situación Económica, Rentabilidad, Liquidez, Gestión Comercial

## ABSTRACT

The present investigation makes reference to the question How the Perceptions Regime has relation with the Economic situation of the contributors of the New Rus - District of Chilca, 2016, because there is a great amount of taxpayers, that do not know of the regime Of perceptions by which they feel affected in the economic situation. The simplified Single Regime - Rus facilitates the fulfillment of the tax duties, of the small merchants and producers, favoring that they contribute to the Peruvian state. This allows the payment of a monthly quota set according to its minimum and maximum gross income and monthly acquisitions. The perceptions regime is a system of advanced payment of IGV, which was created with a temporary measure for the collection of taxes and make the main agents of perception that previously traded too much and did not comply with the corresponding declarations, as well as formalize Small traders who do not have RUC. The general objective of the research was to determine the relationship between the Perceptions Regime and the economic situation of the taxpayers of Nuevo Rus - District of Chilca, 2016. The methodology was a descriptive research, at the level Correlational, descriptive, correlational design; The techniques of data collection used were: the interview, the survey; And the instruments of data collection used were interview guide, questionnaire and documentary analysis guides, in order to obtain information. We conclude that the perceptions regime significantly affects New Rus taxpayers in their profitability, liquidity and reduces their monthly income.

**Keywords:** Regime of Perceptions, Tax Evasion, Tax Collection, Economic Situation, Profitability, Liquidity, Commercial Management

## INTRODUCCIÓN

La legislación tributaria en el Perú, implanto el régimen de percepciones en el año 2002 por SUNAT, con Ley N°29173, son pagos adelantados del impuesto general a las ventas, estos pagos adelantados han perjudicado a las empresas y contribuyentes del Nuevo Rus en su situación económica.

En la actualidad existe desconocimiento sobre el uso del régimen de percepciones en los contribuyentes del Nuevo Rus en el Distrito de Chilca, por lo cual afecta en el rendimiento económico de los contribuyentes ya que los pagos mensuales por concepto de percepciones, no son compensados en su totalidad, pagando los impuestos por demás.

Las Percepciones es una estructura de pago adelantado del Impuesto General a las Ventas, a través del cual el ente recaudador (SUNAT), recauda del precio de una venta un monto adicional, el cual deberá ser asumido por el cliente, quien tendrá que realizar dicho de pago sin oposición alguna.

Es por ello, que el presente trabajo se ha desarrollado en cuatro capítulos. En el primer capítulo se desarrolló el planteamiento sistematización y formulación del problema, así también se describió el problema, se formularon los problemas y los objetivos, se justificó la investigación se puso las limitaciones de la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolló el marco teórico, dentro de ello se hizo los antecedentes del estudio, las bases teóricas, se desarrolló los conceptos, se formularon las hipótesis y se hizo la operacionalización de las variables.

Así también, en el tercer capítulo se elaboró la metodología de la investigación, estableciendo el método, tipo, nivel y diseño de la investigación; consecuentemente se precisó la población y muestra de estudio, las técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

En el cuarto capítulo se desarrolla el análisis y discusión de los resultados de la investigación, determinando las técnicas de procesamiento y análisis de datos, la presentación de los resultados mediante tablas y figuras, las hipótesis han sido debidamente contrastadas y se desarrolló la discusión de resultados.

Por último, se finalizó con las conclusiones y recomendaciones, se menciona las referencias bibliográficas que han servido como fuentes para la elaboración de la presente investigación, por otra parte se adjunta los anexos comprendidos por la matriz de consistencia, aspectos éticos de la investigación, glosario de siglas, instrumentos usados, base de datos y las evidencias de la investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **I. PLANTEAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

##### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

El Régimen de Percepciones se ha venido dando desde el año 2002 a nivel del Perú, (La Resolución de Superintendencia N° 128-2002/SUNAT, publicada el 17 de septiembre del 2002), la SUNAT estableció el Régimen de Percepciones del IGV, según (Ley 28053 Percepciones), como los pagos que se adelantan tienen fin recaudatorio, es por ello que las empresas se han visto gravemente afectadas en su situación económica, porque sigue habiendo actualmente el desconocimiento y una errada interpretación de las normas tributarias, que estos pagos adelantados de percepción se debe pagar según cronograma establecido por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT. (Samanamud, 2015)

Los contribuyentes a nivel de toda la ciudad de Huancayo que se encuentren en el régimen único simplificado – aportan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, propiciando que aporten al fisco y éste puede ubicarse en una categoría de acuerdo a su realidad económica; los sistemas de pago adelantado del IGV, en este caso el régimen de percepciones se implantó con el propósito de incrementar el monto de la recaudación de tributos y ampliar la base tributaria con la finalidad de que más personas tributen.



En el Distrito de Chilca, que se encuentran dentro de la ciudad de Huancayo Los contribuyentes del régimen único simplificado –, también se facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias, propiciando que aporten al fisco, con la finalidad de que más personas tributen.

Pero en los últimos años sea visto que al aplicar el régimen de percepciones en contribuyentes del afectan de forma considerable la situación económica de las empresas es decir, resta su liquidez y reduce sus ganancias, no realizan una buena utilización de las percepciones, esto debido a que no tienen los conocimientos adecuados sobre el tema de Régimen de Percepciones, debido a que no reciben capacitaciones constantes por la SUNAT ni orientación de un contador ya que no están obligados a llevar contabilidad es por eso que los contribuyentes llevan su propio control de sus ingresos y egresos de su negocio , para que puedan deducir sus pagos mensuales de acuerdo a la categoría, por lo tanto siendo desconocedores de este régimen , no piden las devoluciones correspondientes , ni compensación a su pagos mensuales.

Lo cual trae consecuencias que inciden en el rendimiento económico de los contribuyentes. Para hacer de conocimiento Según la reforma tributaria N°1270 para enero del 2017 desapareció las categorías 3 ,4 y 5 del Nuevo Rus, solo quedarán la categoría uno y dos, a pesar de esta reforma tributaria los contribuyentes del Nuevo Rus, seguirán siendo afectados por este régimen de percepciones en la situación económica.

Es por ello si aplicamos el Régimen de percepciones mediante Ley, Decreto Supremo y normas tributarias a los sujetos del régimen único simplificado, tendrá una incidencia negativa en su situación económica.

Los resultados que se puede obtener de la investigación realizada contribuirán a asumir de manera responsable la planificación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus , para evitar su insuficiencia de liquidez, y por otro lado al estado para que pueda mejorar los regímenes de pagos adelantados con el finalidad de tener garantizado el desarrollo del presupuesto nacional.

La investigación realizada está dirigida a los contribuyentes que pertenecen al Régimen Único Simplificado- que prácticamente tienen poco conocimiento acerca del régimen de percepciones y su aplicación , es necesario como futuros contadores tener conocimiento de la ley en mención para de esa manera poder transmitir a los contribuyentes cuales son los procedimientos a seguir y la doctrina que utiliza La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria- SUNAT para su aplicación.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la situación Económica de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- a) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?
  
- b) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?
  
- c) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?

## **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar la relación existente entre el Régimen de Percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- a) Establecer la relación que tiene el Régimen de Percepciones con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016.

- b) Establecer la relación que existe entre el Régimen de Percepciones con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016.
- c) Establecer la relación que hay entre el Régimen de Percepciones con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus – Distrito de Chilca 2016.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Justificación Teórica**

El proyecto investigado da un alcance a los contribuyentes del Nuevo Rus a procurar a conocer el régimen de percepciones del IGV. Aplicable a las ventas de bienes y designación de agentes de percepción, con la finalidad de reducir los niveles de evasión tributaria.

En los contribuyentes del Nuevo Rus , la investigación con estudios de la normatividad nos lleva a conocer el marco legal de la norma general de régimen de percepción, con la finalidad que paguen de manera adecuada los tributos correspondientes, considerando la correcta aplicación de las normas vigentes, así mismo contribuyendo de manera correcta al estado.

### **1.4.2. Justificación Práctica**

El distrito de Chilca es uno de los distritos más poblados en la actualidad dentro de la Ciudad de Huancayo, con una gran cantidad de contribuyentes en el Nuevo Rus.

La investigación realizada nos ayuda a tener los conocimientos de cómo se utiliza el régimen de percepciones en el Nuevo Rus, y de qué manera afecte en la situación económica.

#### **1.4.3. Justificación Metodológica**

Para concretar esta investigación se va a elaborar y validar dos cuestionarios uno por variables, de tal manera que será una contribución metodológica para estudios posteriores con características similares el aporte del instrumento de investigación.

#### **1.4.4. Justificación Social**

La investigación realizada es para el desarrollo económico de los contribuyentes del Nuevo Rus, que en muchos casos no tienen la certeza ni la razón como se efectúan dicha percepción, así como la procedencia de la deducción, para realizar la declaración correspondiente, por ende el proyecto de investigación va ser de mucha ayuda e informativa para los contribuyentes del Nuevo Rus.

#### **1.4.5. Justificación de Conveniencia**

Es esencial informarse sobre la importancia del Régimen de Percepciones de manera que puedan capacitarse los contribuyentes del Nuevo Rus, hasta la forma de cómo debe de ser presentada por medio de las declaraciones.

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Luego de haber descrito la problemática relacionado con el tema, a continuación con fines metodológicos el estudio se delimito en los siguientes aspectos.

### **1.5.1. Delimitación Espacial**

El estudio de la investigación, se llevará a cabo a nivel de los pequeños contribuyentes acogidos al Nuevo Rus en el Distrito de Chilca.

### **1.5.2. Delimitación Temporal**

La investigación realizada comprende del año 2016 de los contribuyentes del Nuevo Rus del Distrito de Chilca.

### **1.5.3. Delimitación Conceptual o Temática**

#### **a. Régimen de Percepciones**

Los autores (Ballena & Rivera, 2015), en su tesis “Incidencia en la situación económica de los contribuyentes del frente al régimen de percepciones, Chiclayo 2014” señalan que el régimen de percepciones del impuesto General a la venta según el autor (Alva, 2010), en este régimen es el vendedor o fisco quien en su condición de agente perceptor adquiere el importe de la operación económica un porcentaje adicional que debe ser cancelado por el propio cliente.

**b. Evasión Tributaria**

Según (SUNAT) ,es toda eliminación o disminución de un monto tributario producido dentro del ámbito de un país por parte de quienes están jurídicamente obligados a abonarlo y que logran tal resultado mediante conductas violatorias de disposiciones legales.

Entonces, la evasión tributaria constituye un fin y los medios para lograrlo vienen a ser todos los actos dolosos utilizados para pagar menos o no pagar. En nuestra legislación, estos actos constituyen infracciones vinculadas con la evasión fiscal y existe un caso mayor, el de la defraudación tributaria, tipificado por la Ley Penal Tributaria.

**c. Recaudación Fiscal**

La recaudación fiscal representa todos aquellos beneficios que brinda el Estado al contar con el dinero. Si bien en la mayor parte de los países se cuenta con métodos diversos para que exista un control en la administración que el Estado hace de esos recursos, ello no impide que existan casos de corrupción, enriquecimiento ilícito o de pérdida del capital por motivo de que se invierta o licite de forma errónea.

**d. Situación Económica**

Según (Sala, 2016), dice que una empresa goza una buena situación económica cuando tiene la habilidad de producir y mantener beneficios en

un determinado plazo. Persistir en buenos resultados es el objetivo básico de la gestión por excelencia.

**e. Rentabilidad**

Consiste en obtener utilidades, como respaldo para el progreso constante de la organización, teniendo relación con las ganancias obtenidas y bienes utilizados que se denominan rentabilidad.

**f. Liquidez**

La liquidez mide la competencia de la organización para enfrentar sus responsabilidades de corto tiempo.

Se define también como la aptitud que tiene una organización para conseguir dinero en efectivo. Es la cercanía de un bien a su transformación en dinero.

**g. Gestión Comercial**

Según, (Borja, 2008), la gestión comercial forma parte preponderante del trabajo de las empresas: determinaciones concernientes a qué mercados ingresar; con qué productos; qué normativa de precios aplicar; cómo realizar una estructura de comercio eficiente, son parte diaria en las empresas, además de ser circunstancias que emergen de forma directa de las resoluciones que derivan de la táctica organizacional.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

(González, Majano, & Medrano, 2011), en su tesis: “Guía de aplicación sobre retenciones y percepciones de los tributos y de los aportes de seguridad social y previsión en El Salvador” (Tesis de Pregrado, para optar el Grado LICENCIADO DE CONTADURIA PUBLICA - Universidad de El Salvador), San Salvador, El Salvador, Centro América.

- Donde los autores dan como conclusión ,que en la legislación Salvadoreña existe una diversidad de circunstancias que originan la obligación de retener los tributos relacionados con el impuesto sobre la renta e IVA, por parte de los sujetos obligados a cumplir como agentes de retención o percepción, a lo cual se suma la obligación de retener los aportes de seguridad social y previsionales, que en muchos casos no cumplen los sujetos a ello porque la administración no tiene un pleno conocimiento.
  
- Así mismo los autores concluyen que las retenciones, anticipos del impuesto y percepciones efectuadas por los sujetos pasivos de los

impuestos antes referidos, que de acuerdo al Código Tributario son obligados a actuar como agentes de retención o percepción, deben ser declaradas a la administración tributaria, a través de los formularios correspondientes y declarados en los plazos establecidos, además, deben realizarse los correspondiente registros en el momento de efectuarse las operaciones que las originan, lo cual en muchos casos no lo efectúan, incumpliendo así lo dispuesto en las leyes tributarias.

#### **COMENTARIO:**

Por consiguiente la investigación que se realizó en la tesis consultada, nos da a entender que los pagos de los impuestos que se llevan a cabo por los sujetos pasivos en concordancia con el Código de Tributos deben actuar como intermediarios de retención, las cuales deben ser manifestadas ante la administración tributaria, mediante los formatos que corresponden y dentro del plazo prescrito, asimismo se deben realizar las inscripciones al instante en que se efectúan las operaciones, lo cual muchas veces no se lleva a cabo, no cumpliendo de esta manera con lo que se dispuso en las leyes tributarias.

Consiste en un sistema por el cual el vendedor de ciertos bienes, al que se le ha designado como agente de percepción, cobra un importe adicional al precio de venta al comprador, el que es un anticipo del IGV, de las futuras ventas que realice tal cliente o comprador.

Agente de percepción vendedor de bienes afectos a la percepción, designado por decreto supremo, refrendado por el ministro de economía y finanzas con la opinión técnica de la SUNAT (arts.9 y 13 ley 29173).

(Mendoza S. , 2012), realizo la investigación “Análisis Sustantivo Del Esquema De Tasas Y Regímenes Especiales Aplicables En El Impuesto Al Valor Agregado En México Para Determinar su Imposición Optima”, (Tesis, Pregrado para optar, EL GRADO DE DOCTOR EN CONTADURIA – Universidad Autónoma de Nuevo RUS León), Monterrey, México, el autor llego a la siguiente conclusión:

- Donde concluye el autor, de acuerdo con los resultados antes realizados, podemos decir que es evidente que los esfuerzos del Gobierno Federal da un resultado ineficiente para la obtención de recursos financieros, esto, comparándolo con la eficiencia de otros países miembros de la OCDE; esta mínima recaudación en parte se debe a que en gran medida los gastos públicos se recargan en los ingresos no tributarios, como por ejemplo la venta de hidrocarburos; sin embargo, esta situación pone en peligro las finanzas del estado se encuentra con una gran intensidad de los cambios de precios internacionales de dichos recursos, además del desarrollo de nuevas tecnologías tendientes a disminuir la utilización de los productos pétreos en pro de la protección del medio ambiente.

**COMENTARIO:**

Por lo tanto con él pasar del tiempo se hizo un análisis por lo cual se ha llegado a evidenciar que del gobierno federal resultan la falta de capacidad para la obtención de recursos financieros, esto comparándolo con la capacidad para lograr un efecto de otros países. La baja recaudación en parte se debe en que en gran medida los gastos públicos se recargan en los ingresos no tributarios lo cual no aportan con el estado.

**2.1.2. Antecedentes Nacionales**

(Llegado & Teque, 2015), realizo la investigación “Incidencia del régimen de las percepciones en la liquidez a través de sus importaciones durante el año 2002 y 2013 de la Empresa Motor Import SAC”, (Tesis, Pregrado para optar, el TITULO DE CONTADOR PÚBLICO - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo), Chiclayo, los autores concluyen:

- Donde el autor llega a la conclusión de la empresa MOTOR IMPORT SAC es una empresa que se dedica a la importación de motocicletas, trimóvil, moto taxis, etc.; que luego de ensamblar serán comercializadas. La importación es el régimen aduanero que utiliza la empresa, el cual permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, después del pago realizado correspondientemente, de los derechos arancelarios y otros impuestos aplicables, además del pago de recargos y

multas que hubieran, y del cumplimiento de formalidades y otras obligaciones aduaneras. Es por ello que MOTOR IMPORT SAC está sujeta al régimen de percepciones mediante Resolución de Superintendencia N 203 – 2003/SUNAT, condición por la cual paga un porcentaje del 3.5% por concepto de percepciones.

- Donde concluye el autor que la liquidez es la capacidad de pago que tiene una empresa, para afrontar sus obligaciones conforme estas se vayan venciendo. Es fundamental su análisis, ya que es necesaria para realizar operaciones diarias y también como medida preventiva y de seguridad, para cubrir situaciones en donde los ingresos y egresos de efectivo reales difieran de lo presupuestado. Entre los principales índices de liquidez tenemos: Capital Neto de trabajo, Índice de liquidez Corriente, Liquidez Absoluta. Esta última es la más apropiada para medir la liquidez de la empresa estudiada, pues si bien es cierto en cuanto a capital neto de trabajo y el índice de liquidez corriente la empresa muestra resultados positivos, es porque la mayor parte de su activo pertenece al rubro existencias. El índice de liquidez absoluta nos da un panorama más real de la situación financiera de la empresa.

#### **COMENTARIO:**

Por consiguiente la investigación realizada nos da a entender la liquidez de la empresa MOTOR IMPORT S.A.C, ya que como se puede verificar el sistema de captaciones a la compra de lotes, así los indicadores financieros

que se analizaron como índice de liquidez, capital de trabajo, entre otros, mermaron.

A consecuencia que existe mucha evasión de impuestos SUNAT implanta el año 2002, tres sistemas orientados para así asegurar los pagos de IGV , por lo que en esos años existía una gran cantidad de contribuyentes que registran elevados índices de incumplimiento tributario, de esta manera la MEF y juntamente con la SUNAT, deciden combatir la evasión de los contribuyentes.

(Tello & Velasquez, 2016), Realizo la investigación “LAS PERCEPCIONES DEL IGV Y SU INFLUENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS DEL PERU, CASO: “CORPORACION PUEBLO LIBRE” SAC. LIMA, 2015”, (Tesis, Pregrado para optar obtener el Grado de MAESTRO EN CONTABILIDAD CON MENCIÓN A TRIBUTACIÓN - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), donde llego a la siguiente conclusión:

- El autor llega a la conclusión de las tesis realizada donde, se pudo comprobar y especificar el manejo del Sistema de Percepciones en la emancipación de los fondos y la forma como perjudica la solvencia de la empresa Corporación Pueblo Libre” SAC., a través de los estudios que se realizó mediante las encuestas y herramientas de análisis financiero, el mismo que se concluye que las empresa recurre a financiamientos externos

para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, por lo cual estos financiamientos les genera costos financiero.

### **COMENTARIO:**

Según la investigación que se desarrolló en el 2016, el régimen de percepciones afecta en la liquidez de la empresa, cuyo régimen son pagos adelantados, que aún no se vendido y obtenido la ganancia se pagan por adelantado.

(Castillo, 2015), la investigación “IMPLICANCIA DE LAS PERCEPCIONES DEL IGV EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMBUSTIBLE 2014”, (Tesis, Pregrado para optar obtener el Grado MAESTRÍA EN CONTABILIDAD MENCIÓN EN TRIBUTACIÓN - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote), donde llego a la siguiente conclusión:

- El autor llega a la conclusión , donde se ha logrado contrastar y confirmar al 100% la hipótesis alternativa, determinando que el Régimen de Percepciones del IGV sí tiene responsabilidad en la liquidez de las empresas del sector combustible de Lima – Año 2014; conclusión que se afirma en la tabla N° 1 donde demuestra que solo 15% de los encuestados dice es considerable la razón de las normas; de la misma manera en la Tabla N° 2, ante la pregunta que sí los agentes de percepción vienen fomentando una

adecuada gestión solo el 15% afirma positivamente; También del Análisis de los Estados Financieros se determina que afecta negativamente en el capital de trabajo neto, en los indicadores de liquidez corriente, prueba absoluta, en la rentabilidad del activo y la rentabilidad neta sobre las ventas.

### **COMENTARIO:**

Por lo tanto viendo las conclusiones el investigador, nos da a conocer de qué manera el régimen de percepciones influye en la rentabilidad, liquidez de la empresa. Así mismo es difundir a los contribuyentes que es el régimen de percepciones para que sirva y cuáles son los procedimientos.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Régimen de Percepciones**

(SUNAT, 2011) , (Registro del Régimen de Percepciones del IGV) Según SUNAT , El sistema de Percepciones del IGV, es otra de las estructuras de pagos por adelantado de tributos, puestos en marcha por el Poder Ejecutivo, esta política se encuentra regulada de forma general por la Ley N° 29173.

“Régimen de percepción y su incidencia” asevera que: El sistema de Percepciones forma una estructura de pago adelantado del Impuesto General a las Ventas, a través del cual el ente de cobro (vendedor o SUNAT), recauda del



costo de una venta un monto adicional, el cual deberá ser asumido por el cliente, quien tendrá que realizar dicho pago sin oposición alguna”.

La percepción consiste en una estructura por la cual el vendedor de ciertos bienes, a quien se le designó como ente de percepción, cobra un importe adicional al precio de venta al comprador (valor de venta más IGV).

El sistema de percepciones del Impuesto General a las Ventas para, (Alva, 2010), en este sistema es el agente de ventas o el fisco quien, por ser entes receptores, cobran del coste de la negociación económica un aporte o porcentaje añadido el cual debe ser asumido por el comprador”.

#### **A. Normatividad**

Son reglas o políticas que se establecen dentro de diversas organizaciones o grupos, las cuales nos direccionan por lo que estipulan.

Según (SUNAT), De acuerdo con lo que dispone el art. 7° de la regla de percepciones, estos agentes deberán hacer el cobro del IGV en la fecha de recaudación total o recaudación parcial, individualmente de la fecha en que se haya llevado a cabo la operación realizada más el impuesto y constantemente en la misma fecha el ente de cobro continúe su condición como tal. Asimismo, las otras formas y tiempos de cobro, los cuales causan la expiración de la obligación, y suceden frecuentemente.

## **B. Evasión Tributaria**

Para (Vázquez , 2009), El delito de evadir el IGV es más preciso, ya que este va en contra de las rentas estatales. Desde el punto de vista de los fondos jurídicos generales, se resguarda el equilibrio económico, el Estado preserva sus tributos como parte de ese equilibrio, no así en la estafa cuyos fondos patrimoniales son individuales, no comunes. Así pues, la evasión tributaria afecta de manera adversa a la economía del país, al no ingresar un monto de dinero que debía formar parte del fisco o haberlo extraído de forma engañosa. Siendo observado individualmente, es un daño patrimonial e inmaterial y es un peligro abstracto para el orden social y económico, que se produce por infringir contra aplicar el principio de justicia fiscal en la distribución de los tributos, como es el deber solidario que se expresa al cumplir con la obligación de contribuir.

## **C. Recaudación Fiscal**

Así también como parte de un tipo de normativa del Estado, en muchas ocasiones la recaudación fiscal representa todos aquellos beneficios que brinda el Estado al contar con el dinero. Si bien en la mayor parte de los países se cuenta con métodos diversos para que exista un control en la administración que el Estado hace de esos recursos, ello no impide que existan casos de corrupción, enriquecimiento ilícito o de pérdida del capital por motivo de que se invierta o licite de forma errónea.



**Figura 1. Aplicación del Régimen de Percepciones**

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 1:

**Detalle Del Apéndice 1 – Ley N° 29173 Relación de Bienes Sujetos al Régimen de Percepciones**

<b>N°</b>	<b>REFERENCIA</b>	<b>BIENES COMPRENDIDOS EN EL RÉGIMEN</b>	<b>MONTO A PARTIR DEL CUAL APLICA PARA</b>	<b>VIGENCIA</b>
1	Harina de trigo o de morcajo (tranquillón).	Bienes comprendidos en la subpartida nacional: 1101.00.00.00	IMPORTANTE MAYOR A S/.100.00	A PARTIR DEL 01-01-2008
2	Cerveza de malta.	Bienes comprendidos en la subpartida nacional: 2203.00.00.00	IMPORTANTE MAYOR A S/.100.00	A PARTIR DEL 01-01-2008
3	Productos lácteos con adición de azúcar y edulcorante, yogur, mantequilla y queso	Bienes comprendidos en alguna de las subpartidas nacionales: 0402.10.10.00/0403.90 0405.10.00.00/0406.90.90.00		
4	A aceite comestible (de soya, maní, oliva, aceituna, palma, girasol, nabo, maíz), grasas animales y vegetales, margarina.	Bienes comprendidos en alguna de las subpartidas nacionales: 1507.10.10.00/1514.99.00.00 1515.21.00.00/1515.29.00.00 1516.10.00.00/1517.90.00.00		

5	Pastas alimenticias (fideos, macarrones, tallarines, lasañas, ravioles, Canelones),tapioca(en base a yuca),productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado; cereales(excepto el maíz)en grano o en forma de coposo otro grano trabajad(excepto la harina, grañones y sémola),recocidos o preparados de otro modo, no expresando ni comprendidos en otra parte y productos de panadería, pastelería o galletería.	Bienes comprendidos en la subpartida nacional: 1902.00.00.00/1905.90.90.00		
6	Cigarros, tabacos y sucedáneos	Bienes comprendidos en alguna de las sus partidas nacionales: 2523.10.00.00/2523.90.00.00	IMPORTANTE MAYOR A S/.700.00	A PARTIR DEL 15.05.2013

**Nota.** Fuente: SUNAT

**BASE LEGAL:**

- Inciso b) del Artículo 11° de la Ley N° 29173
- Numeral 12.1 del Artículo 12° de la Ley N° 29173
- Artículo 1° del Decreto Supremo N° 091-2013-EF, que modifica e incorpora bienes sujetos a , al Anexo 1 de la Ley N° 29173

## **1. Como se asigna a los Agentes de Percepción**

Según (SUNAT), La SUNAT proporcionará al ente de percepción o recaudación el documento que le certifique como tal, con la finalidad de posibilitar la ejecución del presente Régimen. Este documento será válido, se realizará a través de Decreto Supremo, con el respaldo del Ministerio de Economía y Finanzas y juicio técnico de la SUNAT, quienes actuarán o no como tales, según sea la cuestión, desde el momento que lo indique en el Decreto Supremo de asignación o exclusión.

Quienes son asignados como agentes de percepción realizarán la recaudación por los pagos de las transacciones realizadas por sus clientes en lo concerniente a las operaciones cuya exigencia tributaria del IGV se hayan originado desde la fecha en que deban actuar como agentes de percepción.

## **2. ¿En qué momento se realiza la percepción?**

La captación se conformará en agentes de percepción, cuando se realicen los cobros de forma total o parcial de la venta realizada. En el caso de cobros parciales el porcentaje de la captación que corresponda se ejecutará sobre el coste de cada pago.

**3. ¿Hasta qué fecha es posible hacer uso de las percepciones que no se han utilizado?**

En este caso, se tiene que tomar en cuenta lo que indica el inciso 4.1 del art. 4° de la Ley N° 29173, el cual hace alusión a que el importador, de acuerdo al sistema que concierne a quien se le ha realizado la percepción, descontará del tributo a pagar las captaciones que le hubieren efectuado hasta finalizar el periodo al que corresponda la declaración tributaria.

**4. ¿Es posible que se emita un solo comprobante de percepción por cliente, en relación a un grupo de percepciones realizada en un determinado periodo?**

Sí, en las ocasiones en que el cliente y el agente de percepción se pongan de acuerdo, se logrará emitir tan solo un comprobante de pago por usuario, siempre y cuando sea emitido y entregado dentro del mismo mes en que las mismas se realizaron. Por esta razón los comprobantes de percepción deberán de tener consignadas las fechas en que se llevó a cabo cada una de ellas.

**5. Procedimiento para solicitar la devolución de Percepciones**

Si fuera el caso de realizar esta solicitud, debe hacerse en los Centros de Servicio al Contribuyente de la SUNAT, tanto en original como en copia, haciendo uso del Formulario N° 4949

“Solicitud de Devolución”; Dicho formulario se debe llenar y firmar por el contribuyente o representante legal acreditado en el RUC.

Para que el contribuyente realice el trámite de devolución, este deberá presentar los siguientes documentos:

- Formulario N° 4949
- Carta aclaratoria
- Copia simple del DNI del representante legal, si fuera el Caso.
- Carta poder simple si el trámite lo va a realizar una tercera Persona.

## **6. Régimen Único Simplificado**

Según (Almeyda, 2017), El sistema de impuestos que se dispuso para las pequeñas empresas y pequeños productores, faculta que se pague una cuota mensual la cual se fija en función a sus ventas, sustituye el pago de varios impuestos.

Él se encuentra direccionado a personas naturales, que efectúan venta de productos o servicios a usuarios finales. Así también quienes realicen un determinado oficio pueden ser parte del Nuevo RUS.

Este sistema tributario si bien no permite la emisión de facturas, en cambio permite emitir boletas de venta y tickets de



máquina registradora para verificar las compras y por ende los pagos realizados por cada cliente.

Como comentario final es un sistema, donde se hallan, las personas naturales con negocio o servicio, asimismo personas que realizan algún oficio (artesano, panadero, gasfitero, entre otros), donde se permite emitir boletas de venta y tickets de máquina registradora.

Para ser parte del Régimen Único Simplificado según Decreto Legislativo N° 937 del Art. 6° del Texto del Nuevo RUS régimen único simplificado, los contribuyentes pueden acogerse en el instante en que se inscriben en el Registro Único de Contribuyentes. Sin embargo, en el caso de contribuyentes que formaron parte del Régimen General o del Régimen Especial, podrán efectuar en el siguiente ejercicio gravable al momento de declarar y pagar su cuota correspondiente al período de enero y solo si se realiza al estar dentro de la fecha de vencimiento, en el caso que en el mes de enero los contribuyentes están con sus actividades suspendidas, se podrán acoger declarando y pagando la cuota que corresponde al mes en que reinicie sus actividades.

No pueden formar parte del Régimen Único Simplificado quienes ofrezcan el servicio de transporte de carga de mercancías, y cuyo volumen de carga sea mayor o igual a dos

toneladas métricas, tampoco las Empresas dedicadas al transporte terrestre cuyos destinos sean dentro o fuera del territorio nacional. Organizaciones que se dediquen a realizar cualquier tipo de funciones para el público. Así mismo Notarios, martilleros, agentes corredores de bolsa, de aduana y los intermediarios de seguros. Quienes sean dueños de negocios como salas de juego o similares. Empresas que se dediquen a vender inmuebles. Organizaciones que ejecuten alguna de las operaciones gravadas con el Impuesto Selectivo al Consumo, así como quienes otorguen bienes en depósito.

Tabla 2:  
**Categorías del Régimen del Nuevo RUS 2016**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>INGRESO BRUTO</b>	<b>ADQUISICIONES BRUTAS</b>	<b>CUOTA MENSUAL (S/)</b>
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

N

ota. Fuente: SUNAT

Tabla 3:  
**Categorías del Régimen del Nuevo RUS 2017**

CATEGORIAS	INGRESO BRUTO	ADQUISICIONES BRUTAS	CUOTA MENSUAL (S/)
1	5,000	5,000	20
N 2	8,000	8,000	50

ota. Fuente: SUNAT

## 7. Comprobante de Pago

El comprobante de pago es un documento que demuestra el abono de bienes, la concesión en uso u ofrecimiento de servicios.

Según (Sunat, 2016) , el numeral 1 del artículo 12° del presente reglamento, sólo se tomará en cuenta la existencia de un comprobante de pago si su impresión y/o importación ha sido acreditada por la SUNAT conforme a lo indicado en el citado numeral. El incumplimiento de dicho proceso tendrá como consecuencia que se ejecuten las transgresiones previstas en los numerales 1, 4, 8 y 15 del artículo 174° del Código Tributario, según sea el caso.

### **2.2.2. Situación Económica**

Según (Sala, 2016), Es el resultado de la diligencia mercantil, un plan que se lleva eficaz y directiva, que al finalizar se interpreta en el rendimiento operativo.

De igual manera, se muestra que una organización tiene una favorable situación económica cuando es apto de no solo realizar si no también mantener sus utilidades en un lapso determinado. Continuar con importantes resultados es el objetivo principal de la gestión eficiente.

Según (Económica, 2012 ), La situación económica se refiere a los resultados que se adquiere en un lapso establecido (normalmente 12 meses) con vínculo al desarrollo de una entidad. Esta información la encontraremos en el resultado de resultados.

La situación económica menciona a los logros obtenidos en un determinado lapso (generalmente un año), en correlación al avance de una labor por parte de una empresa.

## **A. Rentabilidad**

Consiste en adquirir utilidades, como un apoyo para el crecimiento constante de la organización, teniendo una correlación con las ganancias obtenidas y bienes utilizados que designan rentabilidad.

En lo referente a Rentabilidad sobre las ventas, nos permite medir en términos porcentuales cuál es la capacidad de rentabilidad de la empresa respecto a las ventas que desarrolla la entidad comercial.

Para nuestro caso determinamos a través de ratios de rentabilidad como son: El márgenes de utilidad bruta y el margen de utilidad neta que se calcula sobre la base de las ventas.

### **A.1. Rentabilidad Económica**

Determinar la capacidad para realizar utilidad que tiene el total de activos de una empresa, sin tomar en cuenta la forma que fueron subvencionados y el gasto que ha sido para la organización.

En la utilidad económica que se debe tomar en cuenta los patrimonios de la empresa en su conjunto para saber la rentabilidad que se logró.

## **B. Liquidez**

La liquidez mide la competencia de la organización para enfrentar sus responsabilidades de corto tiempo.

Se define también como la aptitud que tiene una organización para conseguir dinero en efectivo. Es la cercanía de un bien a su transformación en dinero.

Para calcular la liquidez de una empresa se usa la razón de solvencia. La cual mide la suficiencia de la organización para enfrentar sus responsabilidades de corto plazo. Del estudio de estas razones se puede comprender la garantía de efectivo de la empresa y su competencia para permanecer solvente en caso de sucesos desfavorables.

## **C. Gestión Comercial**

Según, (Borja, 2008), La gestión comercial forma parte prominente del trabajo de la empresa precisiones relativos a que centros comerciales ingresar; con que productos; Que reglamentos de importe fijar.

Como hacer un sistema de comercio eficiente, es frecuente en las empresas, también de ser casualidad aparecen de forma directa de las determinaciones que resulten del método organizacional.

La gestión Comercial de la que requiere la relación recíproca de la organización de una plaza. Si investigamos esto desde un panorama de crecimiento productivo, con el objetivo de gestión comercial que formara parte de la última fase de este desarrollo. Ya que del mismo modo se abastecen los productos de la empresa y a cambio coopera con patrimonio económico a la misma entonces. Si la gestión comercial no solo es parte de un ciclo final del proceso de la organización. Ya que examinada así actúa de manera única una función peculiar de venta, de tal forma la gestión comercial es parte desde el estudio de mercado hasta llegar a la objetivo principal que es realizar la venta o colocar el producto, formando parte de la estrategia de venta, y la normativa de venta en el entorno empresarial, (todo lo que se refiere a llegar al objetivo, contar con una disposición de incentivos en el caso que se logren dichos objetivos, , y realizar una inspección constante del desarrollo laboral en cada área).

#### **D. Bases Legal**

- Ley N° 29173, que establece el marco normativo del Régimen de Percepciones del Impuesto General a las Ventas, publicado el 23-12-2007 y Normas modificatorias.

- Decreto Legislativo N.º 937, Texto del Nuevo RUS Régimen en Único Simplificado, publicado el 14.11.2003, y normas modificatorias.
- Ley del Registro Único de Contribuyentes (RUC) - Decreto Legislativo N° 943. Esta norma derogó el antiguo Decreto Ley N° 25734 del año 1992 con el que se creó el Registro Único de Contribuyentes.
- Ley Nª 28053 Ley que establece disposiciones con relación a percepciones y retenciones y modifica la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo.
- Decreto Supremo N° 091- 2013 – EF, que incluye bienes al Régimen de Percepciones del Impuesto General a las Ventas, y designa y excluye Agentes de Percepción, publicado el 14-05-2013.
- Resolución de Superintendencia N° 065 -2006/SUNAT, que modifica el Régimen de Percepción del IGV aplicable a la Venta de bienes y designan y excluye Agentes Percepción, publicado el 29-04-2006.
- Resolución de Superintendencia N. 058-2006/SUNAT, que regula el Régimen de Percepciones del IGV aplicable a la venta de bienes y designada Agentes de Percepción, Publicada el 01-04-2006, y normas modificatorias.



## **2.3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS**

### **Liquidez**

La liquidez es la capacidad de la empresa para obtener dinero en efectivo lo cual representa la agilidad de los activos para ser convertido en dinero en efectivo.

### **Régimen De Percepciones**

El Régimen de Percepciones establece un método de pago adelantado el impuesto general a las ventas, consiste en un sistema por el cual el vendedor de ciertos bienes , al que se le ha designado como gente de percepción , cobra un importe adicional al precio de ventas al comprador ( base imponible mas IGV),el que es un anticipo del IGV de las futuras ventas que realice tal cliente o comprador.

### **Rentabilidad**

Rentabilidad es la Amplitud que para producir suficientes ganancias; por ejemplo, un centro negocio es fructífero cuando acrecienta mayores ingresos que egresos, un cliente es fructuoso cuando generan superiores ingresos que gastos. Por lo tanto en este régimen los contribuyentes podrán pagar la renta de acuerdo a sus ventas y compras y se podrán acoger a la categoría que se crea conveniente.

## **Situación Económica**

La situación económica hace referencia al patrimonio de la persona u empresa es decir la cantidad de bienes que tiene una persona. Por lo cual SUNAT viene trabajando para hacer la accesible el sistema tributario para los pequeños contribuyentes como vienen a ser del Nuevo RUS. Así acompañarlos en su formalización y su crecimiento económico en este régimen especialmente ha sido diseñado para que los contribuyentes vendan al consumidor final. Y es mas en este régimen no llevan libros contables por lo cual el cumplimiento tributario se deducen sustancialmente.

## **2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.4.1. Hipótesis General**

El régimen del percepciones se relaciona significativamente con la situación económica de los Contribuyentes del Nuevo Rus Distrito de Chilca, 2016.

### **2.4.2. Hipótesis Específicas**

- a) El régimen de percepciones se relaciona significativamente con la rentabilidad de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

- b) El régimen de percepciones se relaciona significativamente con la liquidez de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.
- c) El régimen de percepciones se relaciona significativamente en la gestión comercial, de los Contribuyentes del Nuevo RUS Distrito de Chilca, 2016.

## **2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **A. Variable 1**

#### **- Régimen de Percepciones**

Sus respectivas dimensiones son:

D1: Normatividad

D2: Evasión Tributario

D3: Recaudación Fiscal

### **B. Variable 2**

#### **- Situación Económica**

Sus respectivas dimensiones son:

D4: Rentabilidad

D5: Liquidez

D6: Gestión Comercial

**“RÉGIMEN DE PERCEPCIONES Y SU RELACIÓN CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS CONTRIBUYENTES DEL NUEVO RUS - DISTRITO DE CHILCA, 2016”**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA VALORATIVA
<b>V.1. Regimen de Percepciones</b>	Normatividad	• Recibe orientacion de Sunat sobre el Régimen de Percepción constante mente.	Escala de medicion Índices: 1. NUNCA 2. CASI NUNCA 3.AVECES 4. CASI SIEMPRE 5. SIEMPRE
		• Aplica las normas tributarias del Régimen de Percepciones en la actualidad.	
		• Aplica el procedimiento de las devoluciones de Régimen de percepciones actualmente.	
	Evacion Tributaria	• Cumple con los pagos tributarios mensualmente.	
		• Acepta los porcentajes de las percepciones que se aplican en los productos.	
		• Cumple con todos los requisitos para abrir un Negocio actualmente	
	Recaudacion Fiscal	• Verifica de cuanto son sus pagos al año al Estado Peruano	
		.Contabiliza sus ingresos y egresos mensualmente	
		• Se orienta como los gobiernos locales hacen uso de las recaudaciones Fiscales.	
		• Registra sus ingresos de todo el año.	
<b>V.2. Situacion Economica de los constribuyentes del Nuevo Rus</b>	Rentabilidad	• Realiza un inventario para saber la Rentabilidad actualmente.	
		• Aplica las deducciones de pago con las percepciones al momento de declarar sus pagos mensuales.	
	Liquidez	• Controla sus reservas de las percepciones no aplicadas.	
		• Verifica cuanto son los porcentajes de percepciones de cada producto	
	Gestion Comercial	• Evalua como Mantener beneficios y solvencia económico.	
		• Emplea tecnicas para Emitir los comprobantes de pago.	

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. METODO DE INVESTIGACIÓN**

El método general de la investigación será el método científico, que según el autor (Vara a. , 2015), señala:

El modo científico es muy fácil, es flexible y resolutivo, está en incesante mejora y no es nada duro ni limitante. El modo científico se basa a la serie de pasos lógicos universales que respaldan la calidad de la información obtenida. Estos avances son: Proponer un problema, formular una hipótesis, sugerir un diseño metodológico, obtener y discutir las consecuencias concluir y recomendar.

La presente investigación utilizo un Método científico, que tiene como finalidad ampliar y precisar cuales son las incidencias del régimen de percepciones , en la situación económica , busca describir las características , de la rentabilidad, liquidez y gestión comercialen de los contribuyentes del régimen del Nuevo RUS , del Distrito de Chilca -2016.

### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El método universal de la investigación será descriptiva Según (Mendoza, 2012), señala: “Se utiliza el método de análisis logrando caracterizar un objeto de estudio o una situación preciso, señalando características y propiedades; también puede servir para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad”.

Por lo tanto el tipo de investigación que se utilizo para nuestro proyecto de investigación , es descriptiva , describe la realidad del problema, de como incide el régimen de percepciones el la situación económica de los contribuyentes del Nuevo RUS , Distrito de Chilca 2016.

### **3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

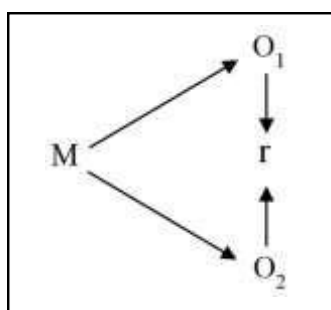
El nivel de investigación es Correlacional, que según el autor (Vara A. , 2015), señala que la característica es correlacional es: “Determinar el grado de asociación entre varias variables. Las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer influencias y relaciones de causa-efecto.”

Por cuanto a nuestra investigación, se correlacionara el Régimen de percepciones y su relación, con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo RUS , se evaluará de la importancia del Régimen de Percepciones en la situación económica , así como se correlacionará el tratamiento del régimen de percepciones ya rentabilidad , liquidez y gestión comercial.

### 3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación será diseño descriptivo correlacional que según (Vara a. , 2015): “Determinar el grado de asociación entre varias variables. Las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer influencias y relaciones de causa-efecto.”

Esquemáticamente es expresada de esta forma



**Figura 2. Diseño Descriptivo Correlacional**

Fuente: (Vara, 2015)

**Donde:**

**M** = Muestra

**O<sub>1</sub>** = Régimen de Percepciones

**O<sub>2</sub>** = Situación Económica

**r** = Relación del Régimen de Percepciones con la Situación Económica

La presente investigación utilizara un diseño descriptivo correlacional, ya que tiene como finalidad ampliar y precisar variable dependiente el Régimen de Percepciones y como independiente la situación económica que nos darán cuales son las causas y los efectos, para dar soluciones.

### **3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.5.1. Población**

El autor (Vara, 2015) señala:

Siempre se necesita materiales de información (primaria) o inmediato para obtener los objetivos proyectados en una tesis. A esos Materiales de Comunicación se les conoce como población (N) y es el equipo total de los sujetos (Elemento, individuo, escritos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) A buscar. La población es el equipo de personas o elementos que tienen una o más posesión en común. Se encuentran en un espacio o propiedad y cambian en el transcurso del periodo.

Nuestra población estará conformada por los contribuyentes del Nuevo RUS en el distrito de Chilca son de 2000 los negocios acogidos a éste régimen.

#### **3.5.2. Muestra**

Para (Carrasco, 2011), la muestra “es una parte específico de la población cuyas peculiaridades fundamentales que son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella de tal manera que los resultados logrados en la muestra pueden generalizar a todos los elementos que conforman dicha población”.

El número de la muestra se calculó según Bonilla (2000), mediante la siguiente fórmula:



---

( )

n = tamaño de la muestra que se desea saber

Z = nivel de confianza (95%= 1.96)

N = representa el tamaño de la población= 1000

p = probabilidad a favor (0.5)

q = probabilidad en contra

e = error de estimación (0.05)

---

( )

Para nuestra investigación, se utilizara la muestra por conveniencia que según (Kinnear y Taylor, 2017) “Como su nombre lo indica, se selecciona con base en la conveniencia del investigador”

Por lo cual la muestra por conveniencia que se realizó en la investigación es de 278 contribuyentes de Nuevo RUS en el Distrito de Chilca – 2016 donde se realizó las encuestas.

### **3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

#### **3.6.1. Técnicas de Recolección de Datos**

Se utilizará la Encuesta, el cual según (Carrasco, 2006, pág. 314), nos señala que permite la “indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo”.

La técnica que se utilizará para desarrollar el trabajo de investigación será:  
**LA ENCUESTA:** Se aplicará a los contribuyentes del Nuevo RUS, con el objetivo de obtener información relevante sobre el tema de investigación.

#### **3.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos**

Según (Hurtado, 2000) un cuestionario “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”.

En el proyecto de investigación utilizamos el instrumento del cuestionario, para obtener respuestas sobre el problema.

#### **3.6.3. Validez y Confiabilidad del Instrumento**

##### **A. Validez**

Para la validación del instrumento de medición se utilizó la validez de contenido; al respecto (Mucha, 2011) refiere que “en la validez de

contenido lo que hacemos es evaluar si los ítems que hemos usado para construir el test son relevantes para el uso que se le va a dar al test” (p. 18)

EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	OPINION
Rojas León, Rómulo C.	Magister	Aprobado

**Figura 3. Resultado de Evaluación del Experto del Instrumento de Investigación Régimen de Percepciones**

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos

Dado que el instrumento de investigación Régimen de Percepciones es adecuado a opinión del experto, se toma la decisión a su aplicación respectiva.

EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	OPINION
Rojas León, Rómulo C.	Magister	Adecuado

**Figura 4. Resultado de Evaluación del Experto del Instrumento de Situación Económica**

Fuente: Ficha de Opinión de Expertos

Dado que el instrumento de investigación Situación Económica es adecuado a opinión del experto, se toma la decisión a su aplicación respectiva.

## B. Confiabilidad del Instrumento

El coeficiente empleado para la confiabilidad es el coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach. Este coeficiente aprecia la consistencia interna de los ítems que conforman el cuestionario. Se interpreta como el promedio de la correlación entre todos los reactivos que mide la similitud de un test.

Para dar la confiabilidad del instrumento se aplicó a un grupo piloto compuesto por un total de 80 personas que se encuentran en el distrito de Chilca, quienes reunieron las mismas características de las personas que conformaron la población de estudio.

Tabla 4:  
**Interpretación de la Magnitud del Coeficiente de Confiabilidad de un Instrumento**

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

**Nota.** Fuente: Tomado de Ruiz (2002) y Pallella y Martins (2003)

Tabla 5:  
**Resumen de Procesamiento de Casos del Instrumento Régimen de Percepciones y el Instrumento Situación Económica**

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

**Nota.** a. La Eliminación por Lista se Basa en Todas las Variables del Procedimiento.

Tabla 6:  
 Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento Régimen de Percepciones

Alfa de Cronbach	N de elementos	<b>Nota.</b>
,923	12	

Procesamiento de la muestra de Estudio en el Programa SPSS V.  
 (23)

### **Interpretación.**

El resultado obtenido a través del software es  $\alpha=0.92$  como este valor se halla en el intervalo de interpretación como muy alta, en consecuencia procedemos aplicar el instrumento.

Tabla 7:  
Estadísticas de Fiabilidad del Instrumento Situación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,918	12

Económica

**Nota.** Procesamiento de la muestra de Estudio en el Programa SPSS V. (23)

### **Interpretación.**

El resultado obtenido a través del software es  $\alpha=0.92$  como este valor se halla en el intervalo de interpretación como muy alta, en consecuencia procedemos aplicar el instrumento.

### **3.7. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (MODELO)**

En la presente investigación será mediante el proceso:

- Tiempo
- Recursos
- Plan de recolección de datos

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Para la presentación de resultados se tabularon el cuestionario, el de régimen de percepciones y el de situación económica de donde obtuvimos la base de datos SPSS, versión 23.

Se inicia la presentación de resultados con los descriptivos mediante tablas y gráfico y luego se hace la prueba de hipótesis, en este caso la correlación de Tau\_b Kendall por corresponder a nuestra muestra que es mayor de 30 y la contrastación final con Z calculada para correlación.

#### **4.1. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

##### **4.1.1. Técnicas de Procesamiento de Datos**

- Tabulación de los resultados
- Cuadros Estadísticos
- Validación de la hipótesis

##### **4.1.2. Análisis de Datos**

- Formulación de cuadros con cantidades y porcentajes
- Formulación de gráficos
- Conciliación de datos
- Indagación

## 4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS EN TABLAS Y FIGURAS

### 4.2.1. Análisis Descriptivo de la Variable Régimen de Percepciones y su Relación con la Situación Económica de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

Los resultados descriptivos corresponden a cada variable y su dimensión. Se inicia con el resultado de la primera variable y sus dimensiones, luego de la segunda variable y sus dimensiones.

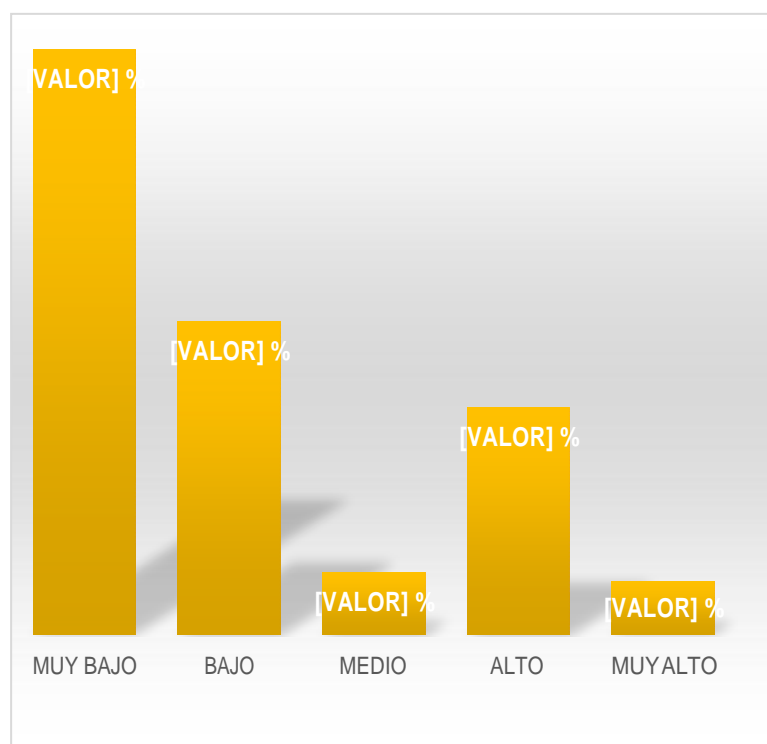
#### 4.2.1.1. Nivel de Régimen de Percepciones

Tabla 8:  
Recuento y Porcentaje del Régimen de Percepciones

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
MUY BAJO	131	47,1
BAJO	70	25,2
MEDIO	14	5,0
ALTO	51	18,3
MUY ALTO	12	4,3
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio





**Figura 5. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Régimen de Percepciones**

Fuente: Tabla N° 7

#### Interpretación

Según la Tabla 7 y Figura 5, nos muestran los niveles según la encuesta ante los contribuyentes del Nuevo RUS del Distrito de Chilca, donde el 47.10% opinan que es muy bajo la aplicación del régimen de percepciones, mientras que el 4.30% opinan muy alto, sin embargo el 25.20 % opinan bajo, el 5.00% opinan medio y el 18.30% opina que es alto.

Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opina que la utilización del

régimen de percepciones se encuentra en un nivel muy bajo (47.10 %).

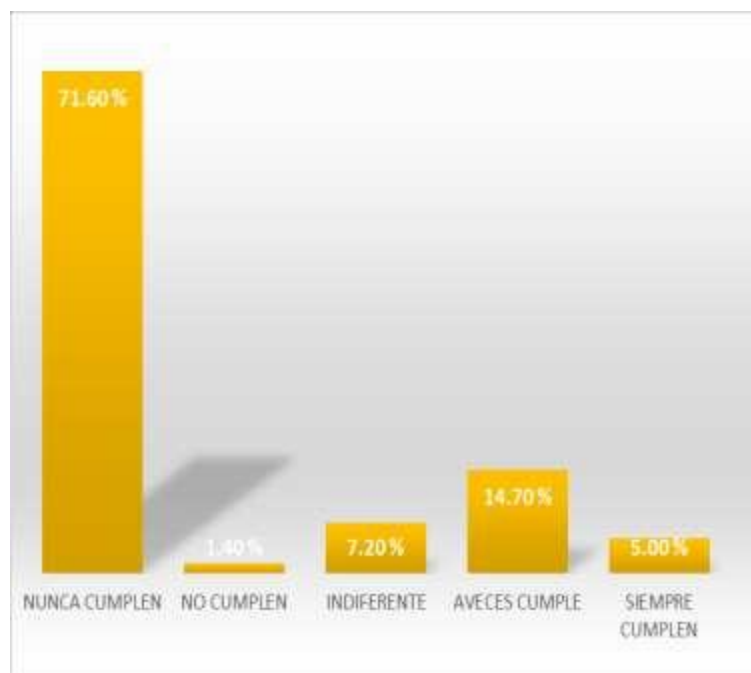
#### A. Nivel de Tratamiento de Normatividad

Tabla 9:

**Recuento y Porcentaje del Nivel de Normatividad**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
NUNCA CUMPLEN	199	71,6
NO CUMPLEN	4	1,4
INDIFERENTE	20	7,2
AVECES CUMPLE	41	14,7
SIEMPRE CUMPLEN	14	5,0
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 6. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Normatividad**

**Fuente:** Tabla N° 8

### Interpretación

Según la Tabla 8 y Figura 6, nos muestran los niveles obtenidos de la mayor parte de contribuyentes del Nuevo RUS desconocedores de las normas donde el 71.60% opinan que nunca aplicaron las normas tributarias ante el régimen de percepciones, el 5.00 % de los contribuyentes del Nuevo RUS si utilizan las normas sobre el régimen de percepciones por, el 1.40% opinan no lo aplican la normas sobre el régimen de percepciones y el 7.20% de los contribuyentes del Nuevo RUS opinan que a veces utilizan la normatividad por lo cual el 14.75% opinan que son indiferentes a las normas.

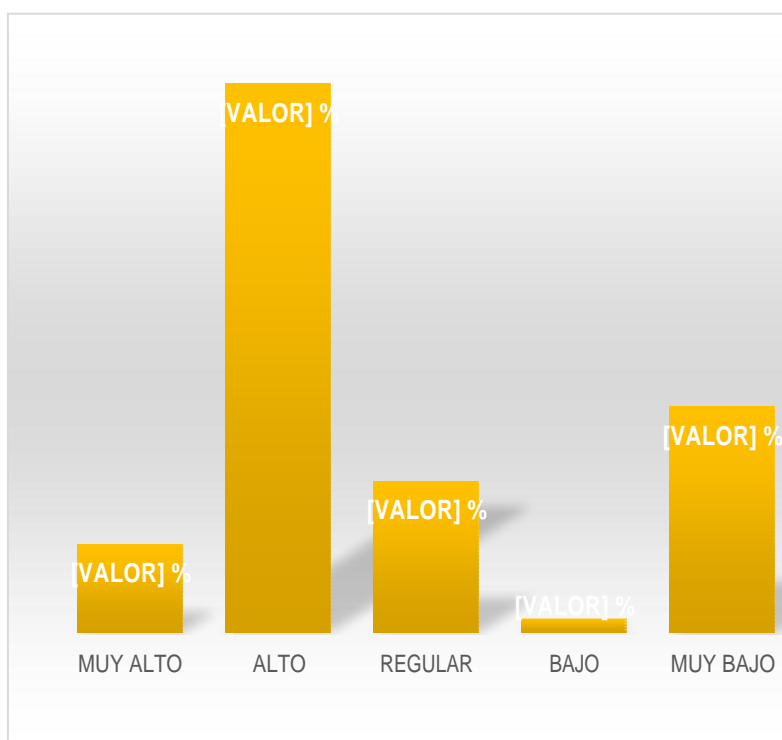
De todo lo expresado los contribuyentes del Nuevo RUS nunca utilizan las normas tributarias porque en el distrito de Chilca existe una gran cantidad de personas iletradas por lo cual desconocen de las normatividades y no utilizan las percepción en el mes que les corresponde, no realizan las compensaciones en el mes.

## B. Nivel de Tratamiento de Evasión Tributaria

Tabla 10:  
**Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Evasión Tributaria**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
MUY ALTO	24	8,6
ALTO	148	53,2
REGULAR	41	14,7
BAJO	4	1,4
MUY BAJO	61	21,9
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 7. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Evasión Tributaria**

Fuente: Tabla N°9

### Interpretación

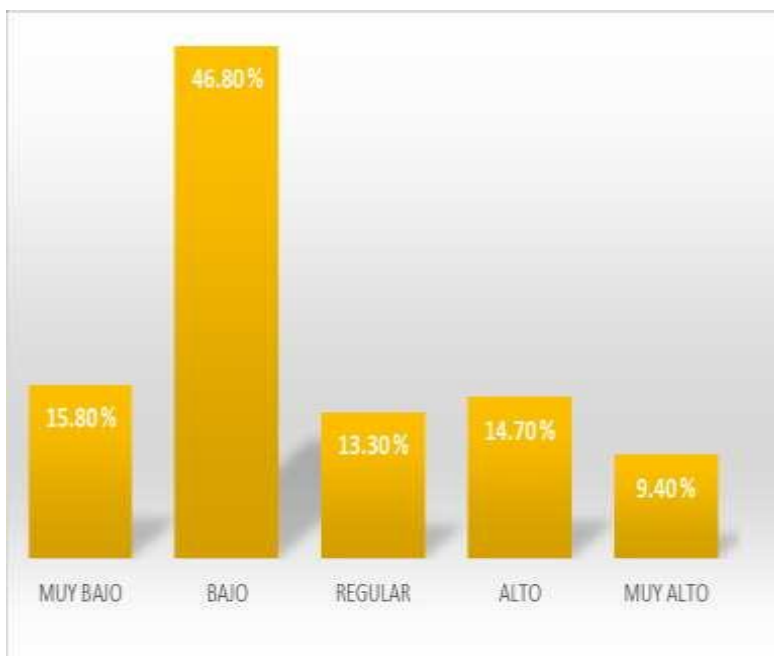
Los resultados de la Tabla 9 y Figura 7, nos muestran los niveles obtenidos según la encuesta obtenida de evasión tributaria donde el 53.2% de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opinan que el nivel de evasión tributaria es alto, mientras, el 21.9% es muy bajo, el 14.7% es regular, sin embargo el 8.6% es muy alto y solo el 1.4% es bajo. De todo lo expresado se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opina que la evasión tributaria se encuentra en un nivel alto (53.2%).

### C. Nivel de Tratamiento de Recaudación Fiscal

Tabla 11:  
**Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Recaudación Fiscal**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
MUY BAJO	44	15,8
BAJO	130	46,8
REGULAR	37	13,3
ALTO	41	14,7
MUY ALTO	26	9,4
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 8. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Tratamiento de Recaudación Fiscal**

Fuente: Tabla N° 10

#### Interpretación

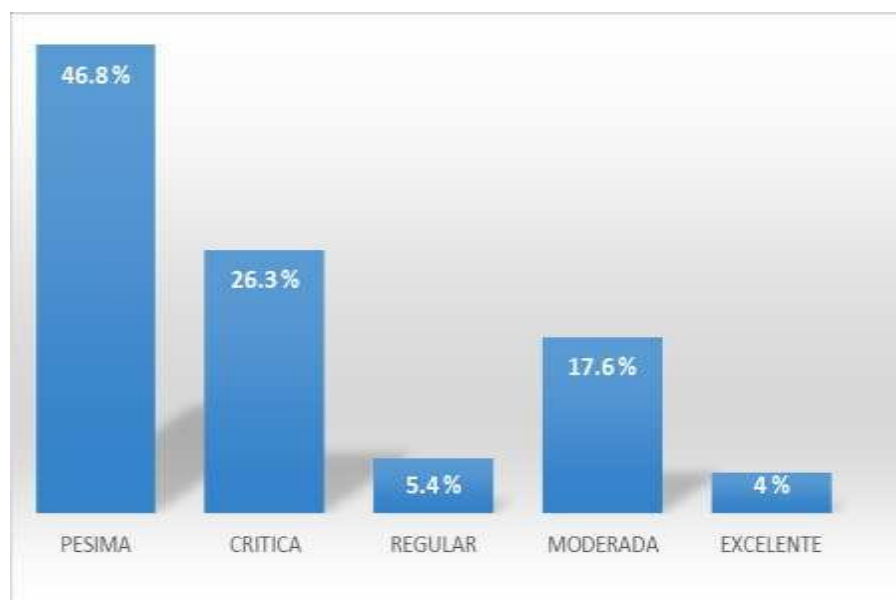
Según la Tabla 10 y Figura 8, nos muestran los niveles obtenidos de la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca afectos a percepción, el 15.80% consideran que la recaudación fiscal es muy bajo, mientras que 9.40% expresan que es muy alto, sin embargo 46.80% manifiestan que la recaudación fiscal es bajo, de tal modo que 13.30% opinan que es regular, y solo el 14.70% expresan que es alto.

De todo lo expresado en los resultados, se infiere que los contribuyentes del Nuevo RUS en su gran mayoría nunca se informan sobre la recaudación por el mismo hecho que desconocen y no hay nadie quien los oriente sobre la recaudación fiscal.

#### 4.2.1.2. Nivel de Situación Económica

Tabla 12:  
**Recuento y Porcentaje del Nivel de Situación Económica**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
PESIMA	130	46,8
CRITICA	73	26,3
REGULAR	15	5,4
MODERADA	49	17,6
EXCELENTE	11	4,0
Total	278	100,0



**Figura 9. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Situación Económica**

Fuente: Tabla N° 11

Interpretación:

Según los resultados de la Tabla 11 y Figura 9, nos muestran según los encuestados los niveles obtenidos de situación económica donde el 46.80% de los contribuyentes del Nuevo RUS distrito de Chilca opinan que el nivel de su situación económica es muy pésima, y solo el 4.00% es excelente, mientras el 26.30% dicen que es crítica, el 17.60% expresa que es moderada y el 5.40% es regular. Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opina que su situación económica es muy pésima (46.80%).



## A. Nivel de Rentabilidad

Tabla 13:  
**Recuento y Porcentaje del Nivel de Rentabilidad**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
MUY BAJA	199	71,6
BAJO	4	1,4
REGULAR	18	6,5
ALTA	44	15,8
MUY ALTA	13	4,7
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 10. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel Rentabilidad**

Fuente: Tabla N° 12

### Interpretación:

Según la Tabla 12 y Figura 10, nos muestran los niveles obtenidos de la rentabilidad nos muestra que el 71.60% contribuyentes del Nuevo RUS en el distrito de Chilca opinan que el nivel de su situación económica es muy baja mientras que 1.40 % de los contribuyentes del Nuevo RUS expresan que es bajo, sin embargo el 15.80 % de contribuyentes del Nuevo RUS opinan que es alta, el 6.50% es regular y solo el 4.70% de los contribuyentes del Nuevo RUS consideran que en su Rentabilidad es muy alta. De todo lo expresado en los resultados, se considera que los contribuyentes de Nuevo RUS del distrito de Chilca que tienen una baja rentabilidad con 71.58%.

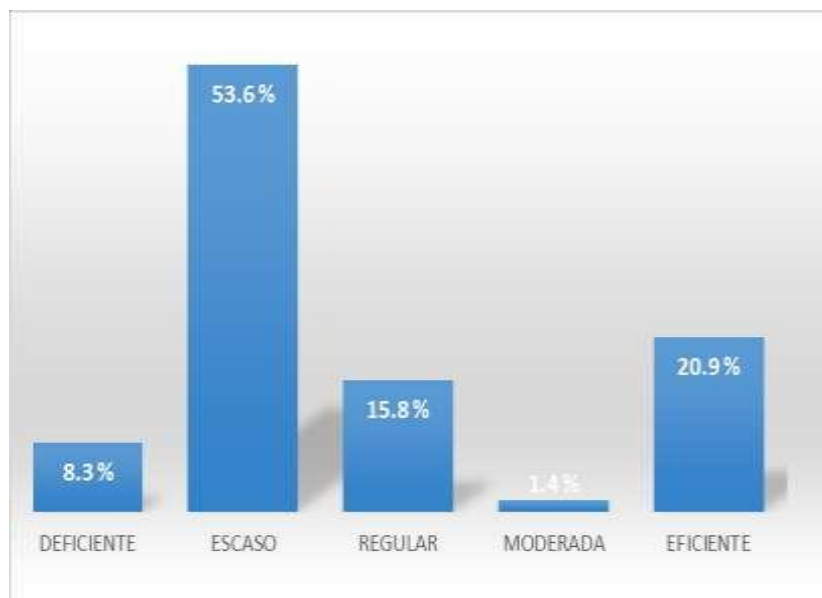
### B. Nivel de Liquidez

Tabla 14:

#### Recuento y Porcentaje del Nivel de Liquidez

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	23	8,3
ESCASO	149	53,6
REGULAR	44	15,8
MODERADA	4	1,4
EFICIENTE	58	20,9
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 11. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Liquidez**

Fuente: Tabla N° 13

#### Interpretación

Los resultados de la Tabla 13 y Figura 11, nos muestran los niveles obtenidos de liquidez donde el 53.60 % de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opinan que el nivel de su liquidez es escaso, mientras que el 15.80% es regular, el 1.40% es moderada, sin embargo el 8.30% dice es deficiente y solo el 20.90% dice que es excelente. Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del de Chilca opina que su nivel de liquidez es escaso (53.60%).

### C. Nivel de Gestión Comercial

Tabla 15:  
**Recuento y Porcentaje del Nivel de Gestión Comercial**

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
DEFICIENTE	45	16,2
MALA	132	47,5
REGULAR	37	13,3
BUENA	40	14,4
EFICIENTE	24	8,6
Total	278	100,0

**Nota.** Encuesta Aplicada a la Muestra de Estudio



**Figura 12. Gráfico del Recuento y Porcentaje del Nivel de Gestión Comercial**

Fuente: Tabla N° 14

### Interpretación

Los resultados de la Tabla 14 y Figura 12 nos muestran los niveles obtenidos de Gestión comercial donde el 16.20% de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opinan que el nivel de su gestión comercial es muy deficiente, mientras que el 8.60% expresa que es eficiente, el 47.50% dice que mala, el 13.30% regular y solo el 14.40% es buena.

Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo RUS del distrito de Chilca opina que su situación económica es mala (47.50%).

#### **4.2.2. Estudio Correlación entre el Régimen de Percepciones y la Situación**

##### **Económica**

Régimen De Percepciones Y Su Relación Con La Situación Económica De Los Contribuyentes Del Nuevo RUS - Distrito De Chilca, 2016.

La correlación se estableció con el estadístico correlacional de Tau\_b de Kendall por ser la muestra mayor a 30.

Tabla 16:  
**Baremo de Interpretación de los Índices de Correlación**

Valor	Significado
<0,20	Correlación ligera; relación casi insignificante
0,20 – 0,40	Correlación baja; relación definida pero pequeña
0,40 – 0,70	Correlación moderada; relación considerable
0,70 – 0,90	Correlación elevada; relación notable
>0,90	Correlación sumamente elevada; relación muy fiable

Nota. Fuente: Guilford (1956)

### A. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el Régimen de Percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo RUS Distrito de Chilca, 2016.

Tabla 17:  
**Correlación Entre el Régimen de Percepciones y la Situación Económica**

		RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	SITUACIÓN ECONÓMICA
Tau_b de Kendall	RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	,077
	N		278
	SITUACIÓN ECONÓMICA	Coefficiente de correlación	-,074
Sig. (unilateral)		,077	
N		278	

## Interpretación

La correlación entre las variables Régimen de Percepciones y situación económica nos da un valor de  $-0.074$  lo que nos indica que la relación es inversa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.077$  lo que indica que es significativo y notable. Esto quiere decir que la correlación es inversa y fuerte.

### - **Prueba de Hipótesis para la variable Régimen de Percepciones y situación económica**

#### **Hipótesis General formulada:**

El régimen del percepciones se relaciona significativamente con la situación económica de los Contribuyentes del Nuevo Rus Distrito de Chilca, 2016.

#### **1. Planteamiento de Hipótesis estadística**

$H_0$ : No existe relación significativa del régimen de percepciones y la situación económica, donde  $t= 0$

$H_a$ : Existe relación significativa del régimen de percepciones y la situación económica, donde  $t \neq 0$

#### **2. Nivel de Significancia**

$Z = 95\%$  la  $Z$  crítica es  $\alpha = 1.96$

### 3. Cálculo Estadístico

$$Z = \frac{T}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

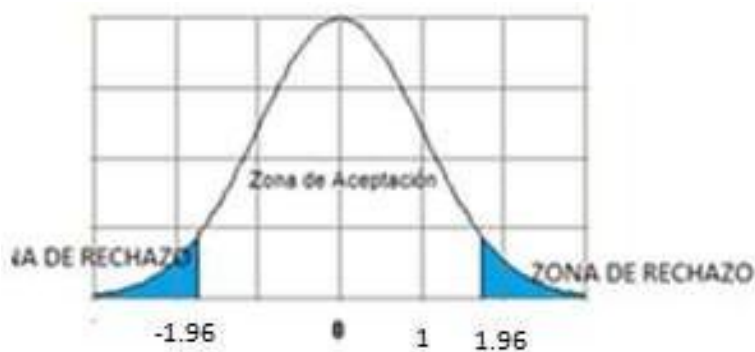
Reemplazando datos en la fórmula se tiene  $Z = -1.84$

Donde:

$$Z_{\text{crítica}} = 1.96$$

$$T = -0.074$$

$$N = 278$$



**Figura 13 Cálculo del Estadístico Hipótesis General**

Fuente: Tabla 16

4. Comparando la  $Z$  calculada con  $Z$  crítica se observa que  $-1.84 > -1.96$ . El valor de  $Z$  calculada cae en la región de aceptación lo que permite aceptar la hipótesis nula.



## 5. Toma de decisión

Como resultado de la prueba de hipótesis y aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) llegamos a la conclusión que el régimen de percepciones y la situación económica no están relacionadas de manera significativa.

### B. Objetivos Específico N°1

Establecer la relación que tiene el Régimen de Percepciones con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

Tabla 18:  
**Correlación Entre el Régimen de Percepciones y la Rentabilidad**

		RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	RENTABILIDAD
Tau_b de	RÉGIMEN DE PERCEPCIONE S	Coficiente de correlación	1,000
		Sig. (unilateral)	-,020
Kendall D	RENTABILIDA D	Coficiente de correlación	,356
		Sig. (unilateral)	.
		N	278
		N	278

### Interpretación

La correlación entre el régimen de percepciones y la rentabilidad nos da un valor de  $t = -0.020$  lo que nos indica que la relación es directa y aceptable y la significación bilateral es  $p = 0.356$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es negativa y fuerte.

- **Prueba de Hipótesis para la variable Régimen de Percepciones y situación económica**

**Hipótesis Específico N°1:**

El tratamiento del régimen de percepciones se relacionan significativamente con la rentabilidad de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

**1. Planteamiento de Hipótesis estadística**

H<sub>0</sub>: No existe relación significativa del régimen de percepciones y la rentabilidad, donde  $t = 0$

H<sub>a</sub>: Existe relación significativa del régimen de percepciones y la rentabilidad, donde  $t \neq 0$

**2. Nivel de Significancia**

Z = 95% la Z crítica es  $\alpha = 1.96$

**3. Cálculo Estadístico**

$$Z = \frac{T}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

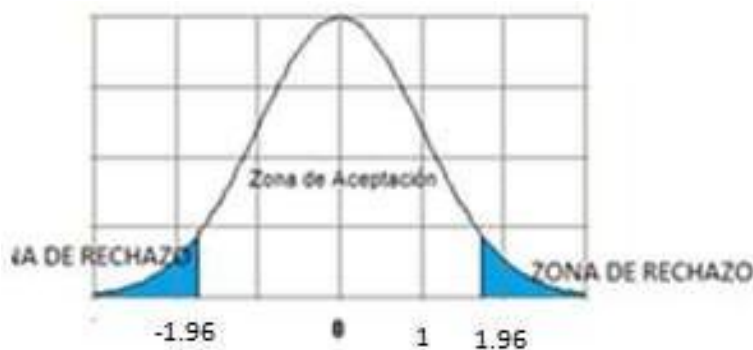
Reemplazando datos en la fórmula se tiene  $Z = -0.016$

Donde:

$$Z_{\text{crítica}} = 1.96$$

$$T = -0.020$$

$$N = 278$$



**Figura 14 Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°1**

Fuente: Tabla 17

4. Comparando la  $Z$  calculada con  $Z$  crítica se observa que  $-0.016 > -1.96$ . El valor de  $Z$  calculada cae en la región de aceptación lo que permite aceptar la hipótesis nula.

#### 5. Toma de decisión

Como resultado de la prueba de hipótesis y aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) llegamos a la conclusión que el régimen de percepciones y la rentabilidad no están relacionadas de manera significativa.

### C. Objetivos Específico N°2

Establecer la relación que existe el Régimen de Percepciones con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

Tabla 19:

#### Correlación Entre Régimen de Percepciones con la Liquidez

		RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	LIQUIDEZ
RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	Coefficiente de correlación	1,000	-,044
	Sig. (unilateral)	.	,198
	Tau_b de N	278	278
LIQUIDEZ	Coefficiente de correlación	-,044	1,000
	Sig. (unilateral)	,198	.
	N	278	278

#### Interpretación

La correlación entre régimen de percepciones y la liquidez nos da un valor de  $t = -0.044$  lo que nos indica que la relación es inversa y baja y la significación bilateral es  $p=0.198$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es significativa.

**- Prueba de Hipótesis para la variable Régimen de Percepciones y situación económica**

**Hipótesis Específico N°2:**

El tratamiento del régimen de percepciones se relacionan significativamente con la liquidez de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

**1. Planteamiento de Hipótesis estadística**

$H_0$ : No existe relación significativa del régimen de percepciones y la liquidez, donde  $t = 0$

$H_a$ : Existe relación significativa del régimen de percepciones y la liquidez, donde  $t \neq 0$

**2. Nivel de Significancia**

$Z = 95\%$  la  $Z$  crítica es  $\alpha = 1.96$

**3. Cálculo Estadístico**

$$Z = \frac{T}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

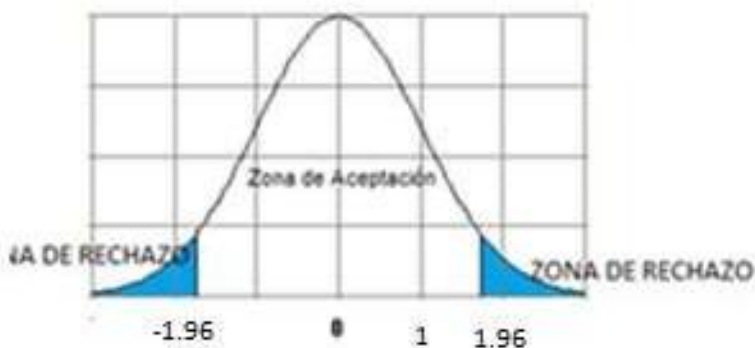
Reemplazando datos en la fórmula se tiene  $Z = -0.035$

Donde:

$$Z_{\text{crítica}} = 1.96$$

$$T = -0.044$$

$$N = 278$$



**Figura 15** Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°2

Fuente: Tabla 18

4. Comparando la Z calculada con Z crítica se observa  $-0.035 > -1.96$ .

El valor de Z calculada cae en la zona de aceptación lo que permite aceptar la hipótesis nula.

#### 5. Toma de decisión

Como resultado de la prueba de hipótesis y aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) llegamos a la conclusión que el régimen de percepciones y la liquidez no están relacionadas de manera directa y significativa.

### D. Objetivos Específico N°3

Establecer la relación que hay entre el Régimen de Percepciones con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo RUS – Distrito de Chilca 2016.

Tabla 20:  
**Correlación Entre el Régimen de Percepciones con la Gestión Comercial.**

		RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	GESTION COMERCIAL
RÉGIMEN DE PERCEPCIONES	Coefficiente de correlación	1,000	-,002
	Sig. (unilateral)	.	,484
	N	278	278
GESTION COMERCIAL	Coefficiente de correlación	-,002	1,000
	Sig. (unilateral)	,484	.
	N	278	278

I

#### Interpretación

La correlación régimen de percepciones con la gestión comercial nos da un valor de -0.002 lo que nos indica que la relación es directa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.484$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es significativa.

**- Prueba de Hipótesis para la variable Régimen de Percepciones y situación económica**

**Hipótesis Específico N°3:**

El régimen de percepciones se relaciona significativamente en la gestión comercial, de los Contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016.

**1. Planteamiento de Hipótesis estadística**

$H_0$ : No existe relación significativa del régimen de percepciones y la gestión comercial, donde  $t = 0$

$H_a$ : Existe relación significativa del régimen de percepciones y gestión comercial, donde  $t \neq 0$

**2. Nivel de Significancia**

Z = 95% la Z crítica es  $\alpha = 1.96$

**3. Cálculo Estadístico**

$$Z = \frac{T}{\sqrt{\frac{2(2N+5)}{9N(N-1)}}}$$

Reemplazando datos en la fórmula se tiene  $Z = -1.57$

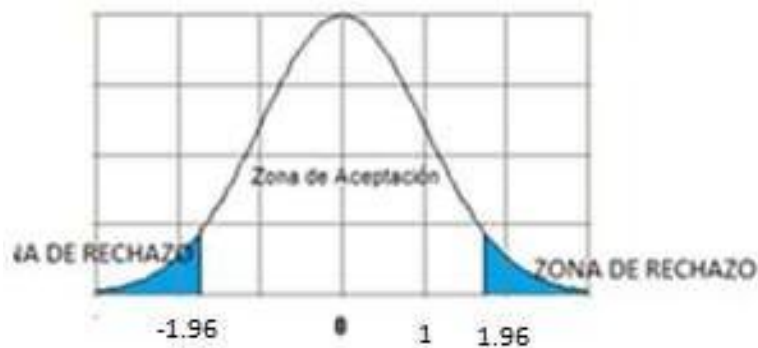


Donde:

$$Z_{\text{crítica}} = 1.96$$

$$T = -0.002$$

$$N = 278$$



**Figura 16 Cálculo del Estadístico Hipótesis Específico N°3**

Fuente: Tabla 19

4. Comparando la  $Z$  calculada con  $Z$  crítica se observa que  $-1,57 > -1.96$ . El valor de  $Z$  calculada cae en la región de aceptación lo que permite aceptar la hipótesis nula.

#### 5. Toma de decisión

Como resultado de la prueba de hipótesis y aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) llegamos a la conclusión que el régimen de percepciones y la gestión comercial no están relacionados de manera directa y significativa en la muestra de estudio.

### 4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación realizada, tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre el Régimen de percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo RUS – Distrito Chilca, 2016.

De acuerdo a los resultados estadísticos entre las variables Régimen de Percepciones y situación económica nos da un valor de  $-0.074$  lo que nos indica que la relación es inversa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.077$  lo que indica que es significativo y notable. Esto quiere decir que la correlación es inversa y fuerte.

Por lo cual, en el estudio de la investigación realizada se planteó la siguiente interrogante. ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la situación Económica de los contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016?

La prueba de hipótesis general hallada explica Como resultado de la prueba de hipótesis y aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ) llegamos a la conclusión que el régimen de percepciones y la situación económica no están relacionadas de manera significativa.

A si mismo se analizó los resultados estadísticos descriptivos del régimen de percepciones, donde Según la Tabla 7 y Figura 5, nos muestran los niveles según la encuesta ante los contribuyentes del Nuevo Rus del Distrito de Chilca, donde el 47.10% opinan que es muy bajo la aplicación del régimen de percepciones, mientras que el 4.30% opinan muy alto, sin embargo el 25.20 % opinan bajo, el 5.00% opinan medio y el 18.30% opina que es alto.

Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo Rus del distrito de Chilca opina que la utilización del régimen de percepciones se encuentra

en un nivel muy bajo (47.10 %), fueron los resultados que arrojaron de Tau\_b de Kendall por ser la muestra mayor a 30.

- a) De igual forma se dio la siguiente interrogante ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?

La correlación entre el régimen de percepciones y la rentabilidad nos da un valor de  $t = -0.020$  lo que nos indica que la relación es directa y aceptable y la significación bilateral es  $p = 0.356$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es negativa y fuerte.

De igual forma se dio la hipótesis específica fue, el tratamiento del régimen de percepciones se relacionan significativamente con la rentabilidad de los Contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016.

Según la Tabla 12 y Figura 10, nos muestran los niveles obtenidos de la rentabilidad nos muestra que el 71.60% contribuyentes del Nuevo Rus en el distrito de chilca opinan que el nivel de su situación económica es muy baja mientras que 1.40 % de los contribuyentes del Nuevo Rus expresan que es bajo, sin embargo el 15.80 % de contribuyentes del Nuevo Rus opinan que es alta, el 6.50% es regular y solo el 4.70% de los contribuyentes del Nuevo Rus consideran que en su Rentabilidad es muy alta. De todo lo expresado en los resultados, se considera que los contribuyentes de Nuevo Rus del distrito de chilca que tienen una baja rentabilidad con 71.58%, fueron los resultados que arrojaron de Tau\_b de Kendall por ser la muestra mayor a 30.

- b) De igual forma se dio la siguiente interrogante, ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo RUS - Distrito de Chilca, 2016?

La correlación entre régimen de percepciones y la liquidez según los resultados estadísticos nos dio un valor de  $t = -0.044$  lo que nos indica que la relación es inversa y baja y la significación bilateral es  $p=0.198$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es significativa.

Donde los resultados de la Tabla 13 y Figura 11, nos muestran los niveles obtenidos de liquidez donde el 53.60 % de los contribuyentes del Nuevo Rus del distrito de Chilca opinan que el nivel de su liquidez es escaso, mientras que el 15.80% es regular, el 1.40% es moderada, sin embargo el 8.30% dice es deficiente y solo el 20.90% dice que es excelente. Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo Rus del de Chilca opina que su nivel de liquidez es escaso (53.60%), fueron los resultados que arrojaron de Tau\_b de Kendall por ser la muestra mayor a 30.

- c) De igual forma se dio la siguiente interrogante, ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?

La correlación régimen de percepciones con la gestión comercial nos da un valor de  $-0.002$  lo que nos indica que la relación es directa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.484$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es significativa.

Los resultados de la Tabla 14 y Figura 12 nos muestran los niveles obtenidos de Gestión comercial donde el 16.20% de los contribuyentes del Nuevo Rus del distrito de Chilca opinan que el nivel de su gestión comercial es muy deficiente, mientras que el 8.60% expresa que es eficiente, el 47.50% dice que mala, el 13.30% regular y solo el 14.40% es buena.

Por lo que se afirma que la mayoría de los contribuyentes del Nuevo Rus del distrito de Chilca opina que su situación económica es mala (47.50%), que arrojaron de Tau\_b de Kendall por ser la muestra mayor a 30.

Por lo cual coinciden con la investigación que realizó (Castillo, 2015), la investigación “IMPLICANCIA DE LAS PERCEPCIONES DEL IGV EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMBUSTIBLE 2014” Se ha logrado contrastar y verificar al 100% la hipótesis alternativa, determinando que el Régimen de Percepciones del IGV sí tiene implicancia en la liquidez de las empresas del sector combustible de Lima – Año 2014; conclusión que se sustenta en la tabla N° 1 donde queda demostrado que solo 15% de los encuestados dice es importante tener conocimiento de la norma; de la misma forma en la Tabla N° 2, ante la pregunta que sí los agentes de percepción vienen desarrollando una adecuada gestión solo el 15% afirma positivamente; También del Análisis de los Estados Financieros se determina que influye negativamente en el capital de trabajo neto.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación, se concluyen de la siguiente manera:

1. De acuerdo al objetivo general, fue determinar la relación existente entre el Régimen de Percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016. Se determinó, que la correlación entre las variables Régimen de Percepciones y situación económica nos da un valor de Tau\_b de Kendall = -0.074 lo que nos indica que la relación es inversa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.077$  lo que indica que es significativo y notable. Esto quiere decir que la correlación es inversa y fuerte. Por otra parte el régimen de percepciones afecta a los contribuyentes en la situación económica de los contribuyentes de Nuevo RUS, se da también porque existe una gran cantidad de contribuyentes que desconocen la aplicación del Régimen de percepciones.
2. De acuerdo al primer objetivo específico, fue establecer la relación que tiene el Régimen de Percepciones con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016, se determinó que la correlación entre el régimen de percepciones y la rentabilidad nos da un valor de Tau\_b de Kendall = -0.020 lo que nos indica que la relación es inversa y aceptable y la significación bilateral es  $p= 0.356$  lo que indica que es significativo. Esto quiere decir que la correlación es significativa y notable, por otra parte se concluye que los contribuyentes del nuevo Rus, del distrito de chilca están afectados al régimen de percepciones, donde el giro de negocio es la venta de productos de consumo masivo en algunas generando ganancias mínimas, porque el uso del régimen de percepciones son pagos adelantados el IGV de los productos que se encuentran afectados a dicho régimen.

3. De acuerdo al segundo objetivo específico fue establecer la relación que existe entre el Régimen de Percepciones con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016, se determinó, que la correlación entre régimen de percepciones y la liquidez nos da un valor de Tau\_b de Kendall =  $-0.044$  lo que nos indica que la relación es inversa y baja y la significación bilateral es  $p=0.198$  lo que indica que la correlación es significativa, así mismo los contribuyentes de Nuevo Rus del Distrito de Chilca se ven afectados en su liquidez económica, ocasionando ganancias mínimas en sus negocios.
4. De acuerdo al tercer objetivo específico, fue establecer la relación que hay entre el Régimen de Percepciones con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca 2016, se determinó, que la correlación régimen de percepciones con la gestión comercial nos da un valor Tau\_b de Kendall  $-0.002$  lo que nos indica que la relación es inversa y directa la significación bilateral es  $p=0.484$  lo que indica que la correlación es significativo, además se identificó que los contribuyentes del Nuevo Rus del Distrito de Chilca, no se capacitan de manera constante sobre el uso del régimen de percepciones, por lo cual no tienen una buena gestión comercial en sus negocios.

## RECOMENDACIONES

A los contribuyentes del Nuevo Rus del Distrito de Chilca:

1. Al momento de tramitar su RUC, deberían de informarse sobre los procedimientos de la aplicación del Régimen de percepciones, en las operaciones comerciales. De esa manera los contribuyentes del Nuevo Rus del Distrito de Chilca, puedan aplicar de manera correcta las percepciones, para poder determinar el pago de sus impuestos mensuales de tal forma que no se sientan perjudicados en su situación económica.
2. Informarse acerca de los productos que se encuentran afectos al régimen de percepción, con el fin de llevar un control de los pagos realizados por concepto de percepciones, por consiguiente no se verían afectados en su rentabilidad económica.
3. Llevar un control de sus comprobantes de pagos de percepciones, de tal manera que puedan pedir las devoluciones de las percepciones no aplicadas, de tal forma que no se sientan afectados en la liquidez económica en el desarrollo de sus operaciones comerciales o centros de negocio.
4. Capacitarse y orientarse, así mismo buscar asesoría profesional sobre el uso de régimen de percepciones, en consecuencia tendrán un mejor desarrollo en la gestión comercial de sus negocios.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeyda, G. (2017). Información contable, tributario y laboral .
- Alva, M. (2010). Detracciones, Retenciones y Percepciones. Lima, Perú: Instituto Pacífico.
- Ballena, C., & Rivera, S. (Diciembre de 2015). Incidencia en la Situación Económica de los Contribuyentes del frente al Régimen de Percepciones, Chiclayo -2014. Chiclayo, Perú. Obtenido de [tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/.../TL\\_BallenaDelgadoCarlos\\_RiveraEspinozaSabina.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/.../TL_BallenaDelgadoCarlos_RiveraEspinozaSabina.pdf)
- Borja, M. (2008). Sistematización de la Función Comercial.
- Carrasco, L. (2011). Aplicación práctica del Impuesto a la Renta. Lima: Santa Rosa S.A.
- Carrasco, S. (2006). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.
- Castillo, D. (2015). Implicancia De Las Percepciones Del Igv En La Liquidez De Las Empresas Del Sector Combustible De Lima - 2014. Lima, Lima, Perú. Obtenido de [repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/689](http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/689)
- Económica, E. d. (31 de Octubre de 2012 ). <http://blog.manqv.com/estado-de-situacion-financiera-o-economica/>.
- González, M., Majano, A., & Medrano, N. (Marzo de 2011). Guía de Aplicación sobre retenciones y percepciones de los tributos y de los aportes de seguridad social y previsión en El Salvador. San Salvador, El Salvador, Centro América. Obtenido de [www.academia.edu/7520732/UNIVERSIDAD\\_DE\\_EL\\_SALVADOR](http://www.academia.edu/7520732/UNIVERSIDAD_DE_EL_SALVADOR)
- Hurtado. (2000). <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/prc/INSTRUMENTOS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20DATOS.htm>.
- Kinnear y Taylor, I. (29 de Julio de 2017). [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lemg/lemaitre\\_w\\_n/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lemg/lemaitre_w_n/capitulo3.pdf).
- Llegado, C., & Teque, E. (Octubre de 2015). Incidencia del Régimen de las Percepciones en la Liquidez a través de sus Importaciones Durante el Año 2002 y 2013 de la Empresa Motor Import SAC". Chiclayo, Chiclayo, Perú: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de Incidencia del régimen de las percepciones en la liquidez a través de sus importaciones durante el año 2002 y 2013 de la Empresa Motor Import SAC
- Mendoza, A. (2012). Clases y tipos de la investigación científica.
- Mendoza, S. (Junio de 2012). Análisis Sustantivo Del Esquema De Tasas Y Regímenes Especiales Aplicables En El Impuesto Al Valor Agregado En Mexico Para Determinar Su Imposición. Monterrey, Mexico. Obtenido de [eprints.uanl.mx/3068/](http://eprints.uanl.mx/3068/)
- Mucha, L. (2011). Métodos Para Medir la Confiabilidad de Instrumentos de Datos. Lima, Perú.

Sala, R. (9 de Setiembre de 2016). La Situación Económica y Financiera de una Empresa. Lima, Perú.  
Obtenido de [www.esan.edu.pe/.../la-situacion-economico-y-financiera-de-una-empresa/](http://www.esan.edu.pe/.../la-situacion-economico-y-financiera-de-una-empresa/)

SUNAT. (s.f.). Obtenido de  
[www.SUNAT.gob.pe/institucional/publicaciones/revista\\_tributemos/.../ analisis.htm](http://www.SUNAT.gob.pe/institucional/publicaciones/revista_tributemos/.../ analisis.htm)

SUNAT. (s.f.). Obtenido de <http://orientacion.SUNAT.gob.pe/index.php/empresas-menu>

SUNAT. (8 de Diciembre de 2011). Obtenido de [blog.manqv.com/registro-del-régimen-de-percepciones-del-igv/](http://blog.manqv.com/registro-del-régimen-de-percepciones-del-igv/)

SUNAT. (17 de Diciembre de 2016). SUNAT:Cae la morosidad de contribuyentes en pago de tributos.  
Obtenido de <http://gestion.pe/tu-dinero/SUNAT-cae-morosidad-contribuyentes-pago-tributos-2167441>

Tello, V., & Velasquez, N. (2016). Las Percepciones Del Igv Y Su Influencia En La Liquidez De Las Empresas Del Peru, Caso: “Corporacion Pueblo Libre” Sac. Lima, 2015. Lima, Lima, Perú.  
Obtenido de [repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1150](http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1150)

Vara, a. (2015). 7 PASOS PARA DESARROLLAR UNA TESIS. Lima: Empresa Auditora Macro EIRL.

Vara, A. (2015). 7 Pasos para Elaborar una tesis. Lima, Lima, Preu: Macro.

Vara, A. (2015). 7 Pasos Para Elaborar Una Tesis. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.

Vázquez , O. (2009). Evasión tributaria. Buenos Aires: Ediciones de Palma.

# **ANEXOS**

## ANEXO N°1

<b>Anexo A</b>				
<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>				
<b>“RÉGIMEN DE PERCEPCIONES Y SU RELACIÓN CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS CONTRIBUYENTES DEL NUEVO RUS - DISTRITO DE CHILCA, 2016”</b>				
PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la situación Económica de los contribuyentes del Nuevo Rus –Distrito de Chilca ,2016?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>1 a) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tiene relación con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación existente entre el Régimen de Percepciones con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus Distrito de Chilca, 2016</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>1 Establecer la relación que tiene el Régimen de Percepciones con la rentabilidad de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016</p>	<p><b>1 Antecedentes</b></p> <p><u>A Nivel Internacionales</u></p> <p>— (GONZALEZ GARCÍA, 2011), realizo la investigación “GUIA DE APLICACIONES SOBRE RETENCIONES Y PERCEPCIONES DE LOS TRIBUTOS Y DE LOS APORTES DE SEGURIDAD SOCIAL Y PREVISIÓN EN EL SALVADOR” en la Universidad de El Salvador, para optar el Grado LICENCIADO DE CONTADURIA PUBLICA , Marzo del 2011 , Salvador, El Salvador, Centro América</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>El regimen del percepciones se relaciona significativamente con la situacion economica de los Contribuyentes del Nuevo Rus Distrito de Chilca, 2016 .</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>1 a) El régimen de percepciones se relaciona significativamente con la rentabilidad de los Contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016</p>	<p><b>Método de la Investigación:</b> Científico</p> <p><b>Tipo de Investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Nivel de la Investigación:</b> Correlacional</p>
<p>2 b) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?</p>	<p>2 Establecer la relación que existe entre el Régimen de Percepciones con la liquidez de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016.</p>	<p><u>A Nivel Nacional</u></p> <p>— Llegado (2015) realizo la investigación “Incidencia del régimen de las percepciones en la liquidez a través de sus importaciones durante el año 2002 y 2013 de la Empresa Motor Import S AC” , en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de Contador Público , Chiclayo -Perú</p>	<p>2 a) El régimen de percepciones se relaciona significativamente con la liquidez de los Contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016</p>	<p><b>Diseño de la Investigación:</b> Descriptivo – Correlacional</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     M --&gt; O     M --&gt; O2     O &lt;--&gt; r     O2 &lt;--&gt; r     </pre> </div>

PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>3 c) ¿De qué manera el Régimen de Percepciones tendrá relación con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus - Distrito de Chilca, 2016?</p>	<p>3 c) Establecer la relación que hay entre el Régimen de Percepciones con la gestión comercial de los contribuyentes del Nuevo Rus – Distrito de Chilca 2016.</p>	<p>– (VICTOR, 2016), Realizo la investigación “LAS PERCEPCIONES DEL IGV Y SU INFLUENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS DEL PERU, CAS O: “CORPORACION PUEBLO LIBRE” S AC. LIMA, 2015”, la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para obtener el Grado de Maestro en Contabilidad con Mención a Tributación,Lima -Perú</p> <p>– (AMADOR, 2015),Realizo la investigación “IMPLICANCIA DE LAS PERCEPCIONES DEL IGV EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMBUSTIBLE 2014” ,en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para obtener el Grado de Maestría En Contabilidad Mención en Tributación,Lima-Perú</p> <p><b>2 Marco Teórico Referencial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Régimen de Percepciones</li> <li>▪ Normatividad</li> <li>▪ Evasión Tributaria</li> <li>▪ Recaudación Fiscal</li> <li>▪ Situación Económica</li> <li>▪ Rentabilidad</li> <li>▪ Liquidez</li> <li>▪ Gestión Comercial</li> </ul>	<p>3 c) El régimen de percepciones se relaciona significativamente en la gestión comercial, de los Contribuyentes del Nuevo Rus Distrito de Chilca, 2016.</p>	<p><b>Población y Muestra:</b></p> <p><b><u>Población</u></b> 2000 los negocios acogidos al Nuevo Rus.</p> <p><b><u>Muestra</u></b> 278 contribuyentes</p> <p><b>Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:</b></p> <p><b><u>Técnicas</u></b> Entrevista Encuesta</p> <p>Análisis Documental</p> <p><b><u>Instrumentos</u></b> Fichas de Investigación Cuestionarios Guía de Observación.</p>

## **ANEXO N° 2**

### **ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la presente investigación se está considerando los procedimientos adecuados, respetando los principios de ética para iniciar y concluir los procedimientos según el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes.

La información, los registros, datos que se tomarán para incluir en el trabajo de investigación serán fidedignas. Por cuanto, afín de no cometer faltas éticas, tales como plagio, falsificación de datos, no citar fuentes bibliográficas, etc., se está considerando fundamentalmente desde la presentación del Proyecto, Hasta la sustentación de la Tesis.

Por consiguiente, nos sometemos a las pruebas respectivas de validación del contenido del presente proyecto.

## **ANEXO N° 3**

### **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

<b>Término</b>	<b>Significado</b>
<b>SUNAT</b>	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria
<b>IGV</b>	Impuesto General a las Venta
<b>IVA</b>	Impuesto al valor agregado
<b>RUS</b>	Nuevo Régimen Único Simplificado
<b>RUC</b>	Registro Único de Contribuyentes
<b>SAC</b>	Sociedad Anónima Cerrada
<b>SRL</b>	Sociedad de Responsabilidad Limitada
<b>TUO</b>	Texto Único Ordenado
<b>UIT</b>	Unidad Impositiva Tributaria
<b>DNI</b>	Documento Nacional de Identidad

## ANEXO N° 4

### Validación del Instrumento de Información

ÍTEM	CRITERIO										
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende medir		Observación (Si debe eliminarse o modificarse favor indicar)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
ASPECTOS GENERALES									Si	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario											



Los ítems permiten el logro de las dimensiones			
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia de acuerdo a los indicadores			
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir			
VALIDEZ DEL EXPERTO			
APLICABLE		NO APLICABLE	
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			
VALIDADO:	GRADO:	Fecha:	
FIRMA:	Telf.:	Email:	

## ANEXO N° 5

### INSTRUMENTOS USADOS



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



**CUESTIONARIO DE ENCUESTA**  
**"RÉGIMEN DE PERCEPCIONES Y SU RELACIÓN CON LA SITUACIÓN**  
**ECONÓMICA DE LOS CONTRIBUYENTES DEL NUEVO RUS -**  
**DISTRITO DE CHILCA, 2016"**

**ESTIMADOS COLOBARADORES:** El presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de datos sobre Régimen de Percepciones y su relación con la situación económica de los contribuyentes del Nuevo Rus. La confiabilidad de sus repuestas será respetada, no escriba su nombre en ningún lugar del cuestionario.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, usted encontrará un conjunto de preguntas relacionados Régimen de Percepciones y su Incidencia en la Situación Económica, marque según. Considere conveniente.

1. Nunca	2. Casi Nunca	3. A Veces	4. Casi Siempre	5. Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

Parte 1: PARTE: RÉGIMEN DE PERCEPCIONES									
DIMENSIÓN / ITEMS					1	2	3	4	5
<b>Dimensión N° 01: Normatividad</b>									
1	¿Recibe orientación acerca del Régimen de Percepciones constante mente, para su negocio?								
2	¿Aplica las normas tributarias del Régimen de Percepciones en la actualidad?								
3	¿Aplica el procedimiento de las devoluciones de Régimen de percepciones actualmente en su negocio?								
4	¿Se capacita para saber quiénes son agentes de Percepción?								
<b>Dimensión N° 02: Evasión Tributaria</b>									
5	¿Cumple con los pagos tributarios mensualmente?								
6	¿Cumple con emitir comprobantes de pago para evitar evasión Tributaria?								
7	¿Acepta los porcentajes de las percepciones que se aplican en los productos que compra?								
8	¿Cumple con todos los requisitos para abrir un Negocio actualmente?								
<b>Dimensión N° 03: Recaudación Fiscal</b>									
9	¿Verifica de cuanto son sus pagos de su negocio al año al Estado Peruano?								
10	¿Contabiliza sus ingresos y egresos mensualmente en su negocio?								
11	¿Se orienta como los gobiernos locales hacen uso de las recaudaciones Fiscales?								



12	¿Registra sus ingresos de todo el año?					
<b>Parte II: Situación Económica</b>						
<b>Dimensión N° 04: Rentabilidad</b>						
13	¿Realiza un inventario para saber la rentabilidad actualmente en su negocio?					
14	¿Aplica las deducciones de pago con las percepciones de su negocio al momento de declarar sus pagos mensuales?					
15	¿Verifica en que categorías del Nuevo Rus se encuentra mensualmente su negocio?					
16	¿Verifica que productos están afectos a percepciones?					
<b>Dimensión N° 05: Liquidez</b>						
17	¿Controla el Capital de su negocio?					
18	¿Controla sus reservas de las percepciones no aplicadas en su negocio?					
19	¿Verifica cuanto son los porcentajes de percepciones de cada producto?					
20	¿Verifica que contribuyentes se encuentran dentro del Nuevo Rus?					
<b>Dimensión N° 06: Gestión Comercial</b>						
21	¿Evalúa cómo mantener beneficios y solvencia económicos de su negocio?					
22	¿Emplea técnicas para emitir los comprobantes de pago adecuadamente en su negocio?					
23	¿Verificar los comprobantes de percepción por cada entrega de su mercadería?					
24	¿Hace posible para poder capacitarse sobre gestión comercial, para tener un mejor negocio?					

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## ANEXO N° 6

### BASE DE DATOS

**PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12) MUESTRA DEL 01 AL 35**

LIBETH LLACSA.rtf [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Usidades Ventana Ayuda

33 - P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
1	4	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4
2	1	1	1	3	3	3	3	1	4	4	3	1
3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2
4	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
5	3	1	1	1	3	1	3	2	3	3	3	3
6	3	2	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1
7	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
8	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4
9	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
13	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
15	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
16	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
17	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
18	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
19	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
22	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
24	2	2	2	4	4	4	5	1	3	3	3	2
25	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
26	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
27	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1
28	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
31	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4
32	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 36 AL 70

LIBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33: P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
36	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
38	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
39	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2
40	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
41	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
42	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
45	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
46	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
47	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
49	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
50	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
51	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
52	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
53	4	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4
54	1	1	1	3	3	3	3	1	4	4	3	1
55	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2
56	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
57	3	1	1	1	3	1	3	2	3	3	3	3
58	3	2	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1
59	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
60	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
61	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
65	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
67	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
68	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
69	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
70	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 71 AL 105

LIBRETH LLACSA.sev [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33: P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
71	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
74	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
75	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
76	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
77	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
78	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
79	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
80	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
82	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3
83	3	4	4	2	3	5	4	2	4	4	3	4
84	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
88	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
89	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
90	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
91	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
92	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
93	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
94	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
95	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
96	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3
97	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
98	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
99	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
100	1	1	1	1	4	3	1	1	3	2	2	1
101	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
102	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
103	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
104	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
105	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 106 AL 140

LSBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33 : P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
106	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
107	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1
108	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
109	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
110	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
111	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1
112	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
113	1	1	1	1	1	4	3	1	1	3	2	1
114	3	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
115	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
116	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
117	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
118	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
119	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
120	1	1	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3
121	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
122	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
123	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
124	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
125	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
126	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
127	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
128	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
129	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
130	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
131	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
132	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
133	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
134	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
135	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
136	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
137	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
138	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
139	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
140	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 141 AL 175

LIBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33: P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
141	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
142	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
143	1	1	1	1	4	2	1	1	3	3	2	1
144	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
145	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
146	2	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
147	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
148	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
149	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
150	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
151	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
152	2	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
153	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
154	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
155	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
156	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
157	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
158	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
159	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
160	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4
161	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
162	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
163	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
164	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
165	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
166	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
167	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
168	1	1	1	1	1	4	3	1	3	3	2	1
169	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
170	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2
171	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
172	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
173	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
174	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
175	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables



PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 176 AL 210

UISBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33 : P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
176	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
177	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
178	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
179	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
180	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
181	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
182	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
183	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
184	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
185	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
186	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
187	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
188	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
189	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
190	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
191	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
192	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
193	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
194	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
195	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
196	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
197	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
198	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
199	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
200	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
201	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
202	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
203	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
204	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
205	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
206	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
207	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
208	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
209	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
210	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 211 AL 245

LIBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33 - P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
211	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
212	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
213	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
214	2	5	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
215	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
216	1	5	1	1	4	3	5	1	3	3	2	1
217	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
218	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
219	2	5	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
220	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
221	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
222	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
223	2	5	1	1	1	3	5	1	2	1	1	1
224	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
225	1	5	1	1	4	3	5	1	3	3	2	1
226	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
227	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
228	2	5	1	1	1	3	5	1	1	2	1	1
229	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
230	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
231	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
232	2	5	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
233	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
234	1	2	1	1	1	4	5	1	1	1	1	1
235	1	5	1	1	4	3	5	1	3	3	2	1
236	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
237	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
238	2	5	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
239	1	5	2	1	1	1	5	3	2	1	1	1
240	1	5	1	1	4	3	5	1	3	3	2	1
241	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
242	2	5	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
243	2	5	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
244	1	5	2	1	1	1	5	3	3	1	1	1
245	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 1: 12 ÍTEMS (01 AL 12)

MUESTRA DEL 246 AL 278

LISBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

33 : P21 1

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
246	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
247	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
248	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
249	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
250	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
251	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
252	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
253	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
254	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
255	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
256	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
257	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
258	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
259	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
260	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
261	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
262	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
263	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
264	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
265	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
266	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
267	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
268	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
269	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
270	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
271	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
272	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3
273	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
274	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
275	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
276	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
277	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
278	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
279												
280												

Vista de datos Vista de variables

**PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24) MUESTRA DEL 01 AL 35**

LIBBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 : VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	
1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3	3
4	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4
5	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
6	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	4	2	1	1	3	3	2	1	1
8	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2	2
9	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3
10	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1
11	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
12	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	3	2
13	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3
14	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
15	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
16	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
19	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	4	2	1	1	3	3	2	1	1
21	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2	2
22	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	3
23	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1
24	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
25	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3	3
28	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4
29	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
33	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1	1
35	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2	2

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 36 AL 70

LIBBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 ; VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
36	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
37	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
38	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
39	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
40	1	1	-1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3
42	3	4	-4	3	3	5	4	2	4	4	3	4
43	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1
44	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
46	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
47	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
48	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
49	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
50	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
51	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
52	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
53	2	1	-1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
54	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
55	1	2	-1	1	1	-4	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
57	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
58	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
59	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
60	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
61	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
62	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
63	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
64	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
65	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
66	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	3
67	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
68	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
69	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 71 AL 105

LSRETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 - VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
71	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
72	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
73	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	-1
74	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
75	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
76	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
77	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
78	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
79	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
80	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
81	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
82	3	1	1	1	1	3	1	1	5	1	1	1
83	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
84	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
85	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	-1
86	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
87	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
88	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
89	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
90	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
91	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
92	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
93	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
94	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
95	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
96	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
97	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	-1
98	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
99	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
100	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
101	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
102	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
103	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	-1
104	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
105	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 106 AL 140

LIBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 : VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
106	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
107	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
108	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
109	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
110	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
111	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
112	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1
113	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
114	1	1	1	1	4	2	1	1	3	3	2	1
115	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
116	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
117	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1
118	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
119	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
120	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
121	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
122	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
123	1	1	1	1	4	2	1	1	2	3	2	1
124	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
125	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
126	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
127	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
128	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
129	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
130	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
131	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
132	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
133	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
134	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
135	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
136	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
137	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
138	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
139	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
140	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 141 AL 175

LIBRETH LLACSA.sav (ConjuntoDatos1) - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Usilidades Ventana Ayuda

32 : VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
141	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
142	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
143	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
144	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
145	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
146	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1
147	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
148	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
149	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
150	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
151	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
152	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
153	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
154	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
155	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
156	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
157	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
158	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
159	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
160	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
161	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
162	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
163	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
164	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
165	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
166	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
167	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
168	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
169	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
170	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
171	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
172	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
173	4	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4
174	1	1	1	3	3	3	3	1	4	4	3	1
175	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2

Vista de datos Vista de variables



PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 176 AL 210

USBETH LLACSA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 : VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
176	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	
177	3	1	1	1	1	3	1	3	2	3	3	3
178	3	2	2	3	1	1	1	1	3	1	2	
179	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	
180	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	
181	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	
182	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
183	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
184	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	
185	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	
186	1	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2
187	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	
188	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1
189	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	
190	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	
191	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	
192	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
193	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	
194	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	
195	1	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2
196	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	
197	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1
198	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	
199	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	
200	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	
201	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
202	1	1	3	3	2	5	3	2	4	3	2	
203	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	
204	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	
205	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
206	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
207	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	
208	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	
209	1	1	1	1	1	4	3	1	3	3	2	
210	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 211 AL 245

UISBETH LLACSA.sev [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

32 : VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
211	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
212	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
213	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
214	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
215	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
216	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
217	3	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4
218	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
219	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
220	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
221	2	2	2	4	4	4	3	1	2	3	3	2
222	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
223	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
224	1	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1
225	4	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4
226	1	1	1	3	3	3	3	1	4	4	3	1
227	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2
228	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
229	3	1	1	1	3	1	3	2	3	3	3	3
230	3	2	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1
231	1	1	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3
232	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4
233	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
234	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
235	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
236	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
237	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
238	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
239	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
240	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
241	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
242	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
243	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
244	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
245	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1

Vista de datos Vista de variables

PARA LA VARIABLE 2: 12 ÍTEMS (13 al 24)

MUESTRA DEL 246 AL 278

LIBRETH (LACSA.sev [ConjuntoDatos]) - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Libertades Ventana Ayuda

32 - VARIABLE1 15

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
246	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
247	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
248	2	2	2	4	4	4	2	1	3	3	3	2
249	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
250	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
251	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
252	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
253	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
254	1	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2
255	3	4	4	2	3	5	4	3	4	4	3	4
256	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1
257	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
258	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
259	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
260	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
261	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
262	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
263	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
264	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1
265	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
266	2	1	6	2	1	1	1	1	1	1	1	1
267	1	3	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1
268	1	3	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1
269	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3	1
270	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1
271	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
272	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
273	1	1	1	1	4	3	1	1	3	3	2	1
274	2	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2
275	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	3
276	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1
277	1	1	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1
278	2	1	6	2	1	1	1	1	1	1	1	1
279												
280												

Vista de datos Vista de variables

## ANEXO N° 7

### EVIDENCIAS

Nos encontramos en el Distrito de Chilca en los pequeños contribuyentes para poder hacer las encuestas.



Se está realizando la encuesta al contribuyente del Nuevo Rus





Nos encontramos en el Pasaje Riva Güero N°1023 del Distrito de Chilca, en la bodega “Palacio”, que se dedica a la venta de abarrotes, donde se realizó la encuesta para la investigación.



Nos encontramos Av. Francisco Toledo N°523 del Distrito de Chilca, en la bodega “Don Pedrito” que se dedica a la venta de abarrotes, donde se realizó la encuesta para la investigación.