



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



TESIS

Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020

Línea de Investigación: Tributos de empresas administrados por gobiernos Central, Regional y Local.

PRESENTADO POR:

Bach. CAMA MAMANI, Nancy Soledad

Codigo ORCID: 0009-0001-4046-0031

Para Optar al Título Profesional de:

Contador Público.

Asesor: Mg. CPCC. FLORES ORTEGA,

Edwin Isidro

Codigo ORCID: 0000-0003-4060-6456

CUSCO – PERÚ

2023



Datos del autor

Nombres y apellidos	Nancy Soledad Cama Mamani
Numero de documento de identidad	45376321
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-4046-0031

Datos del asesor

Nombres y apellidos	Edwin Isidro Flores Ortega
Numero de documento de identidad	80025020
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4060-6456

Datos del jurado

Presidente del Jurado (Jurado 1)

Nombres y apellidos	Nivana Circe Bustos Rozas
Numero de documento de identidad	23824414

Jurado (2)

Nombres y apellidos	Susana Ticona Mamani
Numero de documento de identidad	23828904

Jurado (3)

Nombres y apellidos	Estela Quispe Ramos
Numero de documento de identidad	25199031

Jurado (4)

Nombres y apellidos	Paola Estrada Sanchez
Numero de documento de identidad	23981474

Datos de la investigación

Línea de investigación de la escuela	Tributaria fiscal
--------------------------------------	-------------------



Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara distrito de Combapata, provincia de Canchis - Cusco, periodo 2022

por Nancy Soledad Cama Mamani


Fecha de entrega: 26-oct-2023 03:53p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2208048351

Nombre del archivo: TESIS_-_OBLIGACIONES_TRIBUTARIAS_Y_COMERCIALIZACI_N_26_10.pdf (2.34M)

Total de palabras: 22996

Total de caracteres: 131259



Ing. C.P.C.C. Edmundo Flores Chango
MATRÍCULA N° 7713



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

³¹
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,

ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020

Línea de Investigación: Tributos de empresas administrados por gobiernos Central, Regional y Local.

PRESENTADO POR:

Bach. CAMA MAMANI, Nancy Soledad

Código ORCID: 0009-0001-4046-0031

Para Optar al Título Profesional de:

Contador Público.

Asesor: Mg. CPCC. FLORES ORTEGA,

Edwin Isidro

Código ORCID: 0000-0003-4060-6456

CUSCO – PERÚ

2023



vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara distrito de Combapata, provincia de Canchis - Cusco, periodo 20

INFORME DE ORIGINALIDAD

21 %

INDICE DE SIMILITUD

17 %

FUENTES DE INTERNET

2 %

PUBLICACIONES

10 %

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	conosce.osce.gob.pe	Fuente de Internet	3 %
2	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá	Trabajo del estudiante	3 %
3	moam.info	Fuente de Internet	2 %
4	biblioteca.itca.edu.sv	Fuente de Internet	1 %
5	Submitted to Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas	Trabajo del estudiante	1 %
6	repositorio.una.ac.cr	Fuente de Internet	1 %
7	Submitted to Universidad de Piura	Trabajo del estudiante	1 %




Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Nancy Soledad Cama Mamani
Título del ejercicio: Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacu...
Título de la entrega: Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacu...
Nombre del archivo: TESIS_-_OBLIGACIONES_TRIBUTARIAS_Y_COMERCIALIZACI_N...
Tamaño del archivo: 2.34M
Total páginas: 101
Total de palabras: 22,996
Total de caracteres: 131,259
Fecha de entrega: 26-oct.-2023 03:53p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 2208048351

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

Obligaciones tributarias y comercialización de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara distrito de Combapata, provincia de Cuzco - Cusco, periodo 2020

Línea de Investigación: Tributos de empresas administrados por gobiernos Centra.l, Regional y Local.

PRESENTADO POR:
Bach. CAMA MAMANI, Nancy Soledad
Codigo ORCID: 0009-0001-4016-0031
Para Optar al Título Profesional de:
Contador Público.
Asesor: Mg. CPCC. FLORES ORTEGA,
Edwin Isidro
Codigo ORCID: 0000-0003-4060-6456

CUSCO - PERÚ
2023



Mg. C.P.C.C. Edwin I. Flores Ortega
MATRÍCULA Nº 7713



Presentación

Sr. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

Señores miembros del dictamen:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, pongo a vuestra distinguida consideración el presente trabajo de investigación intitulado “**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO VACUNO EN LA ASOCIACIÓN DE TOROS DE ENGORDE DE LA COMUNIDAD DE CHIARA DISTRITO DE COMBAPATA, PROVINCIA DE CANCHIS – CUSCO**”, con el objetivo de optar al título de Contador Público.

Bach. Nancy Soledad Cama Mamani

La autora



Agradecimiento

Agradezco a Dios en primer lugar por la vida y por las bendiciones a pesar de las dificultades él siempre está conmigo. Y agradecer a mi familia por el apoyo incondicional.

Finalmente agradezco a las personas que contribuyeron con su conocimiento, enseñanza y colaboración que me permitió el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Nancy Soledad Cama Mamani



Dedicatoria

Dedico a Dios por este trabajo de investigación que es una bendición para mi vida y dedico a toda mi familia.

Así mismo dedico a todas las personas que con su conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo del presente trabajo.

Nancy Soledad Cama Mamani



Nombres y Apellidos del jurado de la Tesis y Asesor

Jurados Dictaminantes:

- Dra. CPC. PAOLA ESTRADA SANCHEZ
- Dra. CPC. ESTELA QUISPE RAMOS

Jurados Replicantes:

Asesor:

- Mg. CPCC. EDWIN ISIDRO FLORES ORTEGA



Índice

Presentación.....	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria.....	iv
Nombres y Apellidos del jurado de la Tesis y Asesor.....	v
Índice	vi
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras	x
Resumen	1
Abstract.....	2
Capítulo I: Introducción	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2 Formulación del Problema.....	5
1.2.1 Problema General	5
1.2.2 Problema Específico	5
1.3 Justificación de la investigación	6
1.3.1 Relevancia social	6
1.3.2 Implicancia practicas	6
1.3.3 Utilidad metodológica	6
1.3.4 Viabilidad o factibilidad	7
1.4 Objetivos de la Investigación.....	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos Específicos	7
1.5 Delimitación de la investigación	8
1.5.1 Delimitación temporal	8
1.5.2 Delimitación espacial.....	8
1.5.3 Delimitación Conceptual	8
1.6 Delimitación de la investigación	8
Capítulo II: Marco Teórico.....	9
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	9
2.1.1 Antecedentes Internacionales	9
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	11
2.1.3 Antecedentes locales.....	13



2.2	Bases legales	15
2.3	Bases teóricas	18
2.3.1.	El tributo.....	18
2.3.2	Principales tributos que recauda el Gobierno Central.	19
2.3.3	Nacimiento de la Obligación Tributaria.....	22
2.3.4	Cumplimiento de obligaciones tributarias.....	22
2.3.5.	Obligaciones y Derechos Tributarias de los Administrados	26
2.3.5.1	Obligaciones de los Administrados	26
2.3.6	Tipos de Sanciones por Incumplimiento de Obligaciones Tributarias.....	29
2.3.7.	Comercialización.....	30
2.3.8	Agente económico organizado (AEO), denominado “Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara Combapata”	40
2.4	Marco Conceptual.....	41
2.5	Formulación de hipótesis.....	43
2.6	Variables	43
2.6.1	Variables.....	43
2.6.2	Conceptualización de la variable	43
2.6.3	Operacionalización de Variables	45
Capítulo III: Método De Investigación.....		46
3.1.	Enfoque de investigación.....	46
3.2.	Alcance de la investigación	46
3.3.	Diseño de investigación	46
3.4.	Población y muestra de la investigación.....	46
3.4.1.	Población	46
3.4.2.	Muestra	47
3.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
3.5.1.	Técnicas:	48
3.5.2.	Instrumentos	48
3.6.	Validez y confiabilidad de instrumentos	48
3.7.	Procesamiento de datos.....	48
Capitulo IV: Resultados de la Investigación		49
4.1	Resultados respecto a los objetivos específicos.....	51
4.2	Resultados respecto al objetivo general.....	59
Capitulo V: Discusión		61



5.1	Descripción de los hallazgos más importantes.	61
5.1.1	Con respecto al Objetivo General.....	61
5.1.2	Con respecto al objetivo específico a)	62
5.1.3	Con respecto al objetivo específico b).....	64
5.2	Limitaciones de estudio	64
5.3	Comparación crítica con la literatura existente	64
5.4	Implicancias del Estudio	66
5.5	Aporte de Investigación	66
	Conclusiones.....	67
	Recomendaciones	69
	Bibliografía.....	70
	APÉNDICES	76
	Matriz de Consistencia	77
	Matriz de instrumentos para la recolección de datos.....	78
	Instrumento: Cuestionario de Entrevista	80
	Instrumento: Guía de análisis documental	85
	Validación de Instrumentos	87
	Solicitud de autorización de uso de información.....	89
	Panel Fotográfico.....	90



Índice de Tablas

Tabla 1: Resumen de los Regímenes Tributarios	21
Tabla 2: Operacionalización de variables.....	45
Tabla 3: Relación de Socios de la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara – Combapata.....	47
Tabla 4. Rangos de interpretación del Alpha de Cronbach	49
Tabla 5. Confiabilidad de la Variable y sus dimensiones.....	50
Tabla 6. Matriz de rangos de Nivel de Confianza de Control Interno.....	51
Tabla 7: Resultado del análisis documental de la Dimensión Obligaciones Formales.	51
Tabla 8: Resultado del Análisis de las encuestas aplicadas los dirigentes y contador de la Asociación.	52
Tabla 9: Resultado del análisis documental de la Dimensión Obligaciones Sustanciales. .	53
Tabla 10: Resultado del análisis de la encuesta aplicada a los socios y el contador de la Asociación.	55
Tabla 11: Resultado del análisis documental de la Dimensión Producto.....	56
Tabla 12: Resultado del análisis documental de la Dimensión Precio.....	57
Tabla 13: Resultado del análisis documental de la Dimensión Plaza.....	58
Tabla 14: Resultado del análisis documental de la Dimensión Promoción.....	59
Tabla 15: Resultado del Análisis documental de la dimensión obligaciones tributarias	59
Tabla 16: Resultado del Análisis documental de la dimensión comercialización.....	60



Índice de Figuras

Figura 1. Canales de Comercialización.....	31
Figura 2: Organigrama del Agente Económico Organizado	41



Resumen

El presente trabajo de investigación intitulado: “Obligaciones Tributarias y Comercialización de Ganado Vacuno en la Asociación De Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara distrito de Combapata, Provincia de Canchis – Cusco, Período 2020” tiene como problemática principal, el cumplimiento parcial de las obligaciones tributarias y el inadecuado proceso de comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno, en cuanto a las hipótesis la presente investigación no contempla esto debido al alcance de la investigación la cual es descriptiva, el marco teórico de la investigación comprende las teorías como el cumplimiento de obligaciones tributarias y el proceso de comercialización, así como sus dimensiones. El tipo de investigación corresponde a teórica y/o práctica, enfoque cuantitativo, diseño no experimental y alcance descriptivo, las técnicas empleadas se basan en el análisis documental y encuesta que permite conocer de cerca y en forma objetiva la situación del cumplimiento de obligaciones tributarias y comercialización, de acuerdo al objetivo planteado el cual es describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, obteniendo como resultados que el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de la Asociación, según el análisis de los instrumentos aplicados se tiene un nivel de cumplimiento moderado alto y el proceso de comercialización con un nivel de cumplimiento moderado tal como, recomendando que el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales deben ser en su totalidad para que esta no se conviertan en infracciones con las sanciones de acuerdo a ley y en cuanto al proceso de comercialización no se cumple adecuadamente.

PALABRAS CLAVE: Obligaciones Tributarias y Comercialización



Abstract

The present research work entitled: "Tax Obligations and Marketing of Cattle in the Association of Breeders of Fattening Bulls of the Community of Chiara, district of Combapata, Province of Canchis - Cusco, Period 2020" has as its main problem, partial compliance of the tax obligations and the inadequate marketing process of the cattle fattening activity, in terms of the hypotheses the present investigation does not contemplate this due to the scope of the investigation which is descriptive, the theoretical framework of the investigation includes the theories such as compliance with tax obligations and the marketing process, as well as its dimensions. The type of research corresponds to theoretical and/or practical, quantitative approach, non-experimental design and descriptive scope, the techniques used are based on documentary analysis and survey that allows to know closely and objectively the situation of compliance with tax obligations and commercialization, according to the stated objective, which is to describe how is the fulfillment of the tax obligations and the commercialization of the activity of fattening cattle in the Association of Breeders of Fattening Bulls of the community of Chiara, obtaining as results that the compliance with tax obligations by the Association, according to the analysis of the instruments applied, there is a high moderate level of compliance and the marketing process with a moderate level of compliance such as, recommending that compliance with formal and substantial obligations They must be in their entirety so that this does not become i Infractions with the sanctions according to law and in terms of the commercialization process is not adequately complied with.

KEY WORDS: Tax Obligations and Marketing



Capítulo I: Introducción

1.1. Planteamiento del Problema

La globalización es un proceso económico y social que ha estado en marcha durante varias décadas y se caracteriza por la interconexión creciente de los mercados, la comunicación instantánea y los flujos de bienes, servicios, información y tecnología a nivel mundial. Este fenómeno ha sido impulsado en gran medida por avances tecnológicos, como internet y las comunicaciones rápidas, lo que ha llevado a una mayor interdependencia entre las economías y las empresas de diferentes países. En el contexto de la actividad de ganado vacuno engordado, la globalización ha tenido varios impactos significativos como la competitividad, donde las organizaciones que participan en la producción y comercialización de ganado vacuno engordado se ven presionadas a ser más competitivas. Esto significa que deben mejorar la eficiencia de sus procesos, reducir costos y ofrecer productos de alta calidad para poder competir en un mercado global.

La actividad ganadera es fundamental e importante para el área rural y la seguridad alimentaria del país. Esta actividad genera empleo e ingreso a 1,8 millones de familias, que equivalen a 7.6 millones de personas, y representa el 40.2% del valor bruto de la producción (VBP) del sector agropecuario. (Agroideas, 2018)

En promedio el valor bruto de la producción de la actividad vacuna creció en un 3.2% anual, viendo los niveles de crecimiento y cómo influye la actividad de crianza, engorde y comercialización de ganado vacuno en las economías de la población que se dedica a esta actividad, por lo que se deduce que al igual que tuvo un crecimiento la actividad de crianza y engorde de ganado vacuno, también sus obligaciones tributarias han tenido un crecimiento, Por lo tanto una mayor recaudación para nuestro fisco, pero sin embargo dicha recaudación se ve mermada debido a que mucho de los que se dedican a la actividad de crianza y engorde de ganado no cumplen con sus obligaciones tributarias.



En la región del Cusco para el 2019 se contaba con una población de 407,267 cabezas y una producción de 9,850 TM de carne de ganado vacuno, según el IV Censo Nacional Agropecuario 2012, considerando a Cusco como uno de los primeros productores de ganado vacuno, pero sin embargo una gran parte de esta producción es realizado por familias de la zona rural, quienes comercializan su ganado en las ferias ganaderas, donde no se entrega ningún tipo de comprobante de pago, por lo tanto como no existe el comprobante que acredita la transferencia del bien, tampoco nace la obligación tributaria.

En la provincia de Canchis la actividad pecuaria es de gran importancia para economía de la población del área rural, la actividad pecuaria se desarrolla de manera intensiva en algunas zonas de la provincia con pastos mejorados y también lo realizan de manera extensiva debido a que cuentan con territorios de pastos naturales. La actividad pecuaria es de gran importancia ya que es una forma de obtener ingresos para los hogares de la zona rural, la comercialización del ganado vacuno se realiza en las ferias ganaderas, en las cuales se percibe una comercialización en cierto grado informal al no evidenciarse la entrega de comprobantes de pago para que la Asociación de Productores pueda exigir el pago de los tributos correspondientes.

En la Provincia de Canchis, distrito de Combapata, comunidad de Chiara se tiene un Agente Económico Organizado (AEO), denominado “Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara – Combapata”, realizando la actividad de comercialización de ganado vacuno engordado a clientes directos e indirectos, si bien la Asociación cuenta con el registro único de contribuyentes (RUC), de acuerdo al mercado al cual está dirigido el producto final que son las ferias ganaderas y la visita de los compradores al Centro de engorde que está ubicado en la Comunidad Chiara, no en todas las transacciones realizadas se evidencia la entrega de comprobantes de pago, generándose cierto grado de percepción de un inadecuado cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales.



El presente trabajo de investigación se va considerar el caso de la Asociación de Criadores de Toros de la Comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco periodo 2020, donde la crianza y engorde de ganado vacuno es una de las principales actividades, con una participación masiva de los pobladores quienes se dedican a la crianza y engorde del ganado vacuno, con el objetivo de obtener un beneficio económico, el proceso consiste en la adquisición de ganado en las ferias a un determinado precio, para luego mediante un proceso, incrementar la masa muscular del animal y por ende su peso para ser comercializados en las mismas ferias o llevadas a otros departamentos con un precio superior generándose renta y de acuerdo a la normativa tributaria de nuestro país se tiene que tributar de acuerdo a los niveles de renta obtenidos.

Para ello es necesario evaluar el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales, si se están cumpliendo de acuerdo a la normativa tributaria vigente, considerando los ingresos netos obtenidos por la Asociación y si la comercialización de sus productos son las más adecuadas con la finalidad de incrementar sus niveles de venta.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020?

1.2.2 Problema Específico

- a) ¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde



de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020?

- b) ¿Cómo se realiza la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Relevancia social

El presente trabajo de investigación es relevante, porque constituye un factor muy importante de desarrollo económico y social para la Asociación, para la comunidad, el distrito, la provincia, la región y el país, permitiendo conocer de manera adecuada y pertinente las obligaciones tributarias y el proceso de comercialización y los resultados que se obtengan, serán de utilidad para los que se dedican a la actividad de crianza y engorde de ganado vacuno no solo del centro poblado, sino de la provincia, región, país e incluso a nivel internacional.

1.3.2 Implicancia prácticas

El presente trabajo de investigación se justifica desde el punto de vista práctico, porque al tener un adecuado conocimiento de las obligaciones tributarias formales y sustanciales que deben cumplir, con la finalidad de ampliar su mercado y por ende un crecimiento a nivel de Asociación, comunidad, distrito mejorando el proceso de comercialización cada vez más.

1.3.3 Utilidad metodológica

El desarrollo del presente trabajo de investigación, nos ha permitido construir, validar y aplicar instrumentos de recolección de datos en forma adecuada, lo cual culminará con la evaluación detallada de las obligaciones tributarias formales y sustanciales y el proceso de



comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno y el precio de comercialización en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.

1.3.4 Viabilidad o factibilidad

El desarrollo del presente estudio ha sido viable, en vista de que se ha tenido acceso a la información contable y tributaria de la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020, además de libros, revistas, revistas informáticas contables.

De acuerdo a la importancia y magnitud del trabajo de investigación desarrollado se ha dispuesto tiempo y recursos económicos para que el trabajo pueda poder lograr los objetivos planteados.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo general

Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020

1.4.2 Objetivos Específicos

- a) Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020



- b) Determinar el proceso de comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación temporal

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomará en cuenta los datos correspondientes al periodo 2020.

1.5.2 Delimitación espacial

El presente trabajo de investigación se desarrollará tomando en cuenta como ámbito de espacio la asociación de criadores de toros de engorde que se encuentra en el distrito de Combapata, provincia Canchis, región del Cusco, donde se aplicará los distintos instrumentos para la recolección y posterior análisis de datos, los cuales ayudarán a realizar el estudio de la investigación.

1.5.3 Delimitación Conceptual

El presente trabajo de investigación se delimitará en base a dos variables las cuales son obligaciones tributarias y proceso de comercialización.

La primera trata sobre el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales considerando la normativa vigente.

La segunda considera el proceso de comercialización enmarcado en las estrategias utilizadas para visualizar si el proceso que está utilizando actualmente es el más adecuado o necesita algunos ajustes.

1.6 Delimitación de la investigación

La línea de investigación dentro de la cual se enmarcará el presente trabajo de investigación es el área de tributación en el sector privado.



Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Antecedentes Internacionales

Antecedente 01.

Según (Mejia Pitti et al., 2021) en su Proyecto de Graduación titulado “Estudio de viabilidad económica financiera para la producción y comercialización de ganado de engorde, mediante la utilización del sistema suplementación estratégica en pastoreo, para la Hacienda El Guabo, ubicada en Santa Cruz, Guanacaste” para optar al grado de Licenciatura en Administración con énfasis en Gestión Financiera con el objetivo: Determinar la viabilidad económica financiera para la producción y comercialización de ganado de engorde, mediante la utilización del sistema suplementación estratégica en pastoreo, para la Hacienda El Guabo, ubicada en Santa Cruz, Guanacaste, con un tipo de investigación descriptiva, con un enfoque mixto (cuantitativa y cualitativa obteniendo información de fuentes primarias y secundarias, utilizando las técnicas e instrumentos entrevista, revisión bibliográfica, web arribando a los siguientes resultados: El estudio de mercado demuestra que el proyecto es viable, debido a que existe una alta demanda de este tipo de ganado, tanto en la subasta de Nicoya como en la planta procesadora cárnica Coopemontecillos, ambos manifestaron estar dispuestos a comprar la totalidad de la producción de Hacienda El Guabo. Asimismo, es importante mencionar que como resultado del estudio de mercado se observa que estos tienen periodos de cierta inestabilidad en los precios, sin embargo, es un mercado seguro, ya que la venta de los toretes siempre será realizada y los cambios en los precios no son tan elevados. Con el estudio técnico se determinó que no existe ningún impedimento que afecte la producción y el engorde de los toretes, por lo que hay una viabilidad técnica, además, se logró determinar todos los requerimientos de inversión y los costos para la implementación del proyecto. Además, se identificó que para el financiamiento del proyecto



el propietario tiene la oportunidad de ser parte del Programa de Financiamiento, Fomento y Encadenamiento productivo del Sector Ganadero para ganado vacuno del BCR, el cual ofrece una tasa de interés baja, en comparación a otras entidades.

Antecedente 02

Según (Lucas Zamora y Párraga Velez, 2016) en su tesis titulada “*ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INCIDIERON EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL CANTÓN BOLÍVAR DURANTE EL AÑO 2014*”, para optar al título de ingeniero comercial con mención especial en administración pública El estudio tuvo como finalidad, analizar los factores que incidieron en el incumplimiento de las obligaciones tributarias en el cantón Bolívar durante el año 2014, teniendo como objetivos fundamentales, la identificación de los contribuyentes que incumplieron con las obligaciones tributarias, la determinación de los factores que originaron este incumplimiento jerarquizándolos con base a su mayor incidencia, para luego, proceder a analizarlos y determinando el impacto que generó en los contribuyes. Se empleó la entrevista, que consistió en un dialogo con la Directora del Servicio de Rentas agencia Chone, sobre las sanciones aplicadas por la Administración Tributarias a los contribuyentes durante el año 2014, posterior a esto, se aplicó la encuesta, con un cuestionario de preguntas cerradas a la población objeto en estudio. A través de los resultados se logró identificar que las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad fueron las que mayormente incumplieron con sus deberes formales, así mismo se determinó que el factor de mayor incidencia es el desconocimiento con un 46%, se concluye, que el incumplimiento de las obligaciones tributarias causó un impacto directo con la continuidad de los negocios, muchos han sido sancionados económicamente, clausurados, e incluso enfrentado acciones coactivas, ocasionando una disminución de ingresos tributarios para el estado ecuatoriano lo que se refleja con las cifras macros de recaudación actuales.



2.1.2 Antecedentes nacionales

Antecedente 01.

Según (Adanaque Delgado, 2019) en su tesis “*Beneficios tributarios, El impacto que producen en la formalización del sector ganadero en la Provincia de Chiclayo, 2018*” de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, para obtener el grado de Doctor en Administración, cuyo objetivo es determinar el impacto que tienen los beneficios tributarios otorgados por el Estado, en la formalización del sector ganadero en la provincia de Chiclayo, 2018. Se siguió una metodología cuantitativa de tipo descriptivo, mediante un diseño no experimental, utilizando como técnica la encuesta mediante el instrumento cuestionario, el cual consta de 24 interrogantes, aplicado a los ganaderos de la provincia de Chiclayo. Los resultados evidenciaron que los factores que influyen al formalizar el sector ganadero; son los siguientes: Las bajas tasas impositivas, el pago único de impuestos y la ausencia/pocos libros contables. La investigación nos permite recomendar al estado mejorar los mecanismos de comunicación y difusión de los beneficios tributarios y todas las bondades o trámites que se requieren para la formalización, para lograr apoyar a las empresas relacionadas al sector ganadero en la provincia de Chiclayo.

Antecedente 02

Según (Cruz Altuna et al., 2019) en su Trabajo de Investigación “*Centro de Engorde y Comercialización de Carne de Ganado Vacuno*” para optar al grado académico de Bachiller en diferentes especialidades, teniendo como objetivo demostrar la viabilidad técnica, económica y financiera del engorde de ganado vacuno para la venta de carcasas a supermercados. En el primer capítulo se determina Industria Ganadera CECOC SAC, ya que significa Centro de Engorde y Comercialización de Carne. Asimismo, se describe el producto y sus derivados. Se fijan objetivos y estrategias para el proyecto. El proyecto del centro de engorde fue seleccionado por la falta de empresas que realicen toda la logística



desde la compra de ganado vacuno hasta la entrega de carcasa al almacén del cliente en condiciones óptimas, que cumplan normas sanitarias y legales. La presentación del producto principal son carcasas que tienen un peso aproximado de 370kg, como producto secundario las pieles, menudencia y guano. Todo ello se validó en entrevistas y encuestas. 16 El proyecto tendrá un horizonte de 5 años con un aporte total de S/. 2,270,450.04 repartido en capital propio del 69.63% (S/.454,090.01) y con un préstamo del Banco BIF del 30.37% restante (S/. 990,491.20). Se proyecta un VANE de S/ 4, 778,678.461 y un TIRE de 51.78%, el cual es mayor al WACC de 12.38% y un VANF de S/. 4, 407,433.852 y un TIRF de 65.93% el cual es mayor al COK de 15%. Con todos los indicadores señalados se determina que no solo el proyecto es viable, sino que producirá un retorno para los inversionistas por encima de lo esperado.

Antecedente 03.

Según Ascona Y. (2017) en su tesis *“Estudio de la comercialización del ganado vacuno en el distrito de Canchaque – provincia de Huancabamba”*, para optar el título de Ingeniero Zootecnista en la Escuela Profesional de Ingeniería Zootecnia de la Universidad Nacional de Piura cuyo objetivo es estudiar la realidad ganadera bovina en los caseríos del distrito de Canchaque, determinar las cadenas de comercialización de ganado bovino que existen en dicho distrito, y plantear las alternativas de la comercialización de ganado bovino, el tipo de investigación fue descriptivo explicativo, con un diseño no experimental, la población estuvo constituida por 544 productores, con una muestra de 60 productores, arribando a las siguientes conclusiones 1) La producción ganadera en el Distrito de Canchaque mayormente está dirigida por el padre de familia para crianzas de 10 a 15 bovinos cruzados, alimentados con pasto cultivado y cuidados sanitarios suficientes. 2) La comercialización se realiza en la parcela del productor directamente con el mayorista, prefiriéndose animales machos cruzados, entre 3 a 5 años, con peso estimado por tasación



entre 10 a 20 arrobas. La venta se realiza al contado, dos veces al año y principalmente por necesidad en el hogar. 3) Las alternativas para mejorar la comercialización de ganado bovino en el distrito de Canchaque incluyen la asociatividad de los productores, la creación de un centro de acopio de ganado, así como la formulación de proyectos integrales y de engorde de ganado.

2.1.3 Antecedentes locales

Antecedente 01.

Según (Latorre Huayllas, 2022) en su tesis titulada “Regímenes Tributarios y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Micro y Pequeños Empresarios del Distrito de San Jerónimo – Cusco, año 2021” para optar al título de Contador Público, en la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco teniendo como objetivo general el “Determinar en qué medida se relacionan los Regímenes Tributarios con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los micro y pequeños empresarios del distrito de San Jerónimo - Cusco 2021”, la población de estudio estuvo conformada por 1068 empresarios, según información del Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), obteniéndose una muestra probabilística de 283 micro y pequeños empresarios del distrito de San Jerónimo. La investigación es de tipo básica, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo - correlacional, y diseño no experimental - transeccional. Asimismo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario con escala tipo Likert, cuyo coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach es de 0,724; siendo un valor aceptable. Los resultados permitieron afirmar que los Regímenes Tributarios se relacionan estadísticamente de manera directa con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los micro y pequeños empresarios del distrito de San Jerónimo de la provincia de Cusco en el periodo 2021, lo que fue demostrado mediante el coeficiente de correlación r de Spearman, cuyo



valor es de $r = 0,243$ con un $0,05$ de nivel de significancia. Llegando a la conclusión general de que los Regímenes Tributarios se relacionan con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas de San Jerónimo, de la provincia de Cusco durante el periodo 2021, puesto que el nivel de cumplimiento no es el mismo en todos los regímenes tributarios. Los resultados y conclusiones del estudio permitieron identificar cual es la visión de los contribuyentes pertenecientes a las micro y pequeñas empresas del distrito de San Jerónimo respecto al sistema tributario establecido por la SUNAT durante el periodo 2021, pues se evaluaron las tasas tributarias, los beneficios, sanciones tributarias y la complejidad del sistema tributario peruano desde la óptica del contribuyente, además de permitirnos conocer de qué forma están relacionados los diferentes regímenes tributarios y el cumplimiento de las distintas obligaciones tributarias, para lo cual se revisó la bibliografía correspondiente e investigaciones anteriores y afines al tema.

Antecedentes 02.

Según Sicos A. (2017), en su tesis *“Cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de venta de ordenadores, equipos periféricos y programas de informática en el centro comercial victoria de la ciudad de Sicuani - 2017”*, para optar al Título Profesional de Contador Público, en la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Andina del Cusco, cuyo objetivo es: Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresas de venta de ordenadores, equipos periféricos y programas de informática en el Centro Comercial Victoria de la ciudad de Sicuani –2017, la metodología utilizada es la siguiente: la investigación tiene el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, con alcance descriptiva, la población es como sigue: y la muestra, concluye la investigación: Que el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias por parte de los gerentes de las empresas que se dedican a la venta de ordenadores, equipos periféricos y programas de informática en el centro comercial Victoria de la ciudad de Sicuani – 2017, es medio.



2.2 Bases legales

2.2.1 Constitución Política del Perú de 1993

Artículo 59.- Rol Económico del Estado el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Artículo 74.- Principio de Legalidad Los tributos se crean, modifican o derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y tasas, los cuales se regulan mediante decreto supremo. Los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales pueden crear, modificar y suprimir contribuciones y tasas, o exonerar de éstas, dentro de su jurisdicción, y con los límites que señala la ley. El Estado, al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de reserva de la ley, y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona.

2.2.2 Decreto Supremo N° 133-2013-EF Texto Único Ordenado del Código Tributario.

Artículo 1.- CONCEPTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.



Artículo 2.- NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

Artículo 25.- TRANSMISIÓN DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA La obligación tributaria se transmite a los sucesores y demás adquirentes a título universal. En caso de herencia la responsabilidad está limitada al valor de los bienes y derechos que se reciba.

Artículo 50.- COMPETENCIA DE LA SUNAT La SUNAT es competente para la administración de tributos internos y de los derechos arancelarios.

Artículo 87.- OBLIGACIONES DE LOS ADMINISTRADOS

Los administrados están obligados a facilitar las labores de fiscalización y determinación que realice la Administración Tributaria y en especial deberán:

1. Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria aportando todos los datos necesarios y actualizando los mismos en la forma y dentro de los plazos establecidos por las normas pertinentes. Asimismo deberán cambiar el domicilio fiscal en los casos previstos en el Artículo 11.

2. Acreditar la inscripción cuando la Administración Tributaria lo requiera y consignar el número de identificación o inscripción en los documentos respectivos, siempre que las normas tributarias lo exijan.

3. Emitir y/u otorgar, con los requisitos formales legalmente establecidos y en los casos previstos por las normas legales, los comprobantes de pago o los documentos complementarios a éstos. Asimismo deberá portarlos cuando las normas legales así lo establezcan.

4. Llevar los libros de contabilidad u otros libros y registros exigidos por las leyes, reglamentos o por Resolución de Superintendencia de la SUNAT; o los



sistemas, programas, soportes portadores de microformas grabadas, soportes magnéticos y demás antecedentes computarizados de contabilidad que los sustituyan, registrando las actividades u operaciones que se vinculen con la tributación conforme a lo establecido en las normas pertinentes.

2.2.3 Decreto Supremo N° 179-2004-EF

Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta Decreto Supremo N° 179-2004-EF.

Capítulo VII: de las tasas del impuesto

Artículo 52°-A.- El impuesto a cargo de personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades conyugales que optaron por tributar como tales, domiciliadas en el país, se determina aplicando la tasa de seis coma veinticinco por ciento (6,25%) sobre sus rentas netas del capital. Tratándose de la renta neta del capital originada por la enajenación de los bienes a que se refiere el inciso a) del artículo 2° de esta Ley, la tasa a que se refiere el párrafo anterior se aplicará a la suma de dicha renta neta y la renta de fuente extranjera a que se refiere el segundo párrafo del artículo 51° de esta ley.

2.2.4 Decreto Supremo N° 055-99-EF

Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo - Decreto Supremo N° 055-99-EF

Artículo 4°.- NACIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

La obligación tributaria se origina:

- a) En la venta de bienes, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el reglamento o en la fecha en que se entregue el bien, lo que ocurra primero. Tratándose de naves y aeronaves, en la fecha en que se suscribe el correspondiente contrato. Tratándose de la



venta de signos distintivos, invenciones, derechos de autor, derechos de llave y similares, en la fecha o fechas de pago señaladas en el contrato y por los montos establecidos; en la fecha en que se perciba el ingreso, por el monto que se perciba, sea total o parcial; o cuando se emite el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, lo que ocurra primero.

- b) En el retiro de bienes, en la fecha del retiro o en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, lo que ocurra primero.
- c) En la prestación de servicios, en la fecha en que se emita el comprobante de pago de acuerdo a lo que establezca el Reglamento, o en la fecha en que se percibe la retribución, lo que ocurra primero. En los casos de suministro de energía eléctrica, agua potable, y servicios finales telefónicos, télex y telegráficos, en la fecha de percepción del ingreso o en la fecha de vencimiento del plazo para el pago del servicio, lo que ocurra primero.

Comentario. La ley del Impuesto General a las Ventas regula a través de sus diversos artículos la actividad comercial.

2.3 Bases teóricas

2.3.1. El tributo.

Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines (Villegas, 2015)

El Código Tributario establece que el término TRIBUTO comprende impuestos, contribuciones y tasas (Codigo tributario, 2013)



- **Impuesto:** Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.
- **Contribución:** Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO.
- **Tasa:** Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos.

La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los administran para fines específicos.

2.3.2 Principales tributos que recauda el Gobierno Central.

2.3.2.1 Impuesto General a las Ventas (IGV)

Conocido como el IVA en otros países, es un impuesto que se liquida mensualmente, el cual está compuesto por el 18% (incluye el 2% de impuesto de promoción municipal), y es aplicado sobre el valor de las ventas de bienes y sobre la prestación de servicios en el país. Es obligatorio presentar la liquidación ante SUNAT, la cual se realiza mediante una Declaración Jurada y paralelamente cumplir con el respectivo pago en una entidad financiera. (Arévalo, Lozano y Pérez, 2015., p. 23)

Del mismo modo SUNAT (2013), expresa que el IGV (Impuesto General a las Ventas) es un impuesto que grava todas las etapas del periodo de producción y distribución, está encauzado a ser asumido por el usuario final, encontrándose habitualmente en el precio de compra de los productos que obtiene.



2.3.2.2 Impuesto a la Renta

Es aquél que se emplea a las rentas tanto de personas naturales como jurídicas. Las rentas de fuente peruana afectas al impuesto están divididas en cinco categorías: Primera Categoría, las rentas reales (en efectivo o en especie) del arrendamiento o sub arrendamiento, el valor de las mejoras, provenientes de los predios rústicos y urbanos o de bienes muebles. Segunda Categoría, intereses por colocación de capitales, regalías, patentes, rentas vitalicias, derechos de llave y otros. Tercera categoría, en general, las derivadas de actividades comerciales, industriales, servicios o negocios. Cuarta Categoría, las obtenidas por el ejercicio individual de cualquier profesión, ciencia, arte u oficio. Quinta Categoría, las obtenidas por el trabajo personal prestado en relación de dependencia. (Villa, 2014)

2.3.2.3 Regímenes Tributarios

Sunat (2019), nos describe los cuatro Regímenes vigentes en el Perú.

a) Nuevo Régimen Único Simplificado

Es un régimen simple que constituye un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas (incluyendo al Impuesto de Promoción Municipal). A él pueden acogerse exclusivamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desenvuelvan actividades productoras de ganancias de tercera categoría (bodegas, ferreterías, tiendas, puestos de mercado, etc.) y cumplan los requerimientos y contextos determinadas.

b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta

Es un régimen tributario conducente a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que adquieran ganancias de tercera categoría derivadas de las actividades de comercio y/o industria; y actividades de servicios.

c) Régimen MYPE Tributario



En este régimen alcanza a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y equivalentes que obtengan ganancias de tercera categoría, domiciliadas en el país cuyos ingresos netos no superen las 1 700 UIT en el periodo gravable.

d) Régimen General

En este régimen se pueden encontrar todas las personas con negocios y personas jurídicas que desenvuelvan actividades empresariales. No existe ningún límite de 29 ingresos ni límites en compras. Se pueden emitir, además, todo tipo de comprobantes y se pagan dos impuestos de manera mensual: el IR y el IGV.

Tabla 1: Resumen de los Regímenes Tributarios

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Fuente: SUNAT 2019



2.3.3 Nacimiento de la Obligación Tributaria.

El TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 2 del Libro Primero (2013), expresa: “La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación”. Al respecto Aguirre et al. (2013) también indica: La obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. En ese sentido, se deben reunir en un mismo momento: La configuración de un hecho, su conexión con un sujeto, la localización y consumación en un momento y lugar determinado. (Citado en Arévalo, Lozano y Pérez, 2015., p. 26)

2.3.4 Cumplimiento de obligaciones tributarias.

Para hablar del cumplimiento de obligaciones tributarias en primer lugar es necesario definir obligación tributaria, cuyos términos se encuentran establecidos en el TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 1 del Libro Primero (2013), nos menciona: “La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”. Entonces se entiende que en la obligación tributaria se relacionan dos sujetos, en este caso el activo y el pasivo; el activo haciendo referencia a la Administración Tributaria y el pasivo al contribuyente, este último adquiriendo la obligación de tributar y en caso no cumpliera, la Administración tributaria podría exigirlo forzosamente. Por ende, podemos asumir que el cumplimiento de las obligaciones tributarias es un deber de todo ciudadano, que si bien es cierto no todos lo cumplen, sin embargo, existe una entidad encargada de verificar el estado de cada contribuyente. Aguirre et al. (2013)

Dentro del cumplimiento de las obligaciones tributarias se pueden subdividir en dos grupos: obligaciones formales y obligaciones sustanciales, las cuales se detallan a continuación (Citado en Arévalo, Lozano y Pérez, 2015., p. 26):



a) Obligaciones formales.

Están referidas a formalidades que los contribuyentes deben cumplir, entre estos tenemos: El otorgamiento de comprobantes de pagos por las ventas realizadas, presentación de declaraciones juradas y otras comunicaciones, llevar los libros y registros contables de acuerdo a las normas establecidas, permitir la fiscalización, etc.

○ **Inscripción en la SUNAT.**

Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el padrón que contiene los datos de identificación de las actividades económicas y demás información relevante de los sujetos inscritos. El Número RUC es único y consta de once dígitos y es de uso obligatorio en toda declaración o trámite que se realice ante la SUNAT.

○ **Régimen Tributario**

Si eres una persona natural o persona jurídica, que posee o va a iniciar un negocio, debes estar registrado en una de las categorías de los regímenes tributarios de la Sunat.

El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Puedes optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

Hay cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG). Puedes evaluar cuál es el ideal para tu negocio.

○ **Emitir comprobantes de Pago**

000128-2021/SUNAT, publicada el pasado 27 de agosto de 2021, se estableció que, desde el 01 de junio del ejercicio 2022, todos los contribuyentes deberán emitir comprobantes de pago electrónicos y dejar de emitir factura y boletas de venta físicas, en caso de no emitir comprobantes de pago se harán acreedores a



una sanción ya sea esta pecuniaria o cierre de establecimiento según la reincidencia de dicha infracción.

○ **Presentación de las declaraciones**

Las declaraciones juradas dependiendo del régimen en el que se encuentre la empresa dentro de las cuales se tiene las declaraciones juradas mensuales de pagos de Impuesto General a las Ventas o Impuesto a la Renta y las declaraciones juradas anuales para determinar el impuesto a la renta por pagar lo presentan el régimen MYPE tributario y el régimen general.

○ **Llevar libros de Contabilidad**

De acuerdo a la normativa los libros de contabilidad se van a llevar de acuerdo al régimen tributario en el cual se encuentre la empresa dentro de los cuales tenemos el régimen único simplificado (RUS); Régimen Especial de Renta (RER); Régimen Mype Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

○ **Consentir el control de la Administración Tributaria.**

Dentro de las facultades de la administración tributaria está la de realizar fiscalizaciones a las empresas para verificar el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales, por lo tanto, las empresas deben apoyar en dicha diligencia que realiza la AT.

○ **Suministrar Información a la Administración Tributaria.**

En caso de que la AT solicite información sobre un periodo, una transacción u otra que considere necesario para cumplir con sus facultades el contribuyente está en la obligación de proporcionar dicha información caso contrario se hará acreedor a una sanción.



b) Obligaciones sustanciales.

Referidas a la determinación y pago de los tributos que corresponden a cada contribuyente. Constituye la esencia de la materia tributaria.

○ **Pago de IGV.**

Es una de las formas de extinción de la deuda tributaria, esta puede realizarse dinero en efectivo, cheques, notas de crédito, débito en cta. cte tarjeta de crédito u otra forma.

○ **Compensación de IGV.**

La deuda tributaria podrá compensarse total o parcialmente con los créditos por tributos, sanciones, intereses y otros conceptos pagados en exceso o indebidamente, que correspondan a períodos no prescritos, que sean administrados por el mismo órgano administrador y cuya recaudación constituya ingreso de una misma entidad. A tal efecto, la compensación podrá realizarse en cualquiera de las siguientes formas: compensación automática, compensación de oficio por la AT, compensación a solicitud de parte.

○ **Pago de Obligaciones Sociales**

Es una forma de extinción de la deuda tributaria correspondiente a las obligaciones sociales que corresponden a los trabajadores contratados por la empresa formal.

○ **Pago de Impuesto a la Renta**

Es una forma de extinción de la deuda tributaria correspondiente al impuesto a la renta la cual ha sido determinada por el contribuyente en la declaración jurada anual, el porcentaje va depender del régimen tributario al cual corresponda el contribuyente.

○ **Pago de Multas.**



Las multas son sanciones que la administración tributaria impone sobre el deudor tributario por infracciones relacionadas con el incumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales.

○ **Pago de intereses moratorios**

Los intereses moratorios se generan por el incumplimiento de pago de los tributos determinados y estos son contados a partir de la fecha de vencimiento de las obligaciones tributarias según cronograma emitido por la SUNAT y a partir del 01 de abril de 2021 la Tasa de Interés Moratorio – TIM para las deudas tributarias en moneda nacional se aplicará el 0.9% mensual. Por lo tanto, la Tasa de Interés Moratoria Diaria equivale a 0.03% para el pago de los impuestos fuera de plazos administrados por la SUNAT

○ **Pago de Fraccionamiento**

El fraccionamiento es una forma de pago en partes que la SUNAT mediante una resolución determina las fechas de pago, el monto de la cuota hasta que la deuda tributaria sea pagada en su totalidad, en caso de incumplimiento de pago de dos o más cuotas del fraccionamiento se pierde dicho beneficio considerándose el pago de toda la deuda o sino va pasar a un proceso de cobranza coactiva.

2.3.5. Obligaciones y Derechos Tributarias de los Administrados

2.3.5.1 Obligaciones de los Administrados

El Artículo 87° del Código Tributario señala que los administrados tienen, entre otros, las siguientes obligaciones:

- a) Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria;



- b) Acreditar la inscripción cuando la Administración Tributaria lo demande y consignar el número de identidad o inscripción en los documentos respectivos, siempre que las medidas tributarias lo pretendan.
- c) Emitir y/o otorgar, con los requerimientos formales legalmente señalados y en los casos pronosticados por las normas legales, los comprobantes de pago o los documentos complementarios a estos.
- d) Llevar los libros de contabilidad u otros libros y registros requeridos por las leyes, reglamentos o por Resolución de Superintendencia de la SUNAT
- e) Consentir el control por la Administración Tributaria.
- f) Suministrar a la Administración Tributaria la información que ésta solicite
- g) Recopilar, archivar y conservar los libros y registros, llevados de manera manual, mecanizada o electrónica, así como los documentos y antecedentes de los procedimientos o situaciones que constituyan hechos aptos de concebir obligaciones tributarias o que estén conexas con ellas, cinco (5) años o durante el plazo de prescripción del tributo, el que fuera mayor.
- h) Salvaguardar en condiciones de operación los sistemas de programas electrónicos, soportes magnéticos y otros medios de almacenamiento de información manejados en sus aplicaciones que envuelvan datos enlazados con el elemento imponible, cinco (5) años o durante el plazo prescripción del tributo, el que fuera mayor.
- i) Acudir a los centros de la Administración Tributaria cuando su presencia sea solicitada por ésta para la demostración de hechos vinculados a obligaciones tributarias.



- j) En caso de tener la calidad de remitente, entregar el comprobante de pago o guía de remisión correspondiente de acuerdo a las medidas sobre la materia para que el traslado de los bienes se realice.
- k) Respalda la posesión de los bienes mediante los comprobantes de pago que permitan sustentar costo o gasto.

2.3.5.2 Derechos de los Administrados

El Artículo 92° del Código Tributario señala que los contribuyentes tienen, entre otros, los siguientes derechos:

- a) Ser tratados con respeto y consideración por el personal al servicio de la Administración Tributaria;
- b) Requerir la devolución de lo pagado indebidamente o en desproporción, de acuerdo con las normas vigentes;
- c) Sustituir o rectificar sus declaraciones juradas, conforme a las disposiciones sobre la materia;
- d) Interponer reclamo, apelación, demanda contencioso-administrativa y cualquier otro medio impugnatorio establecido en el presente Código;
- e) Conocer el estado de tramitación de los procedimientos en los que sea parte;
- f) Solicitar la no aplicación de intereses y sanciones en los casos de duda razonable o duplicidad de criterio de acuerdo con lo previsto en el Artículo 170°;
- g) Interponer queja por omisión o demora en resolver los procedimientos tributarios o por cualquier otro incumplimiento a las normas establecidas en el Código Tributario;
- h) Expresar consulta a través de las entidades representativas, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 93°, y adquirir la debida orientación respecto de sus obligaciones tributarias;



- i) La confidencialidad de la información proporcionada a la Administración Tributaria en los términos señalados en el Artículo 85°;
- j) Solicitar copia de las declaraciones o comunicaciones por él presentadas a la Administración Tributaria;
- k) No proporcionar los documentos ya presentados y que se encuentran en poder de la Administración Tributaria;
- l) Contar con el asesoramiento particular que consideren necesario, cuando se le requiera su comparecencia;
- m) Solicitar aplazamiento y/o fraccionamiento de deudas tributarias de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 36°;
- n) Solicitar a la Administración la prescripción de la deuda tributaria;
- o) Tener un servicio eficiente de la Administración y facilidades necesarias para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, de conformidad con las normas vigentes.

2.3.6 Tipos de Sanciones por Incumplimiento de Obligaciones Tributarias

El Artículo 180° del Código Tributario señala los tipos de sanciones: Multa, Comiso, Internamiento temporal de vehículos, Cierre temporal de establecimiento u oficina de profesionales independientes y suspensión temporal de licencias, permisos, concesiones, o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de actividades o servicios públicos.

Las multas se podrán determinar en función: a) UIT: La Unidad Impositiva Tributaria vigente a la fecha en que se cometió la infracción y cuando no sea posible establecerla, la que se encontrara vigente a la fecha en que la Administración detectó la infracción. b) IN: Total de Ventas Netas y/o ingresos por servicios y otros ingresos gravables y no gravables o ingresos netos o rentas netas comprendidos en un ejercicio gravable.



2.3.7. Comercialización.

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Economía, 2021)

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. (Economipedia, 2017)

2.3.7.1. Demanda

La demanda muestra las cantidades de un bien o servicio que los compradores desean y son capaces de adquirir a los diferentes precios del mercado. Una curva de demanda no sólo refleja lo que la gente quiere, sino también lo que pueda pagar. (Wonnacott, 2010)

Los factores que guían la decisión de las economías domésticas de consumir un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido con el nombre de la demanda. (Katz, 2009)

La demanda está representada por el comportamiento de las necesidades del consumidor en un tiempo explícito en la que prima el precio de los bienes, como un mecanismo que puede hacer variar las condiciones del mercado.

2.3.7.2 Oferta

La oferta expresa el comportamiento de los vendedores y muestra la cantidad que están dispuestos a vender ante los distintos precios. (Wonnacott, 2010)



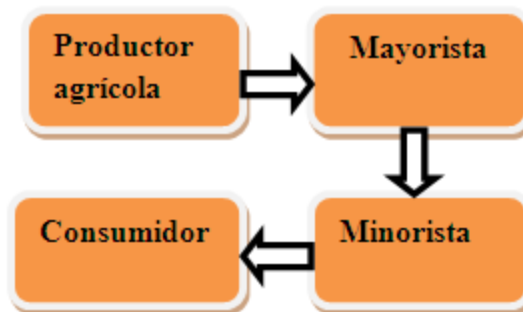
Los factores que guían la decisión de las empresas de vender en un mercado, las cantidades de un determinado bien, en un periodo de tiempo dado, es conocido con el nombre de la oferta. (Katz, 2009)

La oferta está representada por el comportamiento de los productores y/o distribuidores, que en un periodo de tiempo determinado están dispuestos a vender un mismo bien con distintos precios, buscando obtener el mayor margen de utilidad posible.

2.3.7.3 Canales comercialización.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Figura 1. Canales de Comercialización



Fuente: (Sainz, 2009, p. 128)

a) **Mayorista.** El mayorista es un intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al por mayor y que realiza dicha venta principalmente a los minoristas aunque también puede hacer a otros mayoristas o a la industria, en ocasiones se les denomina almacenistas o distribuidores, en sentido estricto a un mayorista habría que pedirle para



calificarlo como tal de medios físicos para el movimientos y reparto de mercancías. (Sainz, 2009)

Son todos aquellos establecimientos comerciales que compran artículos o servicios a gran escala, para distribuirlos a nivel de detallistas y a otras industrias, como materia prima. Los términos distribuidor y comisionistas, son usados frecuentemente como sinónimos del concepto mayorista. (Kotler & Keller, 2016)

El mayorista consiste en abastecer a los mercados y a las industrias con los productos adquiridos a los pequeños y grandes productores agrícolas o de cualquier otro bien con el objetivo de obtener rentabilidad y de satisfacer las necesidades de los clientes

b) Minorista. El minorista es el intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al menor a consumidor o usuario final, representa el punto de contacto del canal de distribución con el ultimo comprador, por lo que lógicamente es quien está en la mejor posición para recoger, analizar y transmitir información de gran relevancia sobre los gustos hábitos y necesidades de los consumidores. (Sainz, 2009)

Minorista es un comerciante que vende al por menor o al detalle y de ahí que a los minoristas se les denomine también detallistas. Un minorista compra a un mayorista o a un fabricante (o incluso a otro minorista) para vender directamente al público. Existe una gran variedad de instituciones minoristas. (Kotler & Keller, 2016)

Son los que en un momento dado, adquieren los productos en propiedad; para luego venderlos a otros Intermediarios o al consumidor final. También se les llama Intermediarios Comerciales ya que revenden los productos que compran.

Mendoza (2005), menciona que el canal de comercialización es también llamado circuito de comercialización, canal de distribución, canal de mercadeo, cadena de



intermediación, y es una manera sistemática de conocer el flujo de circulación de los bienes y servicios entre un origen (producción) y un destino (comprador).

2.3.7.4 Intermediarios de comercialización.

Según Nuño, (2018), los tipos de intermediarios en la comercialización de productos que podemos encontrar:

- a) **Distribuidor:** Tipo de intermediario muy similar al mayorista, pero les diferencia algo clave. Mientras que los mayoristas disponen de una amplia variedad de productos de la competencia; los distribuidores sólo llevan líneas de productos complementarios y tienen una relación muy estrecha con sus proveedores y clientes. Además, los distribuidores son propietarios de los productos y los almacenan ellos mismos hasta que finalmente los venden.
- b) **Mayorista:** Figura que vende todo tipo y gran variedad de productos, almacenándolos y vendiéndolos, ya sea a otras empresas o a consumidores finales. Aunque, normalmente, este tipo de intermediario vende los productos a otros intermediarios, generalmente a minoristas.
- c) **Minorista:** Otro de los intermediarios en la comercialización de productos son los minoristas. Éstos se dedican a la venta de productos al por menor o al detalle. Es el intermediario que vende directamente al consumidor los productos que previamente ha comprado.
- d) **Corredor:** También llamado bróker, es un tipo de intermediario en la comercialización de productos que sirve de enlace entre compradores y vendedores; pero con la gran diferencia de que nunca toma posesión física de ningún producto (al contrario que el minorista, por ejemplo). La labor del corredor es la de reunir a compradores y vendedores y, a cambio, se lleva una comisión por el éxito de la venta.



- e) **Facilitador o empresa de logística:** Una figura importante dentro de la comercialización de productos es la de las empresas de logística. Éstas, más que vender, su misión es la de colaborar en el desarrollo y desempeño de las actividades de distribución (sobre todo en temas relacionados con el almacenamiento, embalaje o transporte de productos, más que centrarse en la compraventa).
- f) **Agentes comerciales:** Persona independiente cuyo principal objetivo es el de actuar como vendedor principal de un producto, siendo su representante frente a los usuarios. El agente comercial toma posesión del producto, aunque en realidad no lo posee (pues no lo compra como hace un minorista). Por sus servicios, obtienen unas comisiones. **Productor:** es el primer participante en el proceso, desde el momento de tomar una decisión sobre su producción.

2.3.7.5 Variables del Marketing Mix

a) **Precio.** El precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos. Sin embargo, para que el precio sea una variable que produzca los ingresos necesarios, tiene que ser previamente aceptado por el mercado, por lo que es fundamental que, sea sometido a la prueba ácida del mercado. Y es, precisamente en este punto, en el que el concepto de precio pone bastante énfasis, por lo que resulta imprescindible que todo mercadólogo o persona que tenga relación directa con el área comercial de una empresa u organización lo conozca a fondo. (Kotler & Keller, 2016)

Precio en su acepción económica, representa la relación de intercambio de un bien por otro. En otras palabras, es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios.



Es el valor que tiene un producto al momento de comercializarlo este precio es flexible por ello se lo debe manejar de una manera adecuada en el momento de realizar la transacción.

- **Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos son todos aquellos vinculados con la gestión, organización y dirección de un negocio como consecuencia inmediata del funcionamiento organizacional

- **Gastos de Venta**

Los gastos de venta se refieren a los egresos necesarios para poder dar a conocer, distribuir y finiquitar la venta de los productos y servicios de una empresa.

- **Tributos**

Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

- **Ganancia**

La ganancia es el aumento de la riqueza que se produce a partir de una transacción u operación de índole económico. Visto de otro modo, la ganancia es la diferencia entre los ingresos generados por una actividad económica y los costes necesarios para desarrollar dicha empresa u ocupación.

b) Producto. El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Kotler & Keller, 2016)

Es aquella cosa deseada o no que una persona o empresa realice en un intercambio, la meta básica de las decisiones de comprar consiste en recibir los beneficios tangibles o



intangibles asociados con un producto los aspectos tangibles incluyen el empaque, estilo, color, tamaño y otras características las cualidades intangibles incluyen el servicio la imagen del detallista la reputación del fabricante y el estado social asociado con un producto, la oferta del producto de una compañía es el elemento crucial en cualquier mezcla del marketing. (Kotler & Keller, 2016)

Un producto es un bien con distintas características que se comercializa en un mercado el mismo que satisface necesidades a una persona ya sea por su calidad o por su precio.

- **Calidad de Insumos**

La calidad de los insumos es un aspecto fundamental en cualquier proceso de producción, incluyendo la industria del ganado vacuno engordado. Los insumos son los materiales, alimentos, medicamentos y otros elementos que se utilizan en la crianza y alimentación del ganado. La calidad de estos insumos puede tener un impacto significativo en la salud y el rendimiento de los animales, así como en la eficiencia general del negocio.

- **Calidad de Mano de Obra**

La calidad de la mano de obra es un factor crucial en cualquier industria, incluyendo la ganadería y la producción de ganado vacuno engordado. La manera en que se gestiona y se trabaja con el personal puede tener un impacto significativo en la eficiencia operativa, la calidad del producto y el éxito general del negocio.

- **Calidad del Producto**

La calidad del producto se refiere a la medida en que un producto cumple con las expectativas y requisitos establecidos por los consumidores, usuarios y



estándares de la industria. Una alta calidad en un producto implica que este es confiable, duradero, seguro y cumple su propósito de manera efectiva

c) Promoción. Se define como uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información (Kotler & Keller, 2016)

La promoción de un producto es el conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el producto y de persuadir al mercado objetivo de que lo compre a quien lo ofrece

La promoción es la oferta que se hace de un producto dando a conocer cuáles son los beneficios que este tiene con el fin de convencer al consumidor hasta que lo adquiera para su consumo.

- **Publicidad tradicional**

La publicidad tradicional se refiere a los métodos de promoción y marketing que han sido utilizados durante décadas antes de la llegada de las tecnologías digitales. Estos métodos se basan en medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, vallas publicitarias y otros medios impresos. Aunque la publicidad tradicional todavía se utiliza ampliamente, ha sido complementada y en algunos casos reemplazada en gran medida por la publicidad digital en la era moderna

- **Publicidad en redes sociales**

La publicidad en redes sociales se refiere a la promoción de productos, servicios o marcas a través de plataformas de medios sociales en línea. Esta forma de publicidad ha ganado una gran popularidad debido a la creciente presencia de



personas en redes sociales y la capacidad de dirigirse a audiencias específicas con precisión.

d) Plaza. También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: Canales, Cobertura, Surtido, Ubicaciones, Inventario, Transporte, Logística (Kotler & Keller, 2016).

Distribución Forma en que se reparte el ingreso nacional o la riqueza de una sociedad entre los factores de la producción o entre las personas. Es el lugar donde va a ser comercializado el producto con el fin que se encuentre a la disposición del mercado y lo puedan los consumidores tener un acceso para su adquisición.

- **Venta Directa**

La venta directa es un modelo de comercialización en el que los productos o servicios se ofrecen y venden directamente a los consumidores, sin intermediarios como minoristas, distribuidores o tiendas físicas. En este modelo, las empresas suelen establecer una relación más cercana con sus clientes, ya que se comunican directamente con ellos para promocionar, vender y brindar soporte para sus productos o servicios

- **Venta Indirecta**

La venta indirecta es un enfoque de comercialización en el que los productos o servicios se distribuyen y venden a través de intermediarios o canales de distribución, en lugar de ser vendidos directamente por la empresa fabricante o proveedora al cliente final. En este modelo, los intermediarios pueden ser mayoristas, minoristas, distribuidores, agentes o revendedores que actúan como enlaces entre el fabricante y el consumidor.



2.3.7.6 Sistemas de comercialización de ganado y carnes.

Matto (2010), afirma que la estructura de la tenencia de tierra y la propiedad del ganado en el país motiva que la comercialización se efectúe por medio de intermediarios, quienes adquieren el ganado, de preferencia en ferias en las localidades de la sierra, llegándose a formar lotes que son transportados por vía terrestre a mercados de la costa.

Dicho ganado es seleccionado en lotes, una parte que está en condiciones de sacrificio es beneficiada de inmediato y la otra requiere ser sometida a un proceso de engorde, para su posterior beneficio en los mataderos.

2.3.7.7 Fines de la comercialización.

Seminario (2010), señala que el objetivo de emprender investigaciones sobre la comercialización y programas de perfeccionamiento, es que los canales de comercialización de todos los tipos, adopten los mejores métodos y lleven a cabo sus correspondientes funciones con la máxima eficacia.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (1989), manifiesta que la interdependencia entre comercialización y producción en el desarrollo agrícola debe reconocerse plenamente en todo estudio de estos problemas.

Los productores solo ampliarán su producción en la medida en que una organización en la comercialización les permita vender en condiciones remunerativas.

Los programas de producción y comercialización deben considerarse inseparables y el inadecuado enlace entre los responsables de la planificación de cada uno de estos aspectos constituye un impedimento de sobra conocido.

2.3.7.8 Márgenes de comercialización.

Seminario (2010), define, márgenes de comercialización, como la diferencia entre el precio al primer vendedor y el que paga el último comprador. Este margen equivale a la remuneración de los distintos elementos que integran el canal de comercialización. El



margen de comercialización está constituido por los márgenes individuales obtenidos por los distintos intermediarios que asumen la propiedad de un productor para venderlo y por los costos específicos de los servicios prestados. En si los costos y márgenes de comercialización, al igual que los precios de los productos básicos, se rigen por la oferta y demanda de los servicios de comercialización. Indica que el margen bruto de comercialización se expresa como un porcentaje de la utilidad total que se obtiene a cada nivel de comercialización, llámese, mayorista u otro intermediario existente dentro de la cadena de distribución.

$$M. B. C = \frac{P_c - P_p \times 100}{P_c}$$

Donde:

M.B.C = Margen bruto de comercialización.

P_c = precio de compra.

P_p = precio del productor.

2.3.8 Agente económico organizado (AEO), denominado “Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara Combapata”

El Agente Económico Organizado (AEO) denominado “Asociación de criadores de toros de engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, fue creado un 10 de marzo del 2018 por iniciativa del Sr. Sixto Mamani Quispe uno de los pobladores de la comunidad de Chiara, viendo una oportunidad de mejora para su familia y por ende el de su comunidad, constituyéndose formalmente el 15 de marzo del 2019 según libro de actas, la cual está constituida por 23 socios quienes realizan una actividad en común que es la crianza de toros de engorde.

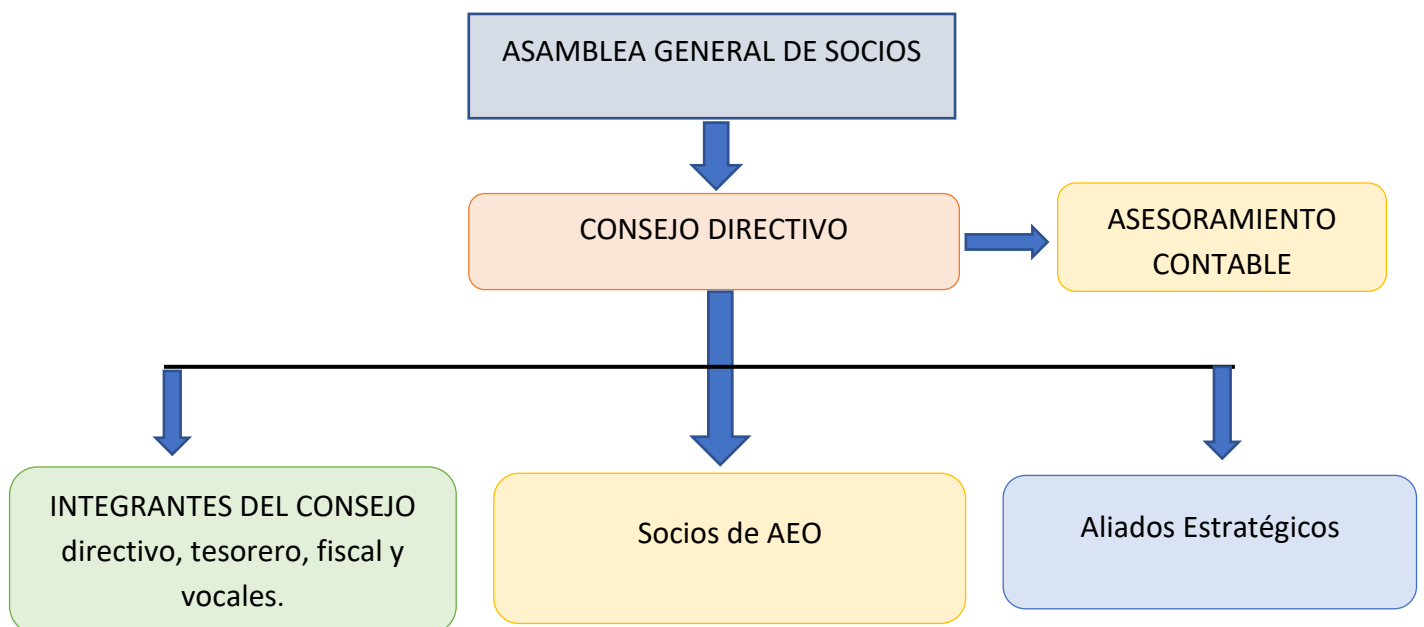


RAZÓN SOCIAL : ASOCIACIÓN DE CRIADORES DE TOROS DE ENGORD
DE COMUNIDAD CHIARA COMBAPATA

RUC : 20606632526

ACTIVIDAD : Principal – 0150 – CULTIVO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS
EN COMBINACIÓN CON LA CRÍA DE ANIMALES
(EXPLOTACIÓN MIXTA)

Figura 2: Organigrama del Agente Económico Organizado



Fuente: Manual de Organización y Funciones del AEO

2.4 Marco Conceptual

a) **Comercialización.** La comercialización es la acción que se realiza entre el comprador y el vendedor, en la cual tanto oferentes como demandantes se ponen de acuerdo en el precio y la cantidad del producto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de ambas partes, es decir que el comprador recibe su bien o servicio a cambio de una determinada cantidad de dinero, y el vendedor recibe el dinero a cambio del bien o servicio que ofrece (Gonzales, 2011, pág. 25)



b. Comercio. Es una actividad económica en la cual intervienen tanto compradores como vendedores, intercambiando libremente bienes y servicios con dinero, ya que es considerado como todo medio de pago generalmente aceptado, con la finalidad de satisfacer las necesidades tanto de oferentes y demandantes, esta actividad se la realiza generalmente dentro de un mercado que es un espacio físico donde pueden intervenir ambos grupos (Gonzales, 2011, pág. 26).

c. Comercio formal. El comercio Formal es el comercio que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes. (Luque y otros, 2015).

d. Contribución. Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales (Codigo tributario, 2013)

e. Contribuyente. Contribuyente es aquél que realiza, o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria. Los contribuyentes y responsables de declarar y pagar los tributos deben cumplir ciertas obligaciones formales y otras sustanciales ante el Estado Peruano. (Codigo tributario, 2013)

f. Impuesto. Es el tributo cuyo cumplimiento no origina una contraprestación directa en favor del contribuyente por parte del Estado. (Codigo tributario, 2013)

g. Obligación tributaria. Es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente. (Codigo tributario, 2013)

h. Tasa. Es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente. (Codigo tributario, 2013)



i. Tributo. Es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una Ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines (Sunat, 2017).

2.5 Formulación de hipótesis.

El presente trabajo de investigación es de alcance descriptivo por lo que no se requiere la formulación de hipótesis, según (Hernández Sampieri, 2014. Pág. 104), No en todas las investigaciones cuantitativas se plantea hipótesis. El hecho de que formule o no hipótesis depende de un factor esencial el cual es el alcance inicial del estudio, las investigaciones que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será descriptivo, pero que intenta pronosticar una cifra o hecho.

2.6 Variables

2.6.1 Variables

Variable 1: Obligaciones Tributarias

Variable 2: Comercialización

2.6.2 Conceptualización de la variable

Variable 1:

Obligaciones Tributarias

Según el TUO del Código Tributario, Decreto Supremo N° 135-99. Art. N° 1 del Libro Primero (2013) “La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente” Entonces se entiende que en la obligación tributaria se relacionan dos sujetos, en este caso el activo y el



pasivo; el activo haciendo referencia a la Administración Tributaria y el pasivo al contribuyente, este último adquiriendo la obligación de tributar y en caso no cumpliera, la Administración tributaria podría exigirlo forzosamente.

Dentro del cumplimiento de las obligaciones tributarias se pueden subdividir en dos grupos: obligaciones formales y obligaciones sustanciales, las cuales se detallan a continuación (Citado en Arévalo, Lozano y Perez, 2015., p. 26):

Variable 2:

Comercialización

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Economía, 2021)



2.6.3 Operacionalización de Variables

Tabla 2: Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable 1 Obligaciones Tributarias	Es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente (MEF, Decreto Supremo N° 133-2013-EF Código Tributario, 2013). Además, se puede subdividir en Obligaciones formales y sustanciales.	Es cuando se relacionan dos sujetos, en este caso el activo y el pasivo; el activo haciendo referencia a la Administración Tributaria y el pasivo al contribuyente, este último adquiriendo la obligación de tributar y en caso no cumpliera, la Administración tributaria podría exigirlo forzosamente, y podemos subdividir en obligaciones formales y las sustanciales	Obligaciones Formales	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción en la SUNAT - Régimen Tributario - Emitir y/o otorgar comprobantes de pago - Presentación de las declaraciones - Llevar los libros de contabilidad - Consentir el control de AT - Suministrar información a la AT
			Obligaciones Sustanciales	<ul style="list-style-type: none"> - Pago del IGV - Compensación IGV - Pago de Obligaciones Sociales - Pago del IR - Pago de multas - Pago de intereses moratorios - Pago con Fraccionamiento
Variable 2 Comercialización	La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Economía, 2021)	Para que la comercialización tenga éxito, se tiene que considerar aspectos como la calidad del producto, un precio justo, el mercado y como damos a conocer nuestros productos.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de insumos - Calidad de MO - Calidad del producto
			Precio	<ul style="list-style-type: none"> - Gastos Administrativos - Gastos de Venta - Tributos - Ganancia
			Plaza	<ul style="list-style-type: none"> - Venta Directa - Venta Indirecta
			Promoción	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad tradicional - Publicidad redes sociales



Capítulo III: Método De Investigación

3.1. Enfoque de investigación

El presente trabajo de investigación se enmarca dentro del enfoque cuantitativo, puesto que se ha recogido y analizado datos. Por cuanto este tipo de investigación hace uso de la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento. (Hernandez, 2014)

3.2. Alcance de la investigación

El presente estudio tiene un alcance descriptivo, porque describe el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales y la comercialización en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.

3.3. Diseño de investigación

Empleamos el Diseño no experimental porque no manipula en forma directa las variables, permitiéndonos observar el fenómeno tal y como se muestra en su contexto natural (Hernandez, 2014)

El tipo de la presente investigación es de naturaleza básica, se menciona que una investigación es básica cuando: “solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad. Su objeto de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos” (Carrasco, 2005)

3.4. Población y muestra de la investigación

3.4.1. Población

La población, está conformado por todo el universo de estudio y para realizar el presente trabajo de investigación se ha considerado como población a todo el personal que



conforma la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020 que son un total de 28 socios.

Además, se considera la documentación relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización tales como (libro caja, boletas, planillas, recibos, boletas, y otros)

3.4.2. Muestra

En el trabajo de investigación se selecciona la muestra aplicando la técnica del muestreo no probabilístico, por lo tanto, la muestra está constituida por los 05 directivos de la asociación y 01 Personal quien se encarga de la contabilidad de la Asociación, quienes están relacionados con el cumplimiento de obligaciones tributarias que conforman el Agente Económico Organizado.

Tabla 3: Relación de Socios de la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara – Combapata.

N°	CARGO	CANTIDAD
1	PRESIDENTE	1
2	SECRETARIO	1
3	TESORERA	1
4	FISCAL	1
5	VOCAL	1
6	CONTADOR	1
	TOTAL	6

Fuente: Padrón de Socios

Además de la Documentación relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias y comercialización de la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara – Combapata.



3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos que se ha utilizado para la recolección y tratamiento de la información que conduce al logro de los objetivos: General y específicos del presente trabajo de Investigación es como sigue:

3.5.1. Técnicas:

En la presente investigación se ha hecho uso de las siguientes técnicas para el proceso de recolección de Información.

- Análisis Documental
- Entrevista

3.5.2. Instrumentos

- Ficha de revisión documentaria
- Guía de entrevista

3.6. Validez y confiabilidad de instrumentos

Para determinar la validez y la confiabilidad de la presente investigación, el instrumento se somete a juicio de expertos; dos docentes especialistas de la universidad, se les ha alcanzado del cuestionario y la ficha de análisis documentario con su respectiva escala de valoración, juicio de expertos

3.7. Procesamiento de datos

Los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas e instrumentos antes mencionados, han sido procesados con la hoja de cálculo y el programa SPSS; y con ellos se elaborarán informaciones en la forma de gráficos de pastel con ordenamientos de izquierda a derecha, de mayor a menor; y de barras, así como tablas, con precisiones porcentuales.



Capítulo IV: Resultados de la Investigación

En cuanto al grado de confiabilidad que ofrece el instrumento seleccionado, el indicador de estabilidad determina si el instrumento presenta la garantía de que su aplicación repetida producirá los mismos resultados, lo cual garantiza su aplicación, si dicho valor asignado se encuentra por debajo de 0.60, entonces se evidenciará la presencia de una inestabilidad diversa en sus ítems y por tanto esto nos llevará a obtener deducciones equivocadas.

Para efectuar el cálculo del mencionado valor de α , se utilizó la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum vi}{vt} \right]$$

Donde los valores son:

α = Alfa de Cronbach

k = Número de Ítems

vi = Varianza de cada ítem

vt = Varianza total

A continuación, se calculó el coeficiente de confiabilidad con el software estadístico SPSS, v.25; rangos de confiabilidad establecidos son:

Tabla 4. Rangos de interpretación del Alpha de Cronbach

Rango	Magnitud
0.01 - 0.20	Muy baja
0.21 - 0.40	Baja
0.41 - 0.60	Moderada
0.61 - 0.80	Alta
0.81 - 1.00	Muy alta

Fuente: Elaboración propia



Tabla 5. Confiabilidad de la Variable y sus dimensiones

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Dimensión Obligaciones Formales	0,625	5
Dimensión Obligaciones Sustanciales	0.714	9
VARIABLE EVALUACIÓN DE RIESGOS	0,694	14

Fuente: SPSS V.25

NOTA. Las estimaciones del coeficiente de confiabilidad computarizado se encuentran en el intervalo $0.60 < \text{Alfa} \leq 1$, por lo tanto, se deduce que la técnica de recojo de información recopila datos confiables asegurando que el grado de confiabilidad muy alta.

Por lo tanto, se concluye que el instrumento para el análisis de la encuesta aplicada a los trabajadores aplicado para el estudio “OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y COMERCIALIZACIÓN DE GANADO VACUNO EN LA ASOCIACIÓN DE CRIADORES DE TOROS DE ENGORDE DE LA COMUNIDAD DE CHIARA DISTRITO DE COMBAPATA, PROVINCIA DE CANCHIS – CUSCO, PERIODO 2020”, es confiable.

Resultados

En la presente pesquisa investigativa se muestran los resultados que se obtuvieron una vez aplicado los métodos para el recojo de informaciones, los cuales estuvieron constituidos por el análisis documental y el cuestionario de encuesta a la variable Evaluación de Riesgos.

a) Análisis Documental

De acuerdo a la ficha de análisis documental se ha procedido al análisis de los documentos que obran en la entidad en estudio que es la Asociación de Criadores de toros de engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.



Tabla 6. Matriz de rangos de Nivel de Confianza de Obligaciones Formales

CALIFICACIÓN	Nivel de Cumplimiento
15% - 50%	Bajo
51% - 59%	Moderado Bajo
60% - 66%	Moderado
67% - 75%	Moderado Alto
76% - 100%	Alto

Fuente: Tesis: Carmen Lorena García Veloz Pág. 177

4.1 Resultados respecto a los objetivos específicos

- a) Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020

Tabla 7: Resultado del análisis documental de la Dimensión Obligaciones Formales.

Item	VERIFICACIÓN	Condición			Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	Proceso	NO			
1	Inscripción en la SUNAT	X			15%	15%	La empresa si está debidamente inscrita en la SUNAT, tal como se puede apreciar en la FICHA RUC que se adjunta como Apéndice.
2	Régimen Tributario	X			15%	15%	Se puede apreciar que se encuentra en el Régimen Mype Tributario
3	Emitir y/o otorgar comprobantes de pago	X			15%	10%	Si cuenta con comprobantes de pago tales como boletas y facturas, pero sin embargo no en todas las transacciones entregan comprobantes.
4	Presentación de la declaración		X		15%	10%	Si realiza la presentación del PDT, pero no son entregados en su oportunidad.
5	Llevar los libros de contabilidad				15%	5%	De acuerdo a la normativa vigente, por el Régimen en el que se encuentra deben llevar Registro de Compras y Registro de Ventas y diario simplificado de forma obligatoria, pero sin embargo no se ha evidenciado dichos documentos



6	Consentir el control de la AT	15%	15%	En el ítem de consentir el control de la AT, la Asociación apenas toman conocimiento de que existe una notificación o información en el correo sobre requerimiento de información, son atendidos de forma inmediata.
7	Suministrar información a la AT	10%	10%	En cuanto a la suministración de la información a la SUNAT, la Asociación están al tanto de los requerimientos que la SUNAT realiza para ser atendidos.
		100%	80%	Nivel de Cumplimiento Alto

Fuente: Análisis documental

Nota:

Como se puede apreciar en la tabla 7 de acuerdo a los ítems analizados con los documentos que obran en la Asociación se llega a la conclusión que el nivel de cumplimiento de las obligaciones formales es alto, debido a que la empresa ha sido constituida formalmente, cuenta con una Ficha RUC, se encuentra en un régimen tributario, tiene comprobantes físicos y también puede emitir comprobantes electrónicos, presenta sus declaraciones algunas con retraso en cuanto a los libros de contabilidad se ha podido apreciar un registro de compras físico el cual no está completo y no ha presentado libros electrónicos considerando dicha dimensión con un nivel de cumplimiento alto con 80% .

Tabla 8: Resultado del Análisis de las encuestas aplicadas los dirigentes y contador de la Asociación.

Item	ITEM	1		2		3		4		5	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
4	¿Cuándo se vende el ganado vacuno engordado emiten algún tipo de comprobante de pago?	0	0%	0	0%	2	33%	3	50%	1	17%
5	¿La Asociación presenta sus declaraciones juradas mensuales o anuales?	0	0%	0	0%	1	17%	3	50%	2	33%
6	¿La Asociación registra sus operaciones en libros o registros contables?	0	0%	0	0%	2	33%	3	50%	1	17%
7	¿La Asociación ha tenido alguna visita por parte de la SUNAT u otro organismo de control?	0	0%	3	50%	3	50%		0%	0	0%



8	¿La SUNAT y otros organismos le ha solicitado información?	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%	0	0%
TOTAL		0	0%	3	10%	13	43%	10	33%	4	13%

Fuente: Encuestas

Nota:

Según la tabla 8 procesada la información proporcionada por la junta directiva de la Asociación conjuntamente con el contador con respecto a la entrega de comprobantes estos se entregan casi siempre un 50%, a veces un 33% y siempre un 17%, la presentación de sus declaraciones un 50% casi siempre, un 33% siempre y 17% a veces, en cuanto al registro de sus operaciones indican que casi siempre se registran un 50%, a veces un 33% y siempre un 17%, la SUNAT u otros organismos realizan visitas casi nunca un 50% y a veces un 50%, por lo que se puede corroborar el resultado del análisis documental considerando que la Asociación cumple parcialmente sus obligaciones formales.

Tabla 9: Resultado del análisis documental de la Dimensión Obligaciones Sustanciales.

Item	DOCUMENTO FUENTE	Condición		Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI Proceso	NO			
8	Pago del IGV		X	15%	5%	Por la naturaleza de la actividad que desarrolla está exonerado del IGV, según el apéndice I del TUO de la Ley del IGV e ISC según partida arancelaria 0101.10.10.00 (especies bovinas).
9	Compensación de tributos		X	15%	5%	En cuanto a la compensación de tributos, la Asociación al no pagar IGV no goza de crédito fiscal por lo tanto no se ha generado compensaciones de IGV.
10	Pago de Obligaciones Sociales		X	15%	5%	La empresa no tiene trabajadores en planillas, en este caso se cuenta con los socios a quienes no se les paga por planillas.



11	Pago del I.R.	X	15%	15%	La asociación ha sido constituida solamente con la finalidad de brindar asesoramiento técnico y financiero a los socios quienes si en forma individual se benefician con la venta de sus ganados mediante la Asociación, la cual esta exonerada del IGV.	
12	Pago de multas	X	15%	15%	En lo que respecta al pago de las multas solo una vez se hizo acreedora a una multa por no presentar su declaración, la cual fue subsanada con la presentación de la declaración y el pago de la multa con gradualidad.	
13	Pago de intereses Moratorios	X	15%	15%	Se ha pagado intereses moratorios por la multa que se ha generado por no pagar el impuesto a la renta que le correspondía, incluyendo los intereses moratorios.	
14	Pago con fraccionamiento		X	10%	10%	Durante el funcionamiento de la Asociación no se ha solicitado fraccionamiento de alguna deuda o multa que se haya tenido.
			100%	70%	Nivel de Cumplimiento Moderado Alto	

Fuente: Análisis Documental

Nota:

Según el análisis documental relacionado con la dimensión obligaciones sustanciales relacionados al pago de los tributos, según tabla 9 se puede apreciar en cuanto al pago de IGV por la actividad esta exonerado motivo por el cual no ha compensado crédito fiscal y en lo que se refiere a las obligaciones sociales la Asociación no contrata trabajadores en planillas, el contador es por RH, de igual manera los médicos veterinarios se les paga con RH por lo tanto no paga beneficios sociales , en cuanto al impuesto a la Renta esta si esta afecta a los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta, en lo que respecta las multas según el análisis realizado solo una vez se hizo acreedora a una multa, en cuanto al pago de intereses si ha realizado el pago de intereses moratorios por el incumplimiento de pago a cuenta de



impuesto a la renta pero ha sido mínimo y en cuanto a los fraccionamientos no ha solicitado en ninguna oportunidad fraccionamiento.

Tabla 10: Resultado del análisis de la encuesta aplicada a los socios y el contador de la Asociación.

Item	ITEM	1		2		3		4		5	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9	¿La Asociación paga oportunamente sus tributos?	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%
10	¿La Asociación cumple con pagar los intereses moratorios que generan las deudas pendientes de pago?	0	0%	0	0%	1	17%	3	50%	2	33%
11	¿La Asociación compra con factura para aprovechar pago adelantado de IGV?	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%	0	0%
12	¿La Asociación cuenta con trabajadores en Planilla?	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%
13	¿La Asociación cumple con el pago de sus beneficios sociales?	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%
14	¿La Asociación paga oportunamente el impuesto a la renta?	0	0%	0	0%	0	0%	3	50%	3	50%
15	¿La Asociación ha tenido alguna multa durante el tiempo de funcionamiento?	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0	0%
16	¿La Asociación ha tenido deudas con la SUNAT u otro organismo?	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	0	0%
17	¿Ha solicitado fraccionamiento para su pago de tributos o multas?	1	17%	0	0%	3	50%	2	33%		0%
		17	31%	8	15%	7	13%	14	26%	8	15%

Fuente: Encuestas

Nota:

Según tabla 10 se puede apreciar los siguientes resultados relacionados con el análisis de las encuestas aplicadas a los socios y el contador de la Asociación teniendo como resultado que la asociación paga oportunamente sus tributos un 50% indica que casi siempre y 50% siempre, en cuanto al pago de intereses moratorios un 17% indica a veces, un 50% casi siempre y un 33% siempre, en cuanto a la compra con facturas, debido a que sus compras son para operaciones exoneradas las adquisiciones que realiza lo hace indistintamente con



facturas y boletas, la asociación no cuenta con trabajadores en planillas solo el contador y el personal veterinario se les paga por RH, la asociación ha tenido multas un 33% indica que nunca y un 67% casi nunca por lo tanto podemos concluir que la apreciación de los socios y el contador coinciden con el análisis documental realizado.

- b) Determinar el proceso de comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.

Tabla 11: Resultado del análisis documental de la Dimensión Producto.

Item	VERIFICACIÓN	Condición		Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	NO			
1	Calidad de insumos		X	33%	25%	En lo que respecta a la calidad de los insumos que utiliza la Asociación para realizar el engorde de ganado, según la verificación son adquiridos sin comprobantes, en su mayoría usan los pastos naturales de la zona.
2	Calidad de Mano de Obra		X	33%	25%	La contratación de personal para que realice el pastoreo, muchas veces lo realizan los familiares del mismo productor en cambio en lo que respecta a la parte técnica que es la desparasitación se cuenta con un veterinario y en algunos casos los mismos productores realizan dicha labor.
3	Calidad del Producto		X	34%	30%	En cuando a la calidad del producto (ganado) esta se evidencia con la tarjeta de sanidad del ganado, pero en muchos casos no cuentan con dicho documento.
				100%	80%	Nivel de cumplimiento Alto

Fuente: Análisis Documental

Nota:

Analizando la tabla 11 podemos concluir que la dimensión producto tienen un nivel de cumplimiento alto con un nivel de cumplimiento alto, considerando los ítems considerados se tiene



la calidad de los insumos, estos son adquiridos en las veterinarias incluyendo el pasto natural que se tiene en la zona, en cuanto a la calidad del personal contratado en su mayoría la MOD son los mismos Asociados con la finalidad de obtener mayor rentabilidad por la venta de su ganado engordado pero se cuenta con un contador y un médico veterinario quienes han sido contratados para un asesoramiento técnico y financiero considerando los dos puntos anteriores podemos indicar que el producto que ofrece la Asociación es de calidad.

Tabla 12: Resultado del análisis documental de la Dimensión Precio.

Item	VERIFICACIÓN	Condición			Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	Proceso	NO			
4	Gastos Administrativos		X		25%	15%	En cuanto a los gastos administrativos, muchas veces no son considerados como tal para determinar el precio de venta del producto, se basan más en el precio de mercado.
5	Gastos de Venta		X		25%	15%	En cuanto a los gastos de venta, muchas veces no son considerados como tal para determinar el precio de venta del producto, se basan más en el precio de mercado.
6	Tributos		X		25%	15%	En cuanto a los tributos, no paga el IGV por la actividad solo paga el impuesto a la renta, la cual no es determinada adecuadamente.
7	Ganancia		X		25%	20%	En cuanto al libro caja, cuenta con un libro caja pero este no se encuentra al día o no contiene la información al 100%
					100%	65%	Nivel de Cumplimiento Moderado

Fuente: Análisis Documental

Nota:

En lo que respecta al precio, se puede indicar que su nivel de cumplimiento es moderado, debido a que los gastos administrativos y gastos de venta son considerados de manera parcial para determinar el precio de venta, los tributos que paga son mínimos por la actividad que desarrolla la Asociación, en cuanto a las ganancias que se obtienen estas se determinan de acuerdo a una



aproximación de cuanto se ha podido invertir en el engorde del ganado, por lo tanto podemos concluir que el precio que se ofrece en las ferias es de acuerdo al mercado es decir considerando el precio de venta de otros vendedores del mismo producto (ganando vacuno).

Tabla 13: Resultado del análisis documental de la Dimensión Plaza.

Item	VERIFICACIÓN	Condición		Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	NO			
8	Venta Directa	X		50%	40%	En su mayoría la venta se realiza de manera directa, ya que los mismos socios llevan su ganado a las diferentes ferias y también acuden al centro poblado para realizar la adquisición del producto (ganado)
9	Venta Indirecta		X	50%	30%	La venta indirecta se realiza cuando los acopiadores de ganado se presentan en la Asociación para poder adquirir ganado, pero estos ofrecen precios por debajo de los que venden en las ferias y también se les vende a ellos ya que compran en cantidades mayores.
				100%	70%	Nivel de Cumplimiento Moderado alto

Fuente: Análisis Documental

Nota:

Considerando la tabla 13 asociado a los resultados de la dimensión plaza se tiene los indicadores venta directa y venta indirecta, llegando a la conclusión que en su mayoría la venta se realiza de manera directa, ya que los mismos socios llevan su ganado a las diferentes ferias y también acuden al centro poblado para realizar la adquisición del producto (ganado) en cuanto a la venta indirecta esta también se realiza a los acopiadores de ganado, pero estos ofrecen precios un poco más bajos pero se vende en mayor cantidad.



Tabla 14: Resultado del análisis documental de la Dimensión Promoción.

Item	VERIFICACIÓN	Condición		Ponderado	Calificación	COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	NO			
10	Publicidad tradicional	X		50%	50%	En un inicio si se ha realizado una publicidad por un medio radial de la zona para que puedan difundir la Asociación.
11	Publicidad redes sociales		X	50%	0%	En cuanto a la publicidad en redes sociales esta no ha realizado publicidad en redes sociales.
				100%	50%	Nivel de Cumplimiento Bajo

Fuente: Análisis Documental

Nota:

Como se puede apreciar en el análisis documental según la tabla 14 el indicador publicidad tradicional, esta se ha realizado a un inicio para poder dar a conocer sobre la Asociación y además para que se integren más socios, y en cuanto a la publicidad en redes sociales, no se ha llegado a concretar, siendo esta una gran oportunidad de difundir la actividad y además es económica por lo tanto en la dimensión promoción se tienen un nivel de cumplimiento bajo con un 50%.

4.2 Resultados respecto al objetivo general

Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.

Tabla 15: Resultado del Análisis documental de la dimensión obligaciones tributarias

DETALLE	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Obligaciones Formales	80%	Nivel de Cumplimiento Alto
Obligaciones Sustanciales	70%	Nivel de Cumplimiento Moderado Alto
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	75%	Nivel de Cumplimiento Moderado Alto

Fuente: Tablas 7 y 9



Nota:

Se puede apreciar que las obligaciones formales tienen un resultado de 80% con un nivel de cumplimiento alto y las obligaciones sustanciales un resultado del 70% con un nivel de cumplimiento moderado alto y sacando un promedio de ambas dimensiones se tienen un resultado del 75% con un nivel de cumplimiento moderado alto la variable obligaciones tributarias, por lo que podemos indicar que la Asociación cumple con sus obligaciones formales y sustanciales pero no en su totalidad.

Tabla 16: Resultado del Análisis documental de la dimensión comercialización

DETALLE	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Producto	80.00%	Nivel de cumplimiento Alto
Precio	65.00%	Nivel de Cumplimiento Moderado
Plaza	70.00%	Nivel de Cumplimiento Moderado alto
Promoción	50.00%	Nivel de Cumplimiento Bajo
COMERCIALIZACION	66.25%	Nivel de Cumplimiento Moderado

Fuente: Tablas 11, 12, 13 y 14

Nota:

Según tabla 16 podemos apreciar que las dimensiones producto 80% con un nivel de cumplimiento alto, precio 65% con un nivel de cumplimiento moderado, plaza 70% con un nivel de cumplimiento moderado alto y promoción 50% con un nivel de cumplimiento bajo y considerando las 4 dimensiones se tienen un resultado de la variable comercialización de 66.25% con un nivel de cumplimiento moderado, por lo que llegamos a la conclusión que la comercialización del producto (ganado engordado) cumple parcialmente con los estándares de comercialización.



Capítulo V: Discusión

5.1 Descripción de los hallazgos más importantes.

La presente investigación tiene como objetivo general: Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020 y como objetivos secundarios se planteó: Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020 y Determinar el proceso de comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020. El estudio fue descriptivo, la población estuvo constituida por la documentación que obra en la Asociación, y los socios de la Asociación incluido el contador, procediéndose con el análisis y verificación de la documentación y la aplicación del cuestionario de encuestas correspondientes, en base a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación. En base al análisis de los resultados obtenidos se pudo determinar que lo siguiente:

5.1.1 Con respecto al Objetivo General

Considerando los hallazgos más relevantes que se ha podido encontrar de acuerdo al análisis documental que se ha realizado a la variable cumplimiento de obligaciones tributarias, se puede apreciar que las obligaciones formales tienen un resultado de 80%, esto es producto de que la AEO cumple con sus obligaciones formales tales como la inscripción en los registros tributarios, realiza sus declaraciones y otras obligaciones de carácter formal motivo por el cual obtiene un nivel de cumplimiento alto y en cuanto a las obligaciones sustanciales un resultado del 70% con un nivel de cumplimiento moderado alto esto obedece



a que la AEO cumple sus obligaciones sustanciales realizando el pago de sus tributos, pero en raras ocasiones no los cumple, esto debido a que en ciertos meses no hay liquidez, pero sin embargo estas son pagadas con retraso generando intereses moratorios y obteniendo un promedio de ambas dimensiones se tienen un resultado del 75% con un nivel de cumplimiento moderado alto resultado de la variable obligaciones tributarias, por lo que podemos indicar que la Asociación cumple con sus obligaciones formales y sustanciales pero no en su totalidad. Considerando la tabla 16 podemos apreciar que los resultados obtenidos en las dimensiones producto con un nivel de cumplimiento alto 80% esto obedece a que el ganado engordado que es el producto final es de buena calidad, en cuanto al precio con un nivel de cumplimiento moderado 65% esto obedece a que para la determinación del precio algunos ítems no son determinados adecuadamente haciendo ver erradamente una rentabilidad alta, considerando la dimensión plaza con un nivel de cumplimiento moderado alto 70% esto debido a que la comercialización se realiza de manera directa e indirecta y por último la dimensión promoción con un nivel de cumplimiento bajo 50% esto obedece a que no se realiza mucha publicidad, la publicidad que obtiene es de persona a persona debido a la calidad de su producto (ganado engordado) y considerando las 4 dimensiones se tienen un resultado de la variable comercialización de 66.25% con un nivel de cumplimiento moderado, por lo que llegamos a la conclusión que la comercialización del producto (ganado engordado) cumple parcialmente con los estándares de comercialización.

5.1.2 Con respecto al objetivo específico a)

Considerando que las obligaciones formales están referidas a formalidades que el contribuyente debe cumplir dentro de las cuales podemos mencionar que la AEO tiene un nivel de cumplimiento de las obligaciones formales alto, debido a que la Asociación ha sido constituida formalmente, cuenta con una Ficha RUC, se encuentra en un régimen tributario, tiene comprobantes físicos y también puede emitir comprobantes electrónicos, presenta sus



declaraciones algunas con retraso en cuanto a los libros de contabilidad se ha podido apreciar un registro de compras físico el cual no está completo y no ha presentado libros electrónicos considerando dicha dimensión con un nivel de cumplimiento alto con 80%. Considerando la información proporcionada por la junta directiva de la Asociación conjuntamente con el contador con respecto a la entrega de comprobantes estos se entregan casi siempre un 50%, a veces un 33% y siempre un 17%, la presentación de sus declaraciones un 50% casi siempre, un 33% siempre y 17% a veces, en cuanto al registro de sus operaciones indican que casi siempre se registran un 50%, a veces un 33% y siempre un 17%, la SUNAT u otros organismos realizan visitas casi nunca un 50% y a veces un 50%, por lo que se puede corroborar el resultado del análisis documental considerando que la Asociación cumple parcialmente sus obligaciones formales.

Realizando una comparación del análisis documental y los resultados de la encuesta, esta última corrobora los resultados obtenidos del análisis documental que para nuestro trabajo ha sido más objetivo dichos resultados.

Según el análisis documental relacionado con la dimensión obligaciones sustanciales relacionados al pago de los tributos, según tabla 9 se puede apreciar en cuanto al pago de IGV por la actividad esta exonerado motivo por el cual no ha compensado crédito fiscal y en lo que se refiere a las obligaciones sociales la Asociación no contrata trabajadores en planillas, el contador es por RH, de igual manera los médicos veterinarios se les paga con RH por lo tanto no paga beneficios sociales, en cuanto al impuesto a la Renta esta si esta afecta a los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta, en lo que respecta las multas según el análisis realizado solo una vez se hizo acreedora a una multa, en cuanto al pago de intereses si ha realizado el pago de intereses moratorios por el incumplimiento de pago a cuenta de impuesto a la renta pero ha sido mínimo y en cuanto a los fraccionamientos no ha solicitado en ninguna oportunidad fraccionamiento.



5.1.3 Con respecto al objetivo específico b)

Determinar el proceso de comercialización de la actividad engorde de ganado vacuno en la Asociación de criadores de toros de engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020.

Considerando la primera dimensión que es producto podemos indicar que la calidad de los insumos utilizados es de buena calidad, en cuanto a la mano de obra muchas veces es pastoreado por los mismos familiares por lo tanto si hay calidad de insumos y mano de obra se tiene un buen producto, razón por la cual se tiene un resultado de 80% con un nivel de cumplimiento alto, de acuerdo a la dimensión precio, esto no es determinado adecuadamente ya que no son considerados adecuadamente los gastos administrativos y gastos de venta los cuales distorsionan en cierta medida la determinación de la utilidad considerando una utilidad alta obteniendo un nivel de cumplimiento moderado

5.2 Limitaciones de estudio

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se puede mencionar que tuvimos limitaciones para la elaboración y recolección de datos, en un comienzo no fue sencillo obtener la autorización de la Asociación ya que consideraban que el propósito era una fiscalización por parte de la SUNAT, pero sin embargo se tuvo que visitarlos en repetidas veces para convencerlos de proporcionarnos la información y así proceder aplicar los instrumentos, así mismo al momento de realizar la entrega de las encuestas a los socios, muchos de ellos se encontraban desempeñando sus labores y manifestaban no tener tiempo para poder leer y responder las encuestas. Limitaciones que se superaron al final, por lo demás no se ha tenido mayores inconvenientes.

5.3 Comparación crítica con la literatura existente

Según Aguilar J. (2017), en su tesis “*Análisis de la perspectiva de los contribuyentes en el régimen fiscal del isr e iva periodo 2014 – 2016*”, De acuerdo a los resultados obtenidos



podemos concluir que el análisis planteado en este trabajo resulto comprobado, efectivamente no existe conocimiento de las contribuciones federales, estatales y municipales y su aplicación por los contribuyentes.

Comparando con nuestro trabajo acerca del cumplimiento de las obligaciones tributarias con un nivel de cumplimiento moderado alto, lo cual podríamos indicar que es muy importante conocer los tributos y su finalidad para hacer efectivo dichos tributos.

Según Ramos C. (2017), en su artículo científico *“Análisis del incumplimiento tributario en el sector comercio, modelo de gestión de riesgos”*, de la Universidad Mayor de San Marcos de Lima, arribando a las siguientes conclusiones El uso indebido de boletas de venta como comprobante de pago que sustenta las compras al por mayor efectuadas por comerciantes de cerveza, gaseosas, productos de cosmetología, lencería, cigarrillos, entre otros; sí afecta la recaudación del IGV del sector comercio. Se estima que el perjuicio económico para el fisco por el uso de esta modalidad de evasión es de 1,044 millones de soles anuales que equivale al 9% del monto total de la recaudación del IGV del sector comercio.

En el trabajo se puede notar el incumplimiento tanto de obligaciones formales y sustanciales considerándose un perjuicio económico a nuestro país, comparando con nuestro trabajo la Asociación si cumple parcialmente con sus obligaciones formales y sustanciales.

Según Ascona Y. (2017) en su tesis *“Estudio de la comercialización del ganado vacuno en el distrito de Canchaque – provincia de Huancabamba”*, arribando a las siguientes conclusiones 1) La producción ganadera en el Distrito de Canchaque mayormente está dirigida por el padre de familia para crianzas de 10 a 15 bovinos cruzados, alimentados con pasto cultivado y cuidados sanitarios suficientes. 2) La comercialización se realiza en la parcela del productor directamente con el mayorista, prefiriéndose animales machos cruzados, entre 3 a 5 años, con peso estimado por tasación entre 10 a 20 arrobas. La venta



se realiza al contado, dos veces al año y principalmente por necesidad en el hogar. 3) Las alternativas para mejorar la comercialización de ganado bovino en el distrito de Canchaque incluyen la asociatividad de los productores, la creación de un centro de acopio de ganado, así como la formulación de proyectos integrales y de engorde de ganado.

Comparando el trabajo considerado como antecedente con el trabajo presentado se puede apreciar que para una mejor comercialización se deben juntar formando Asociaciones para poder atender mayores demandas del producto a nivel nacional e internacional.

5.4 Implicancias del Estudio

El presente trabajo en desarrollo nos permitirá describir la situación del cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales por parte de la Asociación además del proceso que siguen para realizar la comercialización de sus ganado. Así mismo favorecerá el estudio para proponer acciones y directivas que sean necesarias, para que conlleve a tener un adecuado cumplimiento de sus obligaciones formales y sustanciales además del proceso de comercialización de su ganado.

5.5 Aporte de Investigación

El aporte que se tiene, es que de acuerdo a la revisión realizada se ha notado ciertas deficiencias en el cumplimiento de obligaciones formales y sustanciales las cuales en un futuro pueden conllevar a infracciones y ser sancionados con multas y en cuanto a la comercialización considerar adecuadamente las dimensiones mencionadas.



Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada a la Asociación de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara, distrito de Combapata

1. Considerando el objetivo general, se ha llegado a la conclusión que el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de la Asociación según el análisis documental tiene un nivel de cumplimiento moderado alto tal como se puede apreciar en la tabla 15 con un 75%, el resultado es producto del análisis de sus dimensiones obligaciones formales con un nivel de cumplimiento alto debido a que esta constituida formalmente y obligaciones sustanciales con un nivel de cumplimiento moderado alto, esto debido que en algunas oportunidades no ha realizado el pago en su oportunidad por lo que podemos indicar que la Asociación cumple con sus obligaciones formales y sustanciales, pero no en su totalidad, y en lo que respecta al proceso de comercialización con un nivel de cumplimiento moderado tal como se puede apreciar en la tabla 16 con un 66.25% considerando las dimensiones de producto con un nivel de cumplimiento alto debido a que la calidad de insumos, mano de obra son manejados adecuadamente, en cuanto al precio con un nivel de cumplimiento moderado ya que no consideran los gastos de administración y ventas adecuadamente, plaza con un nivel de cumplimiento moderado alto debido a que las ventas lo realizan mas por la venta directa en las plazas de ganado y esporádicamente vienen a la Asociación para realizar la compra de ganado vacuno, y promoción con un nivel de cumplimiento bajo debido a que solamente realiza una publicidad tradicional.
2. Tomando en consideración el objetivo específico a) se ha llegado a la conclusión que la Asociación cumple parcialmente sus obligaciones tributarias formales con un nivel de cumplimiento alto de 80% de acuerdo a la tabla 7, estos resultados obedecen a que la empresa ha sido constituida formalmente, cuenta con una Ficha RUC, se encuentra en



un régimen tributario, tiene comprobantes físicos y también puede emitir comprobantes electrónicos, presenta sus declaraciones algunas con retraso en cuanto a los libros de contabilidad se ha podido apreciar un registro de compras físico el cual no está completo y no presenta libros electrónicos y las obligaciones sustanciales con un nivel de cumplimiento moderado alto de 70% según tabla 9, en cuanto al impuesto a la Renta es pagado regularmente en lo que respecta las multas según el análisis realizado solo una vez se hizo acreedora a una multa, en cuanto al pago de intereses si ha realizado el pago de intereses moratorios por el incumplimiento de pago a cuenta de impuesto a la renta pero estos han sido mínimos, los resultados son corroborados por el análisis de las encuestas aplicadas.

3. Considerando el segundo objetivo específico, según tabla 16 podemos apreciar que el resultado de la variable comercialización tiene un nivel de cumplimiento moderado el presente resultado obedece al resultado obtenido de las dimensiones producto con un nivel de cumplimiento alto ya que los insumos y la mano de obra son adecuados, en cuanto al precio con un nivel de cumplimiento moderado debido a que para determinar el precio no consideran los gastos administrativos y de venta en forma adecuada distorsionando la rentabilidad obtenida, en cuanto a la dimensión plaza con un nivel de cumplimiento moderado alto por que la venta que realiza es por dos formas la directa e indirecta y la que más se realiza es la directa por que venden su ganado en las ferias ganaderas de la provincia de Canchis y en algunos casos los compradores acuden al centro de engorde y por último la publicidad que realizan solo es la tradicional por medios radiales de la zona y no utilizan las redes sociales por lo que llegamos a la conclusión que la comercialización del producto (ganado engordado) cumple parcialmente con los estándares de comercialización.



Recomendaciones

1. Referente a la situación de la evaluación del cumplimiento de obligaciones tributarias, considerando los resultados arribados se puede recomendar que el cumplimiento tanto de las obligaciones formales en lo que concierne a la inscripción, brindar información y la Asociación de alguna manera ha cumplido parcialmente, en lo relacionado al cumplimiento formal y sustancial la Administración Tributaria ha establecido infracciones y sanciones de acuerdo al régimen, por lo tanto el incumplimiento total o parcial va generar una infracción y por ende una sanción y para evitar multas u otras sanciones mejor cumplir con las obligaciones tributarias.
2. Considerando el proceso de comercialización se viene realizando un proceso de comercialización empírico, la comercialización un aspecto de suma importancia tiene que ser potenciado, ya que cumpliendo el proceso adecuadamente los niveles de venta pueden incrementar, logrando mejorar el rendimiento de la inversión realizada por los socios y mejorar su situación económica a nivel de la Asociación, comunidad, distrito, provincia, y porque no el país.
3. De acuerdo a la actividad que desarrolla la empresa, como tal la comercialización y engorde de ganado vacuno, siendo una alternativa de mejorar los ingresos de los pobladores de la comunidad y se ve que en las ferias de ganado no entregan comprobante alguno de la comercialización de dicho ganado, por lo tanto se sugiere ampliar el mercado de distribución obteniendo precios de venta mucho más atractivos.



Bibliografía

- Adanaque Delgado, C. (2019). *Beneficios tributarios el impacto que producen en la formalización del sector ganadero en la provincia de Chiclayo, 2018*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Agrodigital. (11 de Febrero de 2019). Encuesta Alltech: la producción mundial de pienso aumento en un 3% en 2018. *Agrodigital.com*, págs. <https://www.agrodigital.com/2019/02/11/la-encuesta-global-sobre-la-produccion-mundial-de-alimentacion-animal-de-alltech-2019-estima-que-la-produccion-mundial-de-pienso-experimento-un-importante-incremento-del-3-alcanzando-1-103-mt/>.
- Agroideas. (11 de junio de 2018). <https://www.agroideas.gob.pe>. [https://www.agroideas.gob.pe/2018/06/11/impulsan-desarrollo-del-sector-ganadero-con-entrega-de-material-genetico-de-calidad/](https://www.agroideas.gob.pe:https://www.agroideas.gob.pe/2018/06/11/impulsan-desarrollo-del-sector-ganadero-con-entrega-de-material-genetico-de-calidad/)
- Aguilar, J. (setiembre de 2017). <https://ri.uaemex.mx>. <https://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/67561/TESIS.%20AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20PERSPECTIVA%20DE%20LOS%20CONTRIBUYENTES.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Aima, L., & Janco, D. (2015). *Impacto del sistema de pago de obligaciones tributarias del impuesto general de las ventas en la liquidez de la Empresa ORBES AGREGADOS E.I.R. LTDA. de la Ciudad del Cusco periodo 2013*. Cusco.
- Alonso, D. (2014). Métodos de fijación de precios. *Prezi*, 1.
- Ataupillco Vera, D. (2009). *Costos Impuestos y NIF por Sectores*. Arequipa: Ivera Asociados.
- Cabrera, R. (2009). *El Comercio Informal, Una Afrenta a los Poderes Establecidos*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Calderon. (2012). *Contabilidad de Costos I*. Lima - Peru: JCM EDITORES.
- Calua, L. (2013). *Sistema de deducciones en la venta de oro exonerando del igt y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en la pequeña minería de la libertad*. Trujillo.
- Carlos, M., & Maúrtua, A. (2016). *El sistema de pago de obligaciones tributarias (SPOT) y su impacto en la libre disposición de efectivo de la Empresa Minera Andina FOR S.A.C., Trujillo 2016*. Trujillo.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Chavez, T. (2017). Concepto de Gastos Administrativos y Ventas. *Scribd*.
- Código tributario. (2013). *Decreto Supremo N° 133-2013-EF*. Perú: MEF.



- ConceptoDefinicion. (2016). *Definición de Ganado Vacuno o Bovino*. ConceptoDefinicion:
<https://conceptoDefinicion.de/ganado-vacuno-o-bovino/>
- Cruz Altuna, M. I., Hinostroza Levano, R. A., Martínez Torres, M. B., Moreno Valga, M. M., & Pérez Curi, J. F. (2019). *Centro de Engorde y Comercialización de carne de ganado vacuno*. Universidad San Ignacion de Loyola.
- Cuevas. (2010). *Contabilidad de Costos: Un Enfoque Gerencial y de Gestión*. Colombia: PEARSON.
- De La Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Mexico: Panorama Editorial S.A.
- Destino negocio. (2015). *Presio de venta de productos*. Destino negocio:
<https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/como-definir-el-precio-de-venta-de-tus-productos/>
- Diccionario Spanish. (2018). *Engorde*. Diccionario Spanish:
<https://es.oxforddictionaries.com/definicion/engorde>
- Díez, E. C., & Díaz, I. M. (2004). *Gestión de precios*. Madrid: Esic editorial.
- Economia, S. d. (22 de 09 de 2021). *economia.gob.mx*. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>
- Economipedia. (05 de febrero de 2017). <https://economipedia.com>. <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- El Comercio. (22 de Octubre de 2018). Minagri invertirá S/30 millones en instalación de pastos cultivados. *El Comercio*, pág. 1.
- Faga, H. A., & Ramos, M. E. (2006). *Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Financiera Rural. (2009). *Bovino y sus derivados*. México : Dirección General Adjunta de Planeación Estratégica y Análisis Sectorial.
- Flores , J. (2010). *Costos y Presupuestos*. Lima: Santo Domingo.
- Galeon. (s.f.). *Comercio Informal*. galeon: <http://elecoperubiano.galeon.com/cvitae1594941.html>
- García Colin, J. (2008). *Contabilidad de Costos 3ra Edición*. México: MCGRAW-HILL EDUCATION.
- García, J. (2008). *Contabilidad de costos* . México : MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, SA DE CV.
- Gestión. (05 de Mayo de 2015). Producción del sector pecuario creció 4.5% en primer trimestre del 2015. *Gestión*, págs. 1-2.
- Giraldo. (2007). *Contabilidad de Costos - Tomo I*. Lima - Peru: IFOCCOM S.A.C.
- Giraldo, D. (2006). *diccionario para contadores*. LIMA: FECAT E.I.R.L.



- Goñi, N. (2008). *El precio variable clave en el marketing*. México: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Gutierrez Bernaola, M. (2012). *Costos y presupuesto*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann: Tacna.
- HERNADEZ CABEZA, M. G. (s.f.). MANUAL PARA LA PRESENTACIÓN DE LA DECLARACIÓN DEL ISR E IVA EN EL RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL, periodo 2017. *Tesis*. Universidad Autónoma del estado de Mexico, México.
- Hernandez. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Punta Santa Fe.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Edamsa Impresiones S.A.
- Hernandez, M. (agosto de 2017). <http://ri.uaemex.mx>. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/67408/TESIS.%20MANUAL%20PARA%20LA%20PRESENTACION%20DE%20LA%20DECLARACION%20DEL%20ISR%20E%20IVA-split-merge.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Hidalgo, V. (2013). *Formulación de alimentos balanceados para engorde de ganado vacuno*. Perú: Agrobanco.
- Instituto Nacional Tecnológico. (2007). *Manual del Protagonista Nutrición Animal*. Nicaragua : Instituto Nacional Tecnológico.
- Irigoyen, M. (2008). *Manual de engorde y comercialización de ganado* . Lima: Viamonte Impresores .
- Isidro, C. G. (2009). *Análisis de Costos y presupuestos en el Planeamiento Estratégico Gerencial*. Lima - Perú: Instituto Pacífico.
- ISO 45001. (29 de Noviembre de 2017). *EPP*. ISO 45001, sistema de gestión de la SST, SST: <https://www.nueva-iso-45001.com/2017/11/epp-equipo-proteccion-personal/>
- Katz, M. (2009). *Microeconomía. 2da edición*. Madrid - España: Mac. Graw Hill.
- Kohler, E. L. (2002). *DICCIONARIO PARA CONTADORES*. Mexico: Limusa Noriega Editores.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing. Décima, edición*. México: Pearson Educación.
- Lafaurie, J. (2017). *Salud animal en ganadería bovina*. Colombia: FEDEGAN.
- Latorre Huayllas, R. M. (2022). *Regímenes Tributarios y el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Micro y Pequeños Empresarios del Distrito de San Jerónimo – Cusco, año 2021*. Universidad Andina del Cusco.
- Lopez, P. (21 de 2015). *Del comercio informal y los espacios público*. labrujula.nexos.com: <https://labrujula.nexos.com.mx/?p=309>



Lucas Zamora, E. O., & Párraga Velez, M. H. (2016). *ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INCIDIERON EN EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL CANTÓN BOLÍVAR DURANTE EL AÑO 2014*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ.

Luque, W., Coya, C., Solorzano, N., & Huaylino, W. (2015). *Galeon*.
<http://elecoperubiano.galeon.com/cvitae1594940.html>

MEF. (22 de Junio de 2013). Código Tributario. *Normas Legales*.

MEF. (2013). *Decreto Supremo N° 133-2013-EF Código Tributario*. Lima: El Peruano.

Mejia Pitti, Y., Picón Angulo, L., Telles Espinoza, F., & Zheng Zheng, Y. (2021). *Estudio de viabilidad económica financiera para la producción y comercialización de ganado de engorde, mediante la utilización del sistema suplementación estratégica en pastoreo, para la Hacienda El Guabo, ubicada en Santa Cruz, Guanacaste*. Universidad Nacional de Costa Rica Sede Regional Chorotega Campus Liberia.

Mendoza, M. (2014). *Manual informativo, Contabilidad de Costos*. Lima : Universidad Continental.

Mestas Charca, D. (2018). *Costos en la crianza de ganado vacuno y la fijación de precios en la empresa "Sicuani Dairy E.I.R.L." Arequipa periodo 2016*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.

Molinillo, S. (2014). *Estrategias de precios*. España: Universidad de Málaga.

Moya, E. (2006). *Elementos de finanzas publicas y derecho tributario*. Ecuador: Mobilibros.

NAVARRO BLANDO, I. (s.f.). EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES POR MEDIOS ELECTRÓNICOS, periodo 2013. *Tesis*. Universidad Nacional Autónoma de Mexico, Puebla.

Nuño, P. (16 de febrero de 2018). <https://www.emprendepyme.net>.
<https://www.emprendepyme.net: https://www.emprendepyme.net/tipos-de-intermediarios-en-la-comercializacion.html>

Ortega López, S. M. (2012). *Costos de producción, comercialización y rentabilidad del ganado vacuno de carne, parroquia Guasaganda y su relación con la economía del cantón la maná, provincia de Cotopaxi*. La Maná: Universidad Técnica de Cotopaxi.

Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Mc Graw Hill.

Paredes, J., & Cerna, M. (2000). *Crianza y Manejo de Ganado Vacuno*. Perú: © CARE.

Perez Novaro, C. (2005). *Modos de extinción de la obligación tributaria*. Montevideo.

Polimeni, r., Fabozzi, f., Adelberg, a., & Kole, m. (1998). *contabilidad de costos*. colombia: Mc graw- hill.

PortafolioVentas. (2016). *Los tipos de ventas*. PortafolioVentas:
<https://sites.google.com/site/portafolioventas206/7-tipos-de-ventas>



- Quevedo, F. (2008). *Derecho mercantil*. Mexico: Pearson Educación. DefinicionABC:
<http://www.definicionabc.com/economia/valoracion.php>
- Ramos, L. (2016). Cumplimiento de las Obligaciones tributarias y no tributarias con el gobierno central y municipal de los comerciantes del mercado internacional de San José de la ciudad de Juliaca, periodo 2016. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Rincón, C., & Villareal, F. (2010). *Costos Decisiones Empresariales*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Rodriguez Diaz, A. (2009). *Produccion de vacunos bovinotecnia*. Servicio Especializado en Sanidad Animal.
- Rodriguez, E. (2016). *Cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los mineros auríferos informales del Distrito de Laberinto 2015*. Cusco.
- Rojas, R. A. (2007). *Sistemas de costos un proceso para su implementacion*. Colombia: Univ. Nacional de Colombia.
- Sainz, J. (2009). *El plan de marketing en la pyme. 1ra ed.* Madrid - España: Mc. Graw Hill.
- Senacsa. (2014). Producción Bovina de Carne. *Calidad y Salud Animal*.
- Sepulveda, C. (2004). *Diccionario de Terminos Economicos*. Santiago de Chile: Universitaria S.A.
- Sevilla, A. (2018). Gastos financieros. *Economipedia*.
- Sicos, A. (2017). CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LAS EMPRESAS DE VENTA DE ORDENADORES, EQUIPOS PERIFERICOS Y PROGRAMAS DE INFORMATICA EN EL CENTRO COMERCIAL VICTORIA DE LA CIUDAD DE SICUANI, 2017. *Tesis*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Sistema de Clasificacion Industrial de America del Norte. (2002).
<file:///C:/Users/HP/Downloads/SCIAN%20Mexico%202002.pdf>
- Slim, C. (1 de Enero de 2015). *Hablemos de Management y Marketing*. Management:
<http://docenciamanagementymkt.blogspot.com/2015/01/decalogo-de-carlos-slim.html>
- Solomon, E. (2013). *Biología*. México: Cengage. EcuRed .
- Sotomayor , B. (2015). "Diseño de un sistema de costos por procesos a través del método abc aplicado a la industria procesadora de frutas en la Provincia De Chanchamayo".
Huancayo: Universidad Nacional del Centro Del Peru .
- Sulser, R. A., & Pedroza, J. E. (2004). *Exportación Efectiva*. Mexico: ISEF Empresa lider.
- SUNAT. (2017). *Emprender*. Retrieved 04 de 12 de 2018, from Formaliza ahora el fruto de tu esfuerzo: <http://emprender.sunat.gob.pe/>
- SUNAT. (2019). *Superintendencia Nacional de Aduanas y Administracion Tributaria*.
<http://www.sunat.gob.pe/#>



- Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigacion Cientifica*. Mexico: Limusa, S.A.
- Tornatore, A. (2018). *Decisiones sobre el precio*. Colombia: Univercidad santo tomas.
- Vásquez Carranza, C. O. (2016). *La contabilidad y la aplicación del método ortogonal de los costos en las empresas ganaderas en el distrito Cajamarca*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Vásquez, G. (2018). *Las ventas en el contexto gerencial Latinoamericano* . Buenos Aires: univercidad deel Cema.
- Vázquez. (2015). Ventas netas. *Economipedia*.
- Vilca Hurtado, S. (2016). *Estudio comparativo de las obligaciones tributarias de la minería en pequeña escala en países seleccionados de la Región Andina - Periodo 2013*. Lima.
- Vilchez Castro, R., & Ticlihuanca Cruz, A. M. (2018). *Implementar un sistema de costos de producción en los ganaderos de Miraflores de Buena Vista, año 2011 al 2015*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Villa, M. &. (2014). *¿Qué son las rentas y cuáles son sus categorías?* Lima: Muzio y Asociados.
- Villegas, H. (2015). *Derecho Tributario y Financiero - Tomo I*. Buenos Aires: Editores Gráficos.
- Wonnacott, P. (2010). *Economía. 4ta Edición*. Madrid - España: Mc. Graw Hill.
- Zvietcovich, M. (2017). *"SICUANI: La Ciudad Segura Que Todos Queremos"*. Sicuani : Municipalidad Provincial de Canchis.



APÉNDICES



Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Técnicas e instrumentos	Metodología
¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020?	Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020	El presente trabajo de investigación será de alcance descriptivo por lo que no se requiere la formulación de hipótesis, según (Hernández Sampieri, 2014. Pág. 104), No en todas las investigaciones cuantitativas se plantea hipótesis. El hecho de que formule o no hipótesis depende de un factor esencial el cual es el alcance inicial del estudio, las investigaciones que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será descriptivo, pero que intenta pronosticar una cifra o hecho.	<p>Variable 1 Obligaciones Tributarias</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obligaciones formales • Obligaciones Sustanciales <p>Variable 2 Comercialización</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Promoción 	<p>Las técnicas e instrumentos que se utilizará para la recolección y tratamiento de la información que conduce al logro de los objetivos:</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Análisis documental <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Guía de análisis documental 	<p>Tipo Básica</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Diseño no experimental</p> <p>Alcance Descriptivo</p> <p>Población y Muestra 23 criadores de ganado.</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020?</p> <p>b) ¿Cómo se realiza la comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, ¿periodo 2020?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Describir como es el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020</p> <p>b) ¿Determinar el proceso de comercialización de la actividad de engorde de ganado vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la comunidad de Chiara, distrito de Combapata, provincia de Canchis – Cusco, periodo 2020</p>				



Matriz de instrumentos para la recolección de datos

Variables	Dimensiones	Indicadores	Reactivos	
			Análisis Documental	Encuesta
Obligaciones tributarias	Obligaciones Formales	- Inscripción en la SUNAT	Ficha RUC	
		- Régimen Tributario	Ficha RUC	
		- Emitir y/o otorgar comprobantes de pago	Emisión de Comprobantes de pago	
		- Presentación de las Declaraciones	Declaraciones Juradas	
		- Llevar libros de contabilidad	Libros o registros Contables y tributarios	
		- Consentir el control de la AT	Resolución de fiscalización	
	Obligaciones Sustanciales	- Suministrar información a la AT	Resolución de fiscalización	
		- Pago IGV	Registro de de ventas y compras	
		- Compensación IGV	Registros de Compras y Ventas	
		- Pago Obligaciones Sociales	Planilla de trabajadores	
		- Pago Multas	Notificaciones	
		- Pago intereses moratorios	Notificaciones	
		- Pago con Fraccionamiento	Resolución de Fraccionamiento	



COMERCIALIZACIÓN	Producto	- Calidad de insumos	Lugar de compras
		- Calidad de MO	Proceso de contratación de personal
		- Calidad del producto	Estándares de Calidad
	Precio	- Gastos Administrativos	Comprobantes de pago
		- Gastos de Venta	Comprobantes de pago
		- Tributos	Ley del IR, IGV
		- Porcentaje de ganancia	Determinación
	Plaza	- Venta directa	Identificación del comprador
		- Venta indirecta	Identificación del comprador
	Promoción	- Publicidad tradicional	Pago a los medios publicitarios
		- Publicidad redes sociales	Página WEB de la Empresa



Instrumento: Cuestionario de Entrevista

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Cuestionario de entrevista aplicado a los Socios de la “Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara del distrito de Combapata, provincia de Canchis región Cusco”

A continuación, se presenta un cuestionario, lea cuidadosamente cada afirmación y seleccione la alternativa que usted considere, marcando con una “X” la respuesta que corresponda:

I. DATOS GENERALES

1. Sexo: F () M ()
2. Rango de edad en años:
 - a) 21-30
 - b) 31-40
 - c) 41-50
 - d) Mas de 50
3. Grado de instrucción:
 - a) Primaria completa
 - b) Secundaria incompleta
 - c) Secundaria Completa
 - d) Superior Incompleta
 - e) Superior Completa

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

4. ¿Cuándo se vende el ganado vacuno engordado emiten algún tipo de comprobante de pago?
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
5. ¿La Asociación presenta sus declaraciones juradas mensuales o anuales?



- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
6. ¿La Asociación registra sus operaciones en libros o registros contables?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
7. ¿La Asociación ha tenido alguna visita por parte de la SUNAT u otro organismo de control?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
8. ¿La SUNAT y otros organismos le ha solicitado información?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
9. ¿Las Asociación paga oportunamente sus tributos?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
10. ¿La Asociación cumple con pagar los intereses moratorios que generan las deudas pendientes de pago?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
11. ¿La Asociación compra con factura para aprovechar pago adelantado de IGV?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
12. ¿La Asociación cuenta con trabajadores en Planilla?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre



- e) Siempre
13. ¿En caso de que la respuesta anterior sea afirmativa, la Asociación cumple con el pago de sus beneficios sociales?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
14. ¿La Asociación paga oportunamente el impuesto a la renta?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
15. ¿La Asociación ha tenido alguna multa durante el tiempo de funcionamiento?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
16. ¿La empresa ha tenido deudas con la SUNAT u otro organismo?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
17. ¿Ha solicitado fraccionamiento para su pago de tributos o multas?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
18. ¿El lugar donde compra los insumos son reconocidos formalmente?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
19. ¿El personal es contratado considerando su experiencia, formación y habilidades?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
20. ¿Considera usted que el ganado engordado es un producto de calidad?
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre



21. ¿La Asociación considera los gastos administrativos para determinar el precio de venta del ganado vacuno engordado?
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
22. ¿La Asociación considera los gastos de venta para determinar el precio de venta del ganado vacuno engordado?
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
23. ¿La Asociación de acuerdo a la actividad que desarrolla esta afecta al IGV u otro tributo?
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) A veces
 - d) Casi Siempre
 - e) Siempre
24. ¿La modalidad de pago del ganado vacuno engordado es?
 - a) Contado
 - b) Crédito
 - c) Trueque
25. ¿Cómo determina el precio de venta del ganado?
 - a) Considerando el costo
 - b) Considerando el precio de venta de otros comerciantes
 - c) Considerando la demanda
26. ¿Durante el año cuantas cabezas de ganado engordado vende?
 - a) Menos de 10
 - b) De 11 a 20
 - c) De 21 a 40
 - d) Más de 40
27. ¿A qué edad vende el ganado vacuno engordado?
 - a) 1 a 3 año
 - b) 3 a 5 años
 - c) 5 a 7 años
 - d) 7 a 10 años
 - e) Más de 10 años
28. ¿A quién vende su ganado?
 - a) Acopiador
 - b) Mayorista
 - c) Minorista
 - d) Consumidor Final
29. ¿Realiza publicidad para dar a conocer el producto que vende? ¿Por qué medios?
 - a) Radio
 - b) Televisión
 - c) Facebook



- d) Youtube
- e) Otras redes sociales _____



Instrumento: Guía de análisis documental

Identificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y comercialización.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

PROCESO	DOCUMENTO FUENTE	EXISTE		COMENTARIO/OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Obligaciones Formales	Inscripción en la SUNAT	-	Ficha RUC	
	Régimen Tributario	-	Ficha RUC	
	Emitir y/o otorgar comprobantes de pago	-	Comprobantes de pago	
	Presentación de la declaración	-	Paga Fácil PDT	
	Llevar los libros de contabilidad	-	Registros Contables	
	Consentir el control de la AT	-	Notificación de la SUNAT	
	Suministrar información a la AT	-	Resolución de fiscalización	
Obligaciones sustanciales	Pago del IGV	-	Guía pagos varios NPS	
	Compensación del IGV	-	Declaración	
	Pago de Obligaciones Sociales	-	Planilla de Sueldos PLAME	
	Pago del I.R.	-	Guía de pagos varios NPS	
	Pago de multas	-	Guía de pagos varios NPS	
	Pago de intereses Moratorios	-	Guía de pagos varios NPS	
	Pago con fraccionamiento	-	Resolución de Fraccionamiento	



Producto	Calidad de insumos	- Comprobante de compras
	Calidad de Mano de Obra	- Proceso de contratación de personal
	Calidad del Producto	- Tarjeta de Sanidad
Precio	Gastos Administrativos	- Comprobantes de pago
	Gastos de Venta	- Comprobantes de pago
	Tributos	- Declaración Jurada
	Ganancia	- Libro caja
Plaza	Venta Directa	- Comprobantes de venta
	Venta Indirecta	- Comprobantes de venta
Promoción	Publicidad tradicional	- Pago de medios de publicidad
	Publicidad redes sociales	- Página WEB, Cuenta Facebook



Validación de Instrumentos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

1.1. Título del trabajo de investigación

“Obligaciones Tributarias y Comercialización de Ganado Vacuno en la Asociación De Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara distrito de Combapata, Provincia de Canchis – Cusco, Periodo 2020.”

1.2. Responsable

Bachiller: CAMA MAMANI, Nancy Soledad

2. DATOS DEL EXPERTO.

2.1 Nombres y Apellidos: Wilfredo Gamarra Villanueva

2.2 Especialidad: Tributación

2.3 Lugar y Fecha: Cusco, 30 de Agosto del 2021

2.4 Cargo e Institución donde labora: Docente de la EP Contabilidad de la UAC.

Componente	Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5	Total
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores consideran los datos necesarios				X		4
	2.-CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado				X		4
	3.- OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable				X		4
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado de acuerdo a la ciencia				X		4
	5.-SUFICIENCIA	Los ítems son adecuado en cantidad y claridad					X	5
	6.- INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación					X	5
ESTRUCTURA	7.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X	5
	8.-CONSISTENCIA	Se basa en aspectos técnicos de la investigación				X		4
	9.-COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores , dimensiones y variables				X		4
	10.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				X		4
TOTAL								43

3. PORCENTAJE DE VALORACION: $\frac{Puntaje\ Obtenido}{50} \times 100 = \frac{43}{50} \times 100 = 86\%$

4. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: En mi opinión el instrumento puede ser aplicado

5. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede su aplicación (x) Debe corregirse ()

.....
Firma

Dr. Wilfredo Gamarra Villanueva
DNI: 23838302



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

1.1. Título del trabajo de investigación

“Obligaciones Tributarias y Comercialización de Ganado Vacuno en la Asociación De Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara distrito de Combapata, Provincia de Canchis – Cusco, Periodo 2020.”

1.2. Responsable

Bachiller: CAMA MAMANI, Nancy Soledad

2. DATOS DEL EXPERTO.

2.1 Nombres y Apellidos: Jorge Luis Chavez Salas

2.2 Especialidad: Control Interno y Auditoria

2.3 Lugar y Fecha: Cusco, 20 de Agosto del 2021

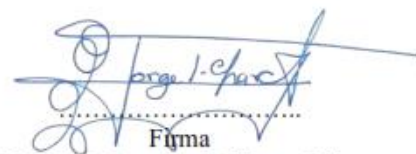
2.4 Cargo e Institución donde labora: Docente de la UAC – Filial Sicuani

Componente	Indicadores	Criterios	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Muy bueno 4	Excelente 5	Total
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores consideran los datos necesarios				X		4
	2.-CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado				X		4
	3.- OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable				X		4
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado de acuerdo a la ciencia					X	5
	5.-SUFICIENCIA	Los ítems son adecuado en cantidad y claridad					X	5
	6.- INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación					X	5
ESTRUCTURA	7.-ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X	5
	8.-CONSISTENCIA	Se basa en aspectos técnicos de la investigación				X		4
	9.-COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores , dimensiones y variables				X		4
	10.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				X		4
TOTAL								44

3. PORCENTAJE DE VALORACION: $\frac{\text{Puntaje Obtenido}}{30} \times 100 = \frac{44}{30} \times 100 = 88\%$

4. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: En mi opinión el instrumento puede ser aplicado

5. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:
Procede su aplicación (x) Debe corregirse ()



Firma
Mg. CPC. Jorge Luis Chavez Salas
DNI: 40648058



Solicitud de autorización de uso de información.

Solicito: permiso para realizar trabajo de investigación.

Señor: PRESIDENTE

Del Agente económico organizado (AEO), denominado "Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara Combapata"



Yo Nancy Soledad Cama Mamani, identificado con DNI: 45376321, con domicilio AV. Quishuarani, S/N del distrito de Sicuani, Provincia de Canchis, departamento de Cusco. ante usted me presento y expongo.

Por intermedio de la presente es muy grato dirigirme a Ud. Que mi persona en calidad de bachiller de la carrera de contabilidad en la Universidad Andina del Cusco, solicito a usted permiso para realizar trabajo de investigación en la asociación que usted dirige como presidente del Agente económico organizado (AEO), denominado "Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara Combapata", por lo cual pedirle así como la autorización para la recolección de información, consulta de documentos, entrevistas a los socios y toma de fotos. La investigación es sobre **Obligaciones Tributarias y Comercialización de Ganado Vacuno en la Asociación de Criadores de Toros de Engorde de la Comunidad de Chiara distrito de Combapata, Provincia de Canchis**, la cual se desarrollara para optar el grado del contador público.

Por lo expuesto

Ruego a usted accederme a mi solicitud.

Sicuani, 04 de Agosto del 2021.

Atentamente

Nancy Soledad Cama Mamani
DNI: 45376321.