



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Cultura tributaria y rentabilidad en las empresas de industria de la
panificación en la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTOR:

Peña Diaz, Arnold Stalin (orcid.org/0000-0001-7338-404X)

ASESOR:

Dr. Huaranga Rivera, Herbert Víctor (orcid.org/0000-0002-8054-4213)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TARAPOTO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Quiero dedicar este proyecto de tesis a mi esposa y a mi hija que son el pilar, la base fundamental para seguir creciendo como persona y profesionalmente, por su paciencia por el apoyo, por su comprensión, por el amor y la confianza que tienen en mí, son lo más valioso y preciado que tengo, las amo con todo mi corazón AD14-09.

Agradecimiento

Primeramente agradecer a Dios por darme la vida y guiarme en este proceso de mi tesis .Un agradecimiento especial para Papa Pio (mi suegro), quien siempre quiso lo mejor para mí, quien estuvo en todos los momentos conmigo, yo sé que desde el cielo me vas a guiar, cuidar y bendecir en este trajinar de mi vida, también a mi suegra querida Norma Isabel porque ha sido el soporte, la fuerza para poder seguir creciendo y superarme cada día más; gracias por tenerme paciencia y considerarme un hijo más al igual que Papa Virgilio, gracias a mi Papa Andrés a mi Madre Viviana por apoyarme, guiarme en este proceso de mi titulación de tesis.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice	iv
Índice de tablas	v
Lista de figuras	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III.METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Población y muestra	16
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	17
3.5. Método de análisis de datos	18
3.6 Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
4.1. Resultados descriptivos	19
4.2. Resultados correlacionales.	21
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
Anexos	

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de la población	16
Tabla 2. Niveles de la variable cultura tributaria	19
Tabla 3. Distribución de frecuencias de las dimensiones del cultura tributaria	19
Tabla 4. Niveles de la variable rentabilidad	20
Tabla 5. Distribución de frecuencias de las dimensiones de la rentabilidad	20
Tabla 6. Prueba de normalidad	21
Tabla 7. Correlación de la cultura tributaria y la rentabilidad	22
Tabla 8. Correlación de la dimensión conciencia tributaria y la rentabilidad	22
Tabla 9. Correlación de la dimensión educación cívica tributaria y la rentabilidad	23
Tabla 10. Correlación de la dimensión difusión y orientación tributaria y la rentabilidad	24

Lista de figuras

Figura 1. Niveles de percepción de la variable cultura tributaria.

Figura 2. Niveles de la cultura tributaria por dimensiones

Figura 3. Niveles de la variable rentabilidad

Figura 4. Niveles de la rentabilidad por dimensiones

RESUMEN

La investigación denominada “Cultura tributaria y rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022”. El objetivo de la investigación fue: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022. El tipo de investigación básica, diseño no experimental, transversal - nivel correlacional. La muestra no probabilística fue de 72 trabajadores; Se utilizaron dos cuestionarios de cultura tributaria y rentabilidad, ambos adaptados por el investigador. Se aplicó estadística descriptiva para el análisis de datos y se utilizó la prueba no paramétrica Rho de Spearman para la prueba de hipótesis. Cuyo resultado fue que la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un nivel de correlación positivo considerable (Rho 0.588 y p-valor 0.000). En otras palabras, mientras la cultura tributaria sea alta, la rentabilidad será alta. Se concluyó que la cultura tributaria se relaciona considerablemente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca.

Palabras clave: Cultura, tributación, rentabilidad, panadería, trabajadores.

ABSTRACT

The research called "Tax culture and profitability in companies in the bakery sector in the province of Jaén, Cajamarca, 2022". The objective of the research was: To determine the relationship between the tax culture and profitability in industrial companies in the baking sector in the province of Jaén, Cajamarca, 2022. The type of basic research, non-experimental, transversal design - correlational level. The non-probabilistic sample was 72 workers; Two tax culture and profitability questionnaires were used, both adapted by the researcher. Descriptive statistics were applied for data analysis and Spearman's Rho nonparametric test was used for hypothesis testing. Whose result was that the tax culture is related to profitability, with a considerable positive correlation level (Rho 0.588 and p-value 0.000). In other words, as long as the tax culture is high, profitability will be high. It was concluded that the tax culture is considerably related to profitability in industrial companies in the bakery sector in the province of Jaén, Cajamarca.

Keywords: Culture, taxation, profitability, bakery, workers.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos a nivel internacional y nacional la pandemia COVID-19 que ha afectado significativamente a todos los seres humanos ocasionando miles de muertes y no solo pérdidas humanas sino también la economía mundial y sobretodo en el sector empresarial de las cuales muchas empresas tuvieron que cerrar de forma vertiginosa debido a que no se estaba preparado para poder combatir esta pandemia. Según Cigna International Markets (2020) estudió el impacto del COVID-19 en sociedad, manifestó que ante la situación crítica muchas empresas cerraron, hubo despidos masivos y las que quedaron optaron por el teletrabajo. Podemos mencionar que en Europa la evasión fue de 15.2%, en Chile la evasión alcanzaba el 21%, generados por el rehúso, informalidad que dan paso a la evasión

Según OCDE (2014) en los países se requieren en las empresas trabajadores, proactivos, que tengan una alta cultura y desempeño para que asuman nuevos retos y se mejore significativamente la rentabilidad de las empresas. Es importante precisar que en las pequeñas empresas se adolece de una cultura tributaria para solucionar los problemas tributarios de las cuales muchas tuvieron que cerrar porque generaron un desbalance rentable para las empresas.

Es importante precisar que a nivel mundial el sistema tributario enfrenta grandes problemas que limita significativamente la recaudación de impuestos de manera efectiva e eficiente, porque se carece de una cultura tributaria en relación a los contribuyentes, debido a la mala concepción que se tiene de la tributación y no es considerado como un deber que requiere el Estado para poder cumplir con las demandas de las personas Torres, et al.(2020). Hoy en día contamos con adelantos tecnológicos que aumentan de manera rápida la recaudación y si se realiza de forma eficiente garantizará la superación de la actividad comercial de los países (Prats y Rocamora,2018).

En América Latina, la cultura tributaria no se percibe como tal sino como obligaciones tributarias de carácter impositivo y es rechazado por las personas, no

son considerados como un deber de acuerdo a sus valores que es difícil de asumir porque se adolece de una conciencia y educación tributaria lo que ocasiona elevados índices de evasión tributaria (Ordoñez y Tenesaca,2014)

El Perú, según el (INEI,2021) registró más de 15 millones de trabajadores que laboran de manera independiente o dependiente y solo 6.4 millones de forma independiente e informal de lo cual se puede deducir que existe una alta evasión de tributos que afecta al desarrollo de nuestro país. Esto obstaculiza el fin de los impuestos y la obtención de bienes y servicios.

Hay un bajo nivel de cultura tributaria porque presenta altos índices de evasión tributaria puesto que muestra un 8% del Producto Bruto Interno (PBI), similar a unos 64,000 millones de soles (MEF,2021) debido a que no existe una cultura tributaria en cuanto a emisión de facturas, la mayoría de las empresas emite facturas falsas, no se cuenta con una planilla de compras esto afecta a la rentabilidad de las empresas. A pesar de que contamos con una entidad como la SUNAT, señaló en un reporte de recaudación de impuesto que en marzo del 2021 los ingresos tributarios han disminuido significativamente a pesar de que busca fomentar una cultura y educación tributaria, este no tiene los resultados previstos. En nuestro país existen una infinidad de microempresas como panaderías, ventas de licores, abarrotes, restaurantes que adolecen de una cultura tributaria la mayoría no tiene una sólida cultura tributaria y se manifiesta en el incumplimiento de las obligaciones que tienen como contribuyentes, ocultan los ingresos y no declaran ante una administración tributaria de forma voluntaria.

En las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén se pudieron observar una cultura tributaria bastante baja esto debido a que no están cumpliendo a la fecha con las obligaciones tributarias correspondientes, mediante la no emisión de comprobantes de pago, así también no registran y reportan el total de las ventas, no hay un estándar común en los precios esto genera poca rentabilidad. En cuanto a los problemas observados referente al conocimiento tributario existe desconocimiento de los pagos e impuestos tributarios así también se evidenció una baja conciencia tributaria debido a que existe poca motivación

por el pago de los impuestos es tomada como obligación que como un deber de cumplimiento de pago de impuestos.

El problema general: ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022? y específicos: ¿Cuál es la relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022?, ¿Cuál es la relación entre la educación cívica tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022?, ¿Cuál es la relación entre la difusión y orientación tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022?

Se justificó de forma teórica porque las teorías de referentes bibliográficos así como de artículos científicos servirán como soporte a las teorías relacionadas con la temática investigativa, es de vital importancia su estudio porque a partir de los resultados podemos fomentar una cultura de tributación que corresponda al pago puntual de los tributos y esto beneficiará en la rentabilidad de las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, así también beneficiará a los estudiantes de contabilidad como referente teórico, práctico y metodológico en investigaciones similares, Se justificó socialmente, ya que el estudio será de mucho apoyo para todos los trabajadores de la empresa, para que tengan mayor conocimiento y conciencia tributaria con el propósito de que se busquen salidas de solución que ayuden a elevar el nivel de rentabilidad de las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, como justificación económica tenemos que mediante el pago oportuno de los tributos mejorará la rentabilidad económica de la empresa

El objetivo general en esta investigación busca: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022 y los específicos: Determinar la relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022, Determinar la relación entre la educación cívica tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la

provincia de Jaén, Cajamarca,2022, Determinar la relación entre la difusión y orientación tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022

Esta investigación formula la siguiente hipótesis general (Hi): La cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022 Ho. La cultura tributaria no se relaciona con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022. Las hipótesis específicas son: (H1):La conciencia tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022, H2: La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022, H3: La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca,2022.

II. MARCO TÉORICO

En cuanto a los estudios internacionales tenemos a: Onofre, et al., (2017) en su artículo de tipología descriptiva, analizaron la importancia de la formación de una cultura tributaria y concluyó en la necesidad del empleo de estrategias tributarias con la finalidad de la optimización de las rentas en Cantón Babahoyo, Ecuador y para ello se requiere de un conocimiento tributario.

Según Tirape y Velastegui (2016) Nos indica sobre la cultura tributaria y la informalidad, fue un estudio descriptivo correlacional, estuvo conformada por 30 trabajadores a quienes se aplicaron cuestionarios y dio como resultado una correlación moderada de 0,456 porque carecen de conocimiento y orientación sobre sus obligaciones tributarias y de sus beneficios para las empresas en el Ecuador.

De la Torre, Maiguel y Padilla (2019) señalaron la importancia de la implementación en la cultura tributaria en Colombia a través de su investigación mixta, la cual consistió en recopilar información de fuentes primarias, secundarias y terciarias, empleando instrumentos como encuestas y cuestionarios, en donde los resultados resaltaron el escaso interés y conocimiento por parte de los participantes en relación a sus funciones tributarias, además, a la desconfianza por parte de los ciudadanos hacia el gobierno como uno de los tantos factores que existen con respecto a la evasión de impuestos; por ello, recomiendan al estado continuar fomentando la educación y cultura tributaria mediante programas de concientización, transmitiendo valores y transparencia con la finalidad de generar una imagen positiva en la ciudadanía.

Para Ascencio (2020), según su estudio mixto de diseño no experimental, correlacional sobre el impacto del financiamiento que se da en la rentabilidad de las pymes del Cantón La Libertad – Ecuador, los propietarios de los negocios en esta zona carecen de una adecuada planificación estratégica en el ámbito administrativo y financiero, por lo que están destinados a generar pérdidas económicas, consecuentemente, esto los obliga a solicitar financiamientos, en donde gran porcentaje de los ingresos son utilizados en cancelar préstamos, reduciendo los niveles de rentabilidad en el negocio; además, en la encuesta aplicada, el 88% de empresarios que accedieron a un crédito, consideran que existe una incidencia del financiamiento en la rentabilidad de sus negocios, como también en su mayoría, concuerdan en que dicho financiamiento debe administrarse de manera adecuada, caso contrario, podrían asumir grandes riesgos como la liquidación de sus empresas.

Por último, Rivas y Quimiz.(2017) nos menciona que analizaron la evasión tributaria del sector La Bahía en Guayaquil del año 2010 al 2014 se determinó como objetivo general, elaborar una propuesta de capacitación tributaria para los comerciantes de aquel sector, puesto que, demuestran escaso conocimiento acerca de la cultura tributaria debido a las negociaciones informales que realizaban entre vendedores y consumidores, en donde los negocios no emiten facturas o notas de ventas al Estado, omitiendo el pago de impuestos y a su vez, cometiendo un delito. Para la recolectar dicha información se utilizó una encuesta en donde participaron 203 comerciantes, quienes figuraban en las asociaciones registradas en la SEPS, los resultados señalaban, como estaba previsto, que los comerciantes desconocen los beneficios que brinda Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano a la sociedad y a las empresas. Por ello, fue pertinente un diseño de una propuesta de capacitación tributaria que ayudase a los negociantes a resolver sus interrogantes sobre los procesos tributarios e integrarlos al RISE.

Dentro de los estudios vinculados a los temas nacionales investigados fue: Acuña y Coico (2021) en su tesis sobre cultura tributaria y rentabilidad de una asociación Compasión y Servicio-Compaster, Chimbote, determinó la relación entre las variables de estudio, el tipo fue básico, de diseño no experimental, descriptivo correlacional, contó con una muestra de 30 trabajadores a quienes se administraron

cuestionarios cuyo resultado obtenido fue Rho Spearman de 0,533 que señaló una correlación moderada, por conclusión según el autor se encontró que la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad ,ya que los trabajadores son conscientes de que el nivel y capacitación de ellos mismos determina el grado de cultura tributaria y posteriormente conlleva al cumplimiento de las normas.

Para Lázaro y Otiniano (2021) establecieron la relación entre las variables en una empresa de abarrotes, el estudio fue de diseño no experimental, correlacional, se encuestaron a 25 empleados cuyo dato obtenido fue una relación baja 0,233 debido a que no se orienta ni realiza capacitaciones sobre las obligaciones tributarias en la empresa.

Según Espinoza (2019) nos indica la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en un mercado de Barranca, fue de diseño descriptivo correlacional, se aplicaron cuestionarios a 45 comerciantes cuyo resultado fue una relación media 0,450 porque no se logró el cumplimiento del pago tributario la mayoría de los comerciantes recurre al refinanciamiento, esto afecta a la rentabilidad.

Sin embargo, Merino (2018) indico la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en una entidad contable, realizó una investigación correlacional, empleó una muestra de 55 trabajadores, luego se aplicó encuestas y resultado fue 0,508 de relación moderada, debido de que se requiere fortalecer la conciencia tributaria que será beneficiosa para mantener a las empresas en equilibrio.

Finalmente, Pari (2018) determinó relación entre la cultura tributaria y rentabilidad en una empresa dedicada al rubro del calzado, fue un estudio correlacional y contó con 26 comerciantes de los cuales todos fueron encuestados, el resultado obtenido es una relación baja debido al incumplimiento de las obligaciones tributarias y una deficiente educación tributaria.

La cultura tributaria presenta una gran variedad de definiciones, pero citaremos las más relevantes a nuestro estudio: Es considerada como la percepción

que tienen los individuos acerca de la tributación y su cumplimiento (Arias, 2017), consiste en la educación adquirida sobre la tributación (Urcia,2015), otros la conceptualizaron como los conocimientos, actitudes y valores de los individuos ante un pago realizado siempre y cuando cumpliendo con la obligaciones tributarias(Mendoza et al.,2014).

Es vista como un fenómeno social con fines tributarios que los individuos tienen que cumplir para el desarrollo del país (Armas y Colmenares, 2012), son un conjunto de valores que poseen los individuos frente a los impuestos y al cumplimiento de pago de los mismos (Cárdenas, 2012), es la creencia individual sobre el impuesto y como este debe ser considerado como una contribución que permite el desarrollo. económico de una empresa (Bravo,2010), en cambio otros consideraron como los conocimientos y valores referentes a los deberes y derechos tributarios (Valero y Ramírez,2009).

Las características son las actitudes, valores y conocimientos específicos que vienen hacer los tributos, vinculados con las normas legales que incluyen los derechos y deberes tributarios (Gómez y Macedo, 2012).

Las dimensiones según Arias (2017) son: a) **Conciencia tributaria**, referido a la interiorización de los contribuyentes sobre sus derechos y deberes tributarios que tienen que ser cumplidos, b) **Educación cívica tributaria**, referido a los conocimientos con la finalidad de modificar el comportamiento de las personas para pagar sus impuestos de forma voluntaria, c) **Difusión y orientación tributaria**, consiste en la orientación a los contribuyentes con el propósito de motivar al cumplimiento de pagos y aportaciones tributarias.

La importancia de como sociedad poseer una cultura tributaria se refleja en las múltiples ventajas de cumplir con las obligaciones fiscales, como lo es promover el crecimiento económico del país, a través de las oportunidades de negocio, y realizar mejoras en los servicios de utilidad pública, esto se traduce en ofrecer una condición de vida para todos los ciudadanos. Es fundamental precisar que una cultura tributaria deficiente, ocurre principalmente por la ausencia de

capacitaciones y/o entrega de información necesaria y básica sobre las normas tributarias y sus beneficios por parte de los entes reguladores hacia los negociantes (Chonchol, 1999; Ramos et al., 2021). Para realizar un verdadero cambio y desarrollar una cultura tributaria, se sugiere incorporar estos conocimientos mediante las escuelas desde una temprana edad de las próximas generaciones, haciendo hincapié sobre sus responsabilidades en la sociedad desde el comienzo de su formación académica y personal (Chia, Gómez, López, y Porras, 2018). De esta manera, los jóvenes adquirirán virtudes y valores que los ayudarán a ser ciudadanos consientes con sus responsabilidades tributarias, y preocupados por el bienestar social (Camacho & Patarroyo, 2017).

La rentabilidad es considerada como la capacidad de generar bienes y beneficios para un negocio (Eslava, 2016), consiste en el conocimiento de los recursos materiales y financieros que una industria requiere para hacer cumplir sus obligaciones financieras (Fuentes y Leyva, 2020), consiste en la medición de los productos obtenidos por la empresa (Cantero y Leyva, 2016), son los ingresos obtenidos considerados como rentables (Santisteban, 2015).

Así también es considerada como la remuneración económica que se obtiene en una empresa (Díaz, 2012), está referida también a toda acción económica financiera con resultados favorables para una empresa (Gómez, 2013).

La rentabilidad es un indicador clave en relación a la empresa y sus stakeholders internos y externos (Drvovic et al., 2018), que cuando compara la utilidad o ganancia neta con la inversión se le denomina rentabilidad económica, si a la inversión también se considera los fondos de accionistas, el término cambia a rentabilidad financiera (Morillo, 2001).

Es relevante identificar aquellos factores financieros y económicos que influyen en los índices de rentabilidad, con la finalidad de identificar y realizar estratégicamente planes de acción que aseguren la prevalencia de los negocios; el primer factor denominado estructura financiera es aquel que proporciona mayor información para detectar qué empresas sí se enfocan en ser rentables y cuales están próximas a

un riesgo financiero, dentro de este factor se encuentran la tasa de financiación de fondos ajenos en relación al total de recursos utilizados y el porcentaje de financiación externa, como variables más destacadas. (González, Correa y Acosta, 2002; Dimitrić, Tomas y Arbula, 2019). La solvencia y liquidez conforman el segundo factor determinante, puesto que, si una empresa incrementa su solvencia y ratios de liquidez, es mayor su probabilidad de ser rentable. Por último, como tercer factor se menciona a la estructura económica, definida como la distribución y categorización de los activos empresariales en no corrientes y circulantes, debido a que se observa un mismo patrón en la mayoría de empresas no rentables, estas presentan nivel de existencias y flujo de caja inferior y una influencia superior de prestatarios (González, Correa y Acosta, 2002; Curaka, Poposkib y Pepura, 2012).

Además, se considera al crecimiento y la productividad como otros determinantes internos de la rentabilidad, siendo este último el más significativo, dado que, si las empresas se proponen en mejorar su productividad, ya sea aumentando la rotación de activos circulantes para lograr aminorar inventarios mediante estrategias enfocadas en el capital humano y sus activos tangibles e intangibles, podrán incrementar su rentabilidad en el mercado (Yazdanfar, 2013).

Las dimensiones, según Monllau y Rodríguez (2013) son **Control de gasto**, es un método financiero que se utiliza para aplicar en un negocio, para crecer y lograr grandes beneficios que contribuyan al desarrollo de esta, y a la misma vez evitar gastos innecesarios. Los errores más frecuentes que se dan en emprendimientos es de no contar con un sistema de control de gastos.

Volumen de ventas, es el nivel de venta de un determinado producto para un cierto tiempo tiempo, generalmente mensual o anual,

Margen de utilidad, diferencia del dinero que realmente se gana a partir de los ingresos recibidos, descontando el gasto total.

La rentabilidad desempeña un rol fundamental en las empresas con respecto a su permanencia en el mercado, en vista de que, si un negocio demuestra una rentabilidad insuficiente a comparación de su competencia, no será capaz de financiar su crecimiento o expansión (González, Correa y Acosta, 2002). Aquellas

empresas que deseen incrementar su rentabilidad deberán obtener una mayor participación de mercado mediante un margen de utilidad superior, en donde se emplearan tácticas cualitativas como la innovación en productos o servicios y su valor diferencial, estrategias de posicionamiento, estudios de segmentación de mercados, entre otras, las cuales permitirán reducir costos y aumentar el precio de venta (Sallenave,1990).

III.METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Básica, según Carrasco (2019) refirió que dichos estudios no cuentan con una determinación inmediato de aplicación; ya que solo pretende aumentar y profundizar la cantidad de conocimientos científicos que existen en el contexto. La materia de estudio está conformada por supuestos científicos, los cuales las evalúa para optimizar su temática, por otro lado, es de tipo básico, por cuanto sirve de base a otros estudios aplicados importantes para el avance de la ciencia. (Hernández y Mendoza, 2018)

El diseño no experimental no se manipulo la variable, asimismo, de corte transversal ya que la recolección de datos se dará en un solo momento, no existiendo contacto con la muestra después del periodo de evaluación (Hernández y Mendoza, 2018). Es correlacional causal porque establece la correlación de causa y efecto entre las variables que se estudian (Carrasco, 2019) de corte transversal porque se llevó a cabo en un tiempo determinado.

3.2 Operacionalización de variables

Variables

Variable 1: Cultura tributaria

Definición conceptual

Es la educación adquirida sobre la tributación (Urcia,2015).

Definición operacional

Se necesito un cuestionario para medir la cultura tributaria estuvo compuesta de 22 ítems que consta tres dimensiones: el primero conciencia tributaria, el segundo educación cívica tributaria, el tercero y ultimo difusión y orientación tributaria constó de 22 ítems con escalas politómicas (Anexo 2).

Indicadores

Normas tributarias

Servicios públicos

Cumplimiento de pago de tributos

Motivación

Cursos tributarios

Valores

Actividades

Transparencia

Presupuesto

Rendición de cuentas

Charlas de SUNAT

Variable 2: Rentabilidad

Definición conceptual

Es considerada como la capacidad de generar bienes y beneficios para un negocio (Eslava,2016)

Definición operacional

Se realizó un cuestionario para determinar la rentabilidad que estuvo compuesta por tres dimensiones: Volumen de ventas Control de gasto y margen de utilidad conformada por 18 ítems (Anexo 2).

Indicadores

Pago proveedores

Retrasos y dificultades

Método de pago

Venta o compra menores a 150 UIT

Venta o compra mayores a 150 UIT

Utilidades

RMT

RER

RG

3.3. Población y muestra

Población

Es el total de individuos con particularidades propias, que se toman para elegir la muestra (Hernández et al, 2010). Se optó por una población censal, se trabajó con todos los sujetos de estudio por lo tanto no requiere de muestra ni muestreo. Estuvo conformada 72 trabajadores de las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca.

Tabla 1

Distribución de la población

Empresas de industria en la panificación	Total de trabajadores
Multiservicios Panadería Milagritos SRL	20
Alimentos Fortificados María del Rosario	15
Panificadora Guerrero	12
Panadería y Pastelería JIREH	15
Panadería y Pastelería Fleisman	10
Total	72

Criterio de selección

Criterio de inclusión

Todo el personal que elabora en las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca.

Criterio de exclusión

Los trabajadores que no participan en dichas empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca.

Muestra censal, estuvo conformada 72 trabajadores de las empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca.

Unidad de análisis, fueron todos los trabajadores de las empresas de industria en la panificación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para seguir con la investigación relacionado con el tema de cultura tributaria y rentabilidad se aplicara la encuesta que sirve para obtener datos sobre el fenómeno de estudio (Vara, 2015). Se emplearon cuestionarios sobre la cultura tributaria y la rentabilidad.

Ficha técnica 1

Nombre : Cuestionario de cultura tributaria

Autores : Calderón (2017)

Adaptado : Peña (2022)

Aplicación : Grupal

Tiempo : 40 minutos

Escala de medición: Politómica

Niveles y rangos:

Bajo [22-29]

Medio [30-37]

Alto [38-44]

Ficha técnica 2

Nombre : Cuestionario de rentabilidad

Autor : Carpio y Pinedo (2020)

Adaptado : Peña (2022)

Aplicación : Grupal

Tiempo : 40 minutos

Escala de medición: Politómica

Niveles y rangos:

Bajo [18 – 41]

Medio [41 – 65]

Alto [66 – 90]

Validez

La confiabilidad es muy indispensable ya que nos señala si el resultado obtenido es cierto para posteriormente seguir avanzando con esta investigación. Para Vara (2015), es el grado que se pretende medir un instrumento” (p. 272). Estos fueron validados por expertos en Contabilidad cuyos resultados fueron aplicables a la muestra.

Confiabilidad

Se puso en práctica una prueba piloto a 20 trabajadores por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach para hallar la confiabilidad o igualdad. Cual resultado fue para el instrumento de cultura tributaria ,776 y para rentabilidad ,846 ambos altamente confiables. (Ver anexo)

3.5. Procedimiento

Se pidió autorización los gerentes de las empresas panaderas y se sensibilizó a los trabajadores se orientó la intencionalidad del estudio y anonimato de sus respuestas. Seguidamente se realizó el recojo de información para la obtención de resultados con fines netamente investigativos.

3.6. Método de análisis de datos

Se sometió a sistematización los datos a través del SPSS 26 con el propósito de obtener resultados tanto descriptivos en cuanto a la medición de las variables y dimensiones y para los inferenciales fueron ejecutados por medio de una prueba de normalidad para la verificación del análisis no paramétrico empleado fue el Rho Spearman.

3.7 Aspectos éticos

El estudio investigativo cumplió con los aspectos éticos para ello se contó con la cartilla de presentación de nuestro centro de estudios, así también se solicitó el consentimiento a los gerentes de las empresas panaderas para la aplicación los

cuestionarios salvaguardando su confidencialidad. Así también, los resultados obtenidos han sido empleados con fines de mejora de la problemática de estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 2

Niveles de la variable cultura tributaria

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	22	30,6
Medio	40	55,6
Alto	10	13,9
Total	72	100,0

Los resultados obtenidos para el nivel de cultura tributaria hacia los trabajadores, se tiene el nivel medio con un 55,6% tiene el más alto porcentaje en comparación al nivel de alto, el 13,9% que es menor incluso que el nivel bajo que mantuvo un 30,6%, por lo que se afirma que la cultura tributaria en las empresas estudiadas es media.

Tabla 3

Distribución de frecuencias de las dimensiones del cultura tributaria

Dimensiones	Niveles	Frecuencia	Porcentaje válido
		(fi)	(%)
Conciencia tributaria	Bajo	23	31.9%
	Medio	35	48.6%
	Alto	14	19.4%
Educación cívica tributaria	Bajo	22	30.6%
	Medio	39	54.2%
	Alto	11	15.3%
Difusión y orientación tributaria	Bajo	25	34.7%
	Medio	30	41.7%
	Alto	17	23.6%

Interpretación:

En la tabla 3 y a la figura 2, las dimensiones determinadas por tres niveles, el nivel bajo, la dimensión difusión y orientación tributaria con el 34,7%; el nivel medio la dimensión educación cívica tributaria con el 54,2% del total, el nivel superior es la dimensión difusión y orientación tributaria la más representativa con el 23,6%.

Tabla 4

Niveles de la variable rentabilidad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	28	38,9
Medio	40	55,6
Alto	4	5,6
Total	72	100,0

Los resultados de rentabilidad a los trabajadores, el nivel de medio 55,6% es el mayor porcentaje obtenido, en comparación al nivel de bajo el 38,9%, el nivel alto es del 5,6%, por lo que el nivel de rentabilidad de los trabajadores de las empresas estudiadas se mantiene en un nivel medio.

Tabla 5

Distribución de frecuencias de las dimensiones de la rentabilidad

Dimensiones	Niveles	Frecuencia	Porcentaje válido
		(fi)	(%)
Control de gasto	Bajo	31	43.1%
	Medio	31	43.1%
	Alto	10	13.9%
Volumen de ventas	Bajo	33	45.8%
	Medio	34	47.2%
	Alto	5	6.9%
Margen de utilidad	Bajo	31	43.1%
	Medio	33	45.8%
	Alto	8	11.1%

Interpretación:

La tabla 5 y a la figura 4, el nivel bajo de todas las dimensiones le pertenece a la dimensión volumen de ventas con un 45,8%, nivel medio a la dimensión volumen

de ventas con el 47,2%, finalmente se observa que el valor significativo del nivel alto corresponde a la dimensión control de gasto con el 13,9%.

4.2. Resultados correlacionales.

Prueba de normalidad

Se pasó a realizar la prueba de Normalidad para saber que estadístico emplear, mediante esta prueba nos permitió conocer si se utilizará una prueba estadística paramétrica o no paramétrica, como esta investigación fue de tipo correlacional simple, nos dio la opción de elegir la rho de Spearman o el r de Pearson, a continuación, veremos la siguiente tabla.

Tabla 6

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	,296	72	,000	,785	72	,000
Conciencia tributaria	,250	72	,000	,803	72	,000
Educación cívica tributaria	,285	72	,000	,791	72	,000
Difusión y orientación tributaria	,226	72	,000	,804	72	,000
Rentabilidad	,328	72	,000	,738	72	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se visualiza en la tabla 6 que tanto la cultura tributaria y dimensiones como la rentabilidad tienen un p-valor menor que 0,05 y además su muestra fue de 72 se empleó Kolmogórov-Smirnov para muestras mayores de 50, al tener un p-valor de 0,000 se puede deducir que presentan una distribución no normal una prueba no paramétrica, se usó la prueba Rho de Spearman para encontrar las correlaciones y resolver a la prueba de hipótesis.

Hipótesis general

Ho. La cultura tributaria no se relaciona con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Hi. La cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 7

Correlación de la cultura tributaria y la rentabilidad

			Cultura tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,588**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	72	72
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,588**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	72	72

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

Analizando el resultado que obtuvo la tabla 7, presentó una correlación de Rho de Spearman de 0.588, así como un $p=0.000 < 0.05$, se pudo observar que hay aceptación de la hipótesis alterna. Por consiguiente, se constata que hay una correlación positiva considerable entre la cultura tributaria y la rentabilidad.

Hipótesis específica 1

Ho. La conciencia tributaria no tiene relación con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Hi. La conciencia tributaria tiene relación con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 8

Correlación de la dimensión conciencia tributaria y la rentabilidad

			Conciencia tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,495**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	72	72
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,495**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

N	72	72
<i>**.</i> La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).		

La tabla 8, hay una correlación de Rho de Spearman de 0.495, así como un $p=0.000 < 0.05$, se comprueba una aceptación de la hipótesis alterna, se evidencia que hay una relación positiva media entre la dimensión de conciencia tributaria y la rentabilidad.

Hipótesis específica 2

Ho.La educación cívica tributaria no se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Hi.La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 9

Correlación de la dimensión educación cívica tributaria y la rentabilidad

			Educación cívica tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Educación cívica tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,435**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	72	72
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,435**	1,000
		Sig. (bilateral)	,0000	.
		N	72	72

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

La tabla 9, existe correlación de Rho de Spearman de 0.435, así como un $p=0.000 < 0.05$, hay una aceptación de la hipótesis alterna y se comprueba que hay una relación positiva media de las dimensiones, educación cívica tributaria y la rentabilidad.

Hipótesis específica 3

Ho. La difusión y orientación tributaria no se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Hi. La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.

Tabla 10

Correlación de la dimensión difusión y orientación tributaria y la rentabilidad

			Difusión y orientación tributaria	Rentabilidad
Rho de Spearman	Difusión y orientación tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,436**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		72	72
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,436**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		72	72	

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

La tabla 10, se dio correlación según el Rho de Spearman de 0.436, así como un $p=0.000 < 0.05$, con lo que se manifiesta que hay una aceptación de la hipótesis alterna, se observó que hay una relación positiva media entre difusión y orientación tributaria y la rentabilidad.

V. DISCUSIÓN

En esta investigación su principal objetivo fue determinar si hay una relación significativa entre la cultura tributaria y la rentabilidad en las empresas de la industria de la panificación en la ciudad de Jaén, Cajamarca 2022. La información que se obtuvo en esta investigación fue mediante la encuesta, lo cual fue aceptada y validada por un juicio que evaluó los expertos, posteriormente se utilizó el instrumento cuestionario lo cual contiene 22 preguntas para la primera variable y 18 para la segunda, de los cuales se procedió a encuestar a 20 trabajadores dentro del área administrativa, a los dueños de las empresas de la industria de la panificación en la ciudad de Jaén-Cajamarca 2022, para concluir con el trabajo realizado se recolectó la información utilizando una tabulación en Excel, para ser analizada en el sistema estadístico, por lo que aplicamos el coeficiente Alfa de Cronbach y se procesó descriptivamente e inferencialmente.

Se consideró la información estadística para contrastar la hipótesis mediante la cual se logró diferenciar los resultados en las distintas pruebas, fue ejecutada con la prueba de Kolmogórov-Smirnov, que fue la más apropiada ya que se emplea de manera continua pero cuando la muestra sea mayor a 50 encuestados, como conclusión obtenida de este estudio se tomó la prueba de Rho de Spearman para encontrar las correlaciones y responder a la prueba de hipótesis de ser el valor menor que 0,05, lo cual manifiesta que es aceptada la hipótesis alterna y rechaza la hipótesis nula.

Para seguir con la discusión se tuvo en cuenta los procedimientos del método científico, los instrumentos por validez de expertos y fueron altamente fiables para poder recolectar información a la totalidad de la población a pesar de que existieron limitaciones porque las poblaciones eran muy pequeñas, así también existieron pocos antecedentes actualizados referente a la problemática de estudio, pese a lo manifestado.

Con respecto a la hipótesis general se afirma que la cultura tributaria tiene relación con rentabilidad en las empresas estudiadas, como se observar en la tabla N° 7 del cual evidencia que hay una aceptación de la hipótesis alterna (H1) y un rechazo de la hipótesis nula (Ho).

Los resultados inferenciales obtenidos a partir de la prueba de hipótesis podemos mencionar en cuanto al objetivo general: Se determinó que la cultura tributaria guarda relaciona con la rentabilidad, con un nivel de relación positiva considerable (Rho 0,588 y p-valor 0,000), estos resultados son similares a los estudios expuestos por Acuña y Coico (2021) señalaron una relación moderada debido a que no se fomenta de forma permanente una cultura tributaria y existe incumplimiento de pagos tributarios lo que limita una mejor rentabilidad. Al contrario, Lázaro y Otiniano (2021) señalaron una baja relación porque existe una relación baja porque se requiere de una cultura tributaria debido al incumplimiento de pagos, es importante que se concientice a todos en la empresa sobre la responsabilidad y el cumplimiento de los pagos tributarios y así no afecte la rentabilidad de la empresa. Resultados diferentes a los obtenidos debido a que se tiene que mejorar la gestión de la administración tributaria y si existe una eficiente administración de los tributos mejorará la rentabilidad en la empresa de la panificación.

Referente a la hipótesis específica 1, menciona que la conciencia tributaria tiene relación significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022, posteriormente se puede observar en la tabla N° 8 con lo cual hay una correlación positiva media entre ambas, aceptando a la hipótesis alterna (H1) y rechazando a la hipótesis nula (H0). Se determinó que la dimensión conciencia tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un nivel de correlación positiva media (Rho 0,495 y p-valor 0,000) en la población que ha sido elegida para la investigación, esto se debe a que todavía no toman conciencia respecto a las obligaciones que tienen como contribuyentes, lo cual perjudica significativamente a la empresa, estos resultados se asemejan al estudio realizado por Merino (2018) existe también una relación moderada porque se necesita del fortalecimiento de una conciencia tributaria que

beneficiará significativamente a la empresa no obstante los autores Onofre, et al., (2017) manifestaron que se requiere de estrategias tributarias para mejorar las rentas y para ello se requiere de un conocimiento tributario. Estos resultados diferentes a los dados, pero es necesario resaltar que hay un nivel medio de conciencia tributaria, pero se debe fortalecer a través de capacitaciones y charlas tributarias o que generará una mayor conciencia y responsabilidad por elevar el nivel de rentabilidad en empresas de industria en la panificación de Jaén.

Con respecto a la hipótesis específica 2 se evidencia que hay una relación positiva media entre educación cívica tributaria y la rentabilidad en las empresas de la industria de la panificación jaen-cajamarca, 2022, el cual nos muestra en la tabla N°9 que cuenta con nivel de significancia del 0,05 entre las dos variables lo cual manifiesta que hay una aceptación de la hipótesis alterna (H1) y un rechazo a la hipótesis nula (H0).

Se determinó, la educación cívica tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un nivel de correlación positiva media (Rho 0,435 y p -valor 0,000). Según Pari (2018) existe relación baja porque existe incumplimiento de las obligaciones y una deficiente educación tributaria en cambio para los autores De la Torre, Miguel y Padilla (2019) existe un escaso interés y conocimiento de las funciones tributarias. Resultados que enfatizaron en el fomento una educación cívica tributaria en todas las empresas de industrias panaderas para ello se requiere de trasmisión de valores y concientización tributaria que sea vista como un deber y no como una obligación.

En la hipótesis 3 nos menciona que existe una relación positiva con una muestra menor a 0,05, por consiguiente se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0), lo cual se puede observar en la tabla N°10 por lo que se manifiesta que hay una correlación positiva entre la dimensión difusión y orientación tributaria y la rentabilidad en las empresas de la industria de la panificación en Jaén- Cajamarca

Se puede determinar que, difusión y orientación tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un índice de correlación positiva media (Rho 0,436 y p -valor 0,000). Resultados que son similares a los de los autores Tirape y Velastegui (2016) que resaltaron una relación moderada porque a pesar de que reciben capacitaciones tributarias todavía carecen de conocimiento y orientación sobre el pago de tributos y de los cumplimientos en los plazos establecidos, al contrario, Rivas y Quimiz (2017) señalaron una relación alta porque realizan programas de capacitación tributaria debido al desconocimiento de los beneficios que brinda Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano a la sociedad y a las empresas por ello diseñaron una propuesta de capacitación tributaria permanente que ayude a las empresas a resolver sus interrogantes sobre los procesos tributarios.

Con lo expuesto o mencionado anteriormente, se asimila con (MEF, 2021) por lo tal que no existe una cultura tributaria en cuanto a emisión de facturas, casi todas las empresas emite facturas falsas, no cuentan con una planilla de compras por lo consiguiente esto perjudica a las empresas en su rentabilidad. A pesar que SUNAT es un ente supervisor, señaló que la recaudación de impuesto en marzo del 2021 los ingresos tributarios han bajado significativamente a pesar de todas las formas que se ha intentado fomentar una cultura y educación tributaria, este no tiene los resultados previstos. En nuestro país existen muchas microempresas como panaderías, ventas de licores, abarrotes, restaurantes que carecen de una cultura tributaria la mayoría no tiene una sólida cultura tributaria y se manifiesta en el incumplimiento del pago de tributos, ocultan los ingresos y no declaran ante una administración tributaria de forma voluntaria.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En conclusión, la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un porcentaje de correlación positiva considerable (Rho 0,588 y p-valor 0,000). Se deduce que mientras la cultura tributaria sea alta, la rentabilidad será alta. Por lo que es conveniente que se involucre a todos los trabajadores sobre las obligaciones tributarias con el fin de que no afecte la rentabilidad de las empresas en la industria de la panificación.

Segunda: Se concluyó que, la conciencia tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un índice de correlación media positiva (Rho 0,495 y p-valor 0,000). Cabe indicar que mientras la conciencia tributaria sea alta, la rentabilidad será alta. Por ello es necesario que se fortalezca la conciencia tributaria mediante charlas, capacitaciones, orientaciones con el fin de subir la rentabilidad de las empresas.

Tercera: En conclusión, la educación cívica tributaria se relaciona con la rentabilidad, con un nivel medio positivo (Rho 0,435 y p-valor 0,000). Mientras la educación cívica tributaria sea alta, la rentabilidad será alta, existen incumplimientos con las obligaciones, un escaso interés por parte de ellos mismos referente a las obligaciones tributarias.

Cuarta: En conclusión, la difusión y orientación tributaria se ve relacionada con rentabilidad por un nivel de correlación positiva media (Rho 0,436 y p-valor 0,000). Cabe mencionar que mientras la difusión y orientación tributaria sea alta, la rentabilidad será alta. Por otro lado la difusión y orientación tributaria se refleja que a pesar que reciben información, charlas todavía no son conscientes de cuáles son nuestros deberes como empresas al realizar los pagos de los tributos y de acuerdo a las fechas dispuestas por Sunat.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

Primera: Se recomienda a los gerentes, profesionales conocedores del tema de cultura tributaria y rentabilidad en las organizaciones privadas y estatales, elaborar diversas capacitaciones, definiendo los temas que se van aplicar con la finalidad de que allí una excelente orientación y capacitación sobre la problemática de cultura tributaria y rentabilidad para que así den soluciones ante cualquier eventualidad que se pueda presentar.

Segunda: Se recomienda a los dueños y gerentes, tomar conciencia sobre las obligaciones que tenemos como persona y empresa, crear distintos medios o espacios de enseñanza en las empresas, para así tener trabajadores responsables, con cumplimiento voluntario de las exigencias relacionado al sistema tributario en nuestro País.

Tercera: Recomendación para los administradores realizar un seguimiento y monitoreo sobre la falta de cumplimiento tributario mediante el cual se vea reflejado la emisión de comprobantes de pagos, registrar el total de las ventas adquiridas en un determinado tiempo, para que esto conlleve a la empresa que genere mayor rentabilidad.

Cuarta: Se recomienda a los dueños y gerentes realizar campañas de difusión y orientación tributarias para reducir las infracciones y sanciones tributarias, a su vez conocer cuáles son sus beneficios tributarios si es que cumplen con sus obligaciones que le corresponden a las empresas de industria en la panificación de Jaén, Cajamarca.

REFERENCIAS

- Acuña, W y Coico, S. (2021) *Cultura Tributaria y la rentabilidad de la asociación Compasión y Servicio – Compaser, Chimbote 2021* (Tesis de licenciatura) Universidad César Vallejo.
- Arias, L. (2017) *Política tributaria*, CIES Consorcio de investigación económica y social, INDE Consultores.
- Armas, M., y Colmenares, M. (2012). Educación sobre Cultura Tributaria. *REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, ISSN-e 1856-9331, Año 4, N^o. 6, págs. 141-160
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Ascencio, M. (2020) El financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las pymes del cantón La Libertad - Provincia de Santa Elena en el año 2019
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/23541/T-ESPE-044234.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, F (2011), Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: *Experiencia en el Perú* _024CIAT Revista de Administración Tributaria, Lima, Perú.
- Camacho, A. y Patarroyo, Y. (2017) La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16533/1/2019_implementacion_cultura_tributaria.pdf
- Cárdenas A. (2012). La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal. Recuperado:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>
- Cantero-Cora, H; Leyva-Cardenosa, E(2016) La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial *Ciencias Holguín*, vol. 22, núm. 4, octubre-diciembre, 2016, pp. 1-17 Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín Holguín, Cuba. Recuperado:
<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181548029004.pdf>
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Chia, M., Gómez, J., López, C., & Porras, S. (2018) Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia. *Revista Activos*, 16(30), enero – junio, 2018, pp. 19-54. <https://doi.org/10.15332/25005278.5059>

- Chonchol, J. (1999). Impacto de la globalización en las sociedades latinoamericanas. Qué hacer frente a ello. Geography Department, University of Sao Paulo, 12(34), pp 221-238. <http://doi.org/10.7154/rdg.1999.0013.001>
- Curak, M.; Poposki, K. & Pepur, S. (2012) Profitability Determinants of the Macedonian Banking Sector in Changing Environment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 44, 2012, pp. 406-416. Recuperado: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812011664>
- De la torre, I.; Miguél, R. y Padilla, L. (2019) La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16533/1/2019_implementacion_cultura_tributaria.pdf
- Díaz, M. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. España: EUMED.
- Dimitrić, M.; Tomas I. & Arbula A. (2019) Profitability determinants of hotel companies in selected Mediterranean countries. *Economic Research, Ekonomska Istraživanja*, vol. 32 núm. 1, julio, 2019, pp. 1977-1993, Croacia. Recuperado: <https://hrcak.srce.hr/clanak/332847>
- Dobrovic, J.; Lambovska, M.; Gallo, P. & Timkova, V. (2018) Non-financial indicators and their importance in small and medium-sized enterprises. *Journal of Competitiveness* Vol. 10, Issue 1, junio, 2018, pp. 41-55. Recuperado: <https://www.cjournal.cz/files/284.pdf>
- Eslava, J. (2016) *La rentabilidad: análisis de costes y resultados*. Sic Editorial, España. ISBN: 978-84-7356-947-7
- Espinoza, F. (2019) *Cultura tributaria y la rentabilidad, en el Mercado Modelo, Distrito de Barranca* (Tesis de licenciatura) Universidad San Pedro, Chimbote.
- Fernández, S. y Beltrán, L. (2021). *Cultura tributaria: relevancia ante rentabilidad empresarial*. Cali, Colombia. Editorial Universidad Santiago de Cali <https://libros.usc.edu.co/index.php/usc/catalog/view/209/212/3749>
- Fuentes, V y Leyva, E (2020) *Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial* Editorial Universitaria (Cuba)

- González A.; Correa A. y Acosta M. (2002) Factores determinantes de la rentabilidad financiera de las PYME. Revista española de financiación y contabilidad, vol. 31, núm. 112, abril – junio, 2002 pp. 395-429. Recuperado: http://aeca.es/old/refc_1972-2013/2002/112-2.pdf
- Gómez, L. y Macedo, J. (2008). *La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el Sistema Educativo Peruano. Sistema Tributario y Educación*, pp. 143 - 153.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410>
- Gómez, S. (2013). *Dirección Financiera I*. España: Editorial:Universidad de Alicante.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). México: McGraw Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.
- INEI (2021) *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO) 2019*. INEI <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2021-instituto-nacional-de-estad%C3%ADstica-e-inform%C3%A1tica-inei>
- Lázaro y Otiniano (2021) *Cultura tributaria y rentabilidad en la empresa Inversiones Pool S.R.L, Chimbote* (Tesis de licenciatura) Universidad César Vallejo.
- Mendoza, F., Palomino, R., Robles, J. y Ramírez, S. (2014). Correlación entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: caso Universidad Estatal de Sonora. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1688911748?accountid=37408>
- Merino, J. (2018) *Cultura tributaria y su relación con la rentabilidad empresarial de los estudios contables de Villa María del Triunfo* (Tesis de licenciatura) Universidad César Vallejo.

- Monllau, T; Rodríguez, N (2013) La rentabilidad de las empresas que ofrecen servicios a la tercera edad: Estudio comparativo de los establecimientos residenciales y de los servicios en el hogar Intangible *Capital*, vol. 9, núm. 2, 2013, pp. 420-436 *Universitat Politècnica de Catalunya Barcelona, España*
Recuperado: <https://www.redalyc.org/pdf/549/54928232002.pdf>
- Morillo, M. (2001) Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. Actualidad Contable FACES, vol. 4, núm. 4, enero – junio, 2001, pp. 35-48. Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela. Recuperado: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>
- Onofre-Zapata, R.; Aguirre-Rodríguez, C. y Murillo-Torres, K. (2017). La cultura tributaria y la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos. *Revista Científica. Dominio de las Ciencias*. 3 (3), 45-68.
Recuperado: <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.3.jun.45-68>
- Ordoñez, R. y Tenesaca, M. (2014). La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil. *Yachana Revista Científica*, 3(2), 76-87.
- Pari, B. (2018) *Cultura tributaria en la rentabilidad de los comerciantes de calzados* (Tesis de licenciatura) Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez
- Prats, M., y Rocamora, A. (2018). Consolidación fiscal, un análisis empírico para España. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(1), 9-21.
- Ramos, N.; Chero, S.; Vidaurre, W.; Urbina, M. y Rosas, C. (2021) Cultura tributaria para incrementar la recaudación de impuestos en los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo. *Ciencia y Desarrollo* vol. 24, núm. 4, octubre – diciembre, 2021, pp. 40-47 Universidad Alas Peruanas, Perú.
Recuperado:
<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2328/2381>
- Rivas, G. y Quimiz, S. (2017) Análisis de la evasión tributaria en el período 2010 - 2014 y diseño de una propuesta de capacitación tributaria para comerciantes del sector La Bahía en la Ciudad de Guayaquil
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20063/1/ULTIMA%20TESIS%20FINAL%20RIVAS%20QUIMIZ%20%2830%20MAYO%202017%29.pdf>
- Sallenave, J. (1990). *Gerencia y Planeación Estratégica*. Edit. Norma. Colombia.

- Santiesteban, E. (2015) *Metodología para el análisis de la Rentabilidad Económica*. Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de la Habana.
- SUNAT (2012). *Sistema Tributario*. Recuperado de http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_3.pdf
- SUNAT (2012). *Historia de la Tributación en el Perú*. Recuperado de http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_%204.pdf
- Tirape, M., & Velastegui, M. (2016). *Cultura Tributaria en el Sector Informal de la Provincia de Santa Elena*, Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7011>
- Torres, J., Barros, J., Villasmil, M., y Socorro, C. (2020). Beneficios tributarios para proyectos de ciencia, tecnología e innovación en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 107-119. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i2.32427>
- Urcia, E. (2015). *La cultura Tributaria*. (1a ed.). Lima: Editor Entrelineas S.R.L.
- Valderrama, S. (2017) *Pasos para Elaborar Proyectos de Investigación Científica. Cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial San Marcos. Lima, Perú.
- Valero, M y Ramírez, T (2009). Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 5(1) 58-73. ISSN 1870-557X Recuperado: [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.p](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.p)

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Cultura tributaria y rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p>Problema General:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la educación cívica tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la difusión y orientación tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar la relación entre la conciencia tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022</p> <p>Determinar la relación entre la educación cívica tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022</p> <p>Determinar la relación entre la difusión y orientación tributaria y la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>La cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>La conciencia tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.</p> <p>La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.</p> <p>La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022.</p>	Variable 1: CULTURA TRIBUTARIA				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas valores	Niveles o rangos
			Conciencia tributaria	Normas tributarias Servicios públicos Cumplimiento de pago de tributos Motivación	1 al 8	Nunca (1) Casi nunca (2) Alguna vez (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Bajo [22-29] Medio [30-37] Alto [38-44]
			Educación cívica tributaria	Cursos tributarios Valores Actividades	9 al 15		
Difusión y orientación tributaria	Transparencia Presupuesto Rendición de cuentas Charlas de SUNAT	16 al 22					

VARIABLES E INDICADORES				
Variable 2: RENTABILIDAD				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas valores	Niveles o rangos
Control de gasto	Pago proveedores Retrasos y dificultades Método de pago	1 al 6	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4)	Bajo [18 – 41] Medio [41 – 65] Alto [66 – 90]
Volumen de ventas	Venta o compra menores a 150 UIT Venta o compra mayores a 150 UIT	7 al 13	Siempre (5)	
Margen de utilidad	Utilidades RMT RER RG	14 al 18		

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
ENFOQUE: Cuantitativo MÉTODO. Hipotético-deductivo TIPO: Básica NIVEL: Descriptivo correlacional DISEÑO: No experimental - Transversal	Población: Estuvo conformada 72 trabajadores en empresas de industria en la panificación de la provincia de Jaén, Cajamarca, 2022	Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario de cultura tributaria Cuestionario de rentabilidad	DESCRIPTIVA: - Tablas de frecuencia - Figuras estadísticas INFERENCIAL: Para la prueba de Hipótesis se realizará el coeficiente de rho Spearman

Anexo 02: Operacionalización de variables

Operacionalización de la variable 1: Cultura Tributaria

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rangos
Cultura tributaria	Es la educación adquirida sobre la tributación (Urcia,2015).	Se empleó un cuestionario para medir la cultura tributaria estuvo compuesta de 22 ítems que comprende tres dimensiones: conciencia tributaria, educación cívica tributaria y difusión y orientación tributaria constó de 22 ítems con escalas politómicas	Conciencia tributaria	Normas tributarias Servicios públicos Cumplimiento de pago de tributos Motivación	1 al 8	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Bajo [22-29] Medio [30-37] Alto [38-44]
			Educación cívica tributaria	Cursos tributarios Valores Actividades	9 al 15		
			Difusión y orientación tributaria	Transparencia Presupuesto Rendición de cuentas Charlas de SUNAT	16 al 22		

Operacionalización de la variable 2: Rentabilidad

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rangos
Rentabilidad	Es considerada como la capacidad de generar bienes y beneficios para un negocio (Eslava,2016)	Se empleó un cuestionario para medir la rentabilidad estuvo compuesta por tres dimensiones: Control de gasto, volumen de ventas y margen de utilidad conformada por 18 ítems	Control de gasto	Pago proveedores Retrasos y dificultades Método de pago	1 al 6	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Bajo [18 – 41] Medio [41 – 65] Alto [66 – 90]
			Volumen de ventas	Venta o compra menores a 150 UIT Venta o compra mayores a 150 UIT	7 al 13		
			Margen de gasto	Utilidades RMT RER RG	14 al 18		

Anexo 3: Instrumentos
CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA

Estimado trabajador le solicitamos tu colaboración con dar respuestas al cuestionario sobre CULTURA TRIBUTARIA con fines académicos.

S	Siempre	5
CS	Casi Siempre	4
AV	Algunas Veces	3
CN	Casi Nunca	2
N	Nunca	1

DIMENSIONES / ITEMS	ESCALAS				
	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN CONCIENCIA TRIBUTARIA					
1. Cumple como contribuyente con las normas tributarias.					
2. Brinda el Estado buenos servicios públicos a los contribuyentes.					
3. Satisface los servicios públicos a la población					
4. La prestación de servicios siempre es sin fines de lucro.					
5. Se siente desmotivado para cumplir con los pagos de los tributos.					
6. Se siente motivado para cumplir con los pagos de los tributos.					
7. La empresa cumple con sus obligaciones tributarias					
8. Existe malversación de fondos en la empresa.					
DIMENSIÓN EDUCACIÓN CIVICA TRIBUTARIA					
9. La empresa da cursos de educación cívica tributaria					
10. La educación cívica tributaria brinda conocimientos para que los trabajadores conozcan sus deberes y derechos tributarios.					
11. Los trabajadores demuestran valores tributarios.					
12. Los trabajadores transmiten sus valores tributarios a los clientes de la empresa					
13. La falta de honradez de algunos trabajadores no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.					
14. La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.					
15. En la empresa se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.					
DIMENSIÓN DISFUSIÓN Y ORIENTACIÓN TRIBUTARIA					
16. Se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.					

17. El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.					
18. Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria.					
19. Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar la empresa					
20. Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar la empresa					
21. Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT					
22. Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT					

CUESTIONARIO DE RENTABILIDAD

Estimado trabajador le solicitamos tu colaboración con dar respuestas al cuestionario sobre RENTABILIDAD con fines académicos.

S	Siempre	5
CS	Casi Siempre	4
AV	Algunas Veces	3
CN	Casi Nunca	2
N	Nunca	1

DIMENSIONES / ITEMS	ESCALAS				
	1	2	3	4	5
DIMENSIÓN CONTROL DE GASTO					
1. Realiza el pago a proveedores puntualmente.					
2. Tiene en cuenta que el pago a los proveedores podría ser mejor para su empresa panadera.					
3. Efectúa pagos con retrasos y dificulta la entrega de insumos panaderos por realizar					
4. Emplea el método por coeficiente para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.					
5. Emplea el método por cuota para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.					
6. Emplea el método por cuota es el adecuado para la empresa panadera.					
DIMENSIÓN VOLUMEN DE VENTAS					
7. La empresa panadera vende o compra montos menores a 150 UIT					
8. La empresa panadera es considerada una microempresa.					
9. La empresa panadera vende o compra montos en niveles siempre iguales o compra montos					
10. La empresa panadera es considerada una pequeña empresa.					
11. La empresa panadera vende o compra montos mayores a 150 UIT					
12. La panadería es considerada una gran empresa.					
13. La panadería es un negocio rentable.					
DIMENSIÓN MARGEN DE UTILIDAD					
14. Tiene conocimiento que la empresa panadera recibe utilidades.					
15. Tiene conocimiento que le corresponde el RMT					
16. Tiene conocimiento que le corresponde el RER					
17. Tiene conocimiento que le corresponde el RG					
18. Recibe niveles altos de utilidades que favorece a la empresa panadera.					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

Nº	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN CONCIENCIA TRIBUTARIA							
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.	✓		✓		✓		
2	Brinda el Estado buenos servicios públicos a los contribuyentes.	✓		✓		✓		
3	Satisface los servicios públicos a la población	✓		✓		✓		
4	La prestación de servicios siempre es sin fines de lucro.	✓		✓		✓		
5	Se siente desmotivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
6	Se siente motivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
7	La empresa cumple con sus obligaciones tributarias	✓		✓		✓		
8	Existe malversación de fondos en la empresa.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN EDUCACIÓN CIVICA TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	
9	La empresa da cursos de educación cívica tributaria	✓		✓		✓		
10	La educación cívica tributaria brinda conocimientos para que los trabajadores conozcan sus deberes y derechos tributarios	✓		✓		✓		
11	Los trabajadores demuestran valores tributarios.	✓		✓		✓		
12	Los trabajadores transmiten sus valores tributarios a los clientes de la empresa	✓		✓		✓		
13	La falta de honradez de algunos trabajadores no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.	✓		✓		✓		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.	✓		✓		✓		
15	En la empresa se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN DISFUSIÓN Y ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.	✓		✓		✓		
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.	✓		✓		✓		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria.	✓		✓		✓		
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar la empresa	✓		✓		✓		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar la empresa	✓		✓		✓		
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT	✓		✓		✓		
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Cueva Villafuerte Miguel Angel
Especialidad: Contador titulado – Magíster en Administración de empresas

No aplicable [_]

14 de junio de 2022

DNI: 45519875

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RENTABILIDAD

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN CONTROL DE GASTO							
1	Realiza el pago a proveedores puntualmente.	✓		✓		✓		
2	Tiene en cuenta que el pago a los proveedores podría ser mejor para su empresa panadera.	✓		✓		✓		
3	Efectúa pagos con retrasos y dificulta la entrega de insumos panaderos por realizar	✓		✓		✓		
4	Emplea el método por coeficiente para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.	✓		✓		✓		
5	Emplea el método por cuota para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.	✓		✓		✓		
6	Emplea el método por cuota es el adecuado para la empresa panadera	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN VOLUMEN DE VENTAS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La empresa panadera vende o compra montos menores a 150 UIT	✓		✓		✓		
8	La empresa panadera es considerada una microempresa.	✓		✓		✓		
9	La empresa panadera vende o compra montos en niveles siempre iguales.	✓		✓		✓		
10	La panadería es considerada una pequeña empresa.	✓		✓		✓		
11	La empresa panadera vende o compra montos mayores a 150 UIT	✓		✓		✓		
12	La panadería es considerada una gran empresa.	✓		✓		✓		
13	La panadería es un negocio rentable.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN MARGEN DE UTILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
14	Tiene conocimiento que la empresa panadera recibe utilidades.	✓		✓		✓		
15	Tiene conocimiento que le corresponde el RMT	✓		✓		✓		
16	Tiene conocimiento que le corresponde el RER	✓		✓		✓		
17	Tiene conocimiento que le corresponde el RG	✓		✓		✓		
18	Recibe niveles altos de utilidades que favorece a la empresa panadera.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir [_]**

No aplicable []

14 de junio de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: Cueva Villafuerte Miguel Angel
Especialidad: Contador titulado – Magister en Administración de empresas

DNI: 45519875



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

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN CONCIENCIA TRIBUTARIA							
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.	✓		✓		✓		
2	Brinda el Estado buenos servicios públicos a los contribuyentes.	✓		✓		✓		
3	Satisface los servicios públicos a la población	✓		✓		✓		
4	La prestación de servicios siempre es sin fines de lucro.	✓		✓		✓		
5	Se siente desmotivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
6	Se siente motivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
7	La empresa cumple con sus obligaciones tributarias	✓		✓		✓		
8	Existe malversación de fondos en la empresa.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN EDUCACIÓN CIVICA TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	
9	La empresa da cursos de educación cívica tributaria	✓		✓		✓		
10	La educación cívica tributaria brinda conocimientos para que los trabajadores conozcan sus deberes y derechos tributarios	✓		✓		✓		
11	Los trabajadores demuestran valores tributarios.	✓		✓		✓		
12	Los trabajadores transmiten sus valores tributarios a los clientes de la empresa	✓		✓		✓		
13	La falta de honradez de algunos trabajadores no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.	✓		✓		✓		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.	✓		✓		✓		
15	En la empresa se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN DISFUSIÓN Y ORIENTACIÓN TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	
16	Se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.	✓		✓		✓		
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.	✓		✓		✓		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria.	✓		✓		✓		
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar la empresa	✓		✓		✓		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar la empresa	✓		✓		✓		
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT	✓		✓		✓		
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []**

No aplicable []

14 de junio de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: **Loayza Adrianzen Nataly Paola**

DNI: 70089795

Especialidad: **Contador titulado**



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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RENTABILIDAD

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN CONTROL DE GASTO							
1	Realiza el pago a proveedores puntualmente.	✓		✓		✓		
2	Tiene en cuenta que el pago a los proveedores podría ser mejor para su empresa panadera.	✓		✓		✓		
3	Efectúa pagos con retrasos y dificulta la entrega de insumos panaderos por realizar	✓		✓		✓		
4	Emplea el método por coeficiente para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.	✓		✓		✓		
5	Emplea el método por cuota para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.	✓		✓		✓		
6	Emplea el método por cuota es el adecuado para la empresa panadera	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN VOLUMEN DE VENTAS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La empresa panadera vende o compra montos menores a 150 UIT	✓		✓		✓		
8	La empresa panadera es considerada una microempresa.	✓		✓		✓		
9	La empresa panadera vende o compra montos en niveles siempre iguales.	✓		✓		✓		
10	La panadería es considerada una pequeña empresa.	✓		✓		✓		
11	La empresa panadera vende o compra montos mayores a 150 UIT	✓		✓		✓		
12	La panadería es considerada una gran empresa.	✓		✓		✓		
13	La panadería es un negocio rentable.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN MARGEN DE UTILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
14	Tiene conocimiento que la empresa panadera recibe utilidades.	✓		✓		✓		
15	Tiene conocimiento que le corresponde el RMT	✓		✓		✓		
16	Tiene conocimiento que le corresponde el RER	✓		✓		✓		
17	Tiene conocimiento que le corresponde el RG	✓		✓		✓		
18	Recibe niveles altos de utilidades que favorece a la empresa panadera.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []**

No aplicable []

14 de junio de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: **Loayza Adrianzen Nataly Paola**
Especialidad: **Contador titulado**

DNI: 70089795

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

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

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

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

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION CONCIENCIA TRIBUTARIA							
Cumple como contribuyente con las normas tributarias.	✓		✓		✓		
Brinda el estado buenos servicios públicos a los contribuyentes.	✓		✓		✓		
Satisface los servicios públicos a la población.	✓		✓		✓		
La prestación de servicios siempre es sin fines de lucro.	✓		✓		✓		
Se siente desmotivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
Se siente motivado para cumplir con los pagos de los tributos.	✓		✓		✓		
La empresa cumple con sus obligaciones tributarias.	✓		✓		✓		
Existe malversación de fondos en la empresa.	✓		✓		✓		
DIMENSION EDUCACION CIVICA TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	
La empresa da cursos de educación cívica tributaria.	✓		✓		✓		
La educación cívica tributaria brinda conocimientos para que los trabajadores conozcan sus deberes y derechos tributarios.	✓		✓		✓		
Los trabajadores demuestran valores tributarios.	✓		✓		✓		
Los trabajadores transmiten sus valores tributarios a los clientes de la empresa.	✓		✓		✓		
La falta de honradez de algunos trabajadores no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.	✓		✓		✓		
La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.	✓		✓		✓		
En la empresa se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.	✓		✓		✓		
DIMENSION DIFUSION YORIENTACION TRIBUTARIA	Si	No	Si	No	Si	No	

Se cumple con ley de transparencia y acceso a la información pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.	✓		✓		✓		
El estado tiene una función social y que debe rendir cuenta a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y que son utilizados.	✓		✓		✓		
Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria.	✓		✓		✓		
Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar la empresa.	✓		✓		✓		
Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar la empresa.	✓		✓		✓		
Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT.	✓		✓		✓		
Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

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

14 de junio de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: Gumercindo Huayama Rinza

DNI: 277661109

Especialidad: Contador Público Colegiado – Magister en Gestión Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

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

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

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



Cpcc *Gumercindo Huayama Rinza*
 Magister en Gestión Pública
 Mat. 04-1323-CP Lambayeque
 Mat. 28-35-CCP Chachapoyas

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION CONTROL DE GASTO							
1	Realiza el pago a proveedores puntualmente.	✓		✓		✓		
2	Tiene en cuenta que el pago a los proveedores podría ser mejor para su empresa panadera.	✓		✓		✓		
3	Efectúa pagos con retrasos y dificulta la entrega de insumos panaderos por realizar.	✓		✓		✓		
4	Emplea el método por coeficiente para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera.	✓		✓		✓		
5	Emplea el método por cuota para ayudar a controlar los gastos en la empresa panadera	✓		✓		✓		
6	Emplear el método por cuota es el adecuado para la empresa	✓		✓		✓		
	DIMENSION VOLUMEN DE VENTAS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	La empresa panadera vende o compra montos menores a 150 UIT.	✓		✓		✓		
8	La empresa panadera es considerable una microempresa.	✓		✓		✓		
9	La empresa panadera vende o compra montos en niveles siempre iguales.	✓		✓		✓		
10	La panadería es considerable una pequeña empresa.	✓		✓		✓		
11	La empresa panadera vende o compra montos mayores a una UIT.	✓		✓		✓		
12	La panadería es considerable una gran empresa.	✓		✓		✓		
13	La panadería es un negocio rentable.	✓		✓		✓		
	DIMENSION MARGEN DE UTILIDAD							
14	Tiene conocimiento que la empresa panadera recibe utilidades.	✓		✓		✓		

15	Tiene conocimiento que le corresponde el RMT.	✓		✓		✓	
16	Tiene conocimiento que le corresponde el RER.	✓		✓		✓	
17	Tiene conocimiento que le corresponde el RG.	✓		✓		✓	
18	Recibe niveles altos de utilidades que favorecen a la empresa panadera.	✓		✓		✓	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA RENTABILIDAD

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable [] **14 de junio de 2022**

Apellidos y nombres del juez evaluador: Gumerindo Huayama Rinza **DNI: 27661109**

Especialidad: Contador Público Colegiado – Magister en Gestión Publica

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

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

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


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

Gumerindo Huayama Rinza
 CPOC Gumerindo Huayama Rinza
 Magister en Gestión Pública
 Mat. 04-1323-CP Lambayeque
 Mat. 28-35-CC Chachapoyas

Confiabilidad de las variables

confiabilidad cultura tributaria.sav [ConjuntoDatos4] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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



	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	2	3	2	3	4	3	2	4	2	4	2	3	1	3	2	4	4	3	2	2	3
2	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	4	5
5	1	2	5	1	4	3	4	5	3	4	1	3	4	1	4	5	2	5	2	3	3	3
6	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
7	1	3	2	5	3	5	2	5	4	3	4	2	5	1	2	4	4	1	5	3	2	5
8	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
9	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
10	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
11	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
12	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
13	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
14	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
15	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	3	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4
16	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	3
17	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4
18	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5
19	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4
20	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5

Resumen de procesamiento de casos

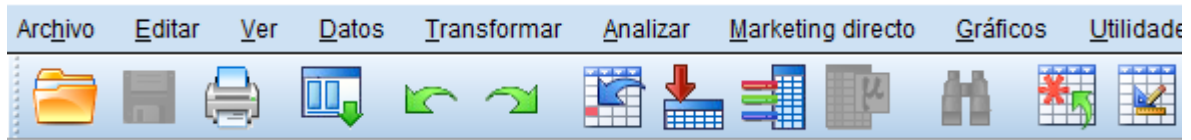
	N	%
Casos Válido	20	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	20	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,776	22

SV1	SD1	SD2	SD3
59	20	19	20
89	33	30	26
89	33	30	26
91	33	30	28
68	25	20	23
88	33	27	28
71	26	21	24
81	29	25	27
81	29	25	27
81	29	25	27
81	29	25	27
81	29	25	27
81	29	25	27
81	29	25	27
89	33	28	28
89	32	30	27
90	33	30	27
91	33	29	29
91	33	31	27
92	35	28	29
76	28	25	23
45	15	15	15
60	22	20	18
43	15	15	13
48	16	16	16
41	15	13	13
41	15	13	13
46	16	15	15
41	15	13	13
51	22	17	12
43	14	14	15
53	20	15	18
44	15	14	15
53	18	16	19
45	15	15	15
44	15	15	14
44	16	15	13
55	21	17	17
49	19	15	15
46	17	15	14
43	17	14	12
44	17	15	12
48	16	16	16
51	18	17	16
54	21	16	17
59	21	18	20
46	17	15	14
54	21	17	16
51	19	17	15
44	15	15	14
68	25	22	21
67	22	20	25
62	22	21	19
64	23	23	18
69	24	26	19
60	19	25	16
78	30	27	21
72	25	24	23
71	33	21	17
53	12	18	23
65	21	22	22
74	20	22	32
74	23	26	25
74	32	20	22
68	28	18	22
68	24	18	26
80	34	20	26
60	23	21	16
68	25	26	17
66	16	22	28
65	23	20	22
63	18	25	20



	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3
2	3	4	5	2	3	5	4	3	5	1	2	3	4	2	1	3	2	3
3	3	4	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5
4	2	2	3	4	2	3	2	1	3	3	4	1	3	1	3	3	2	4
5	3	4	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3
6	3	3	3	1	3	3	4	1	3	2	4	1	2	1	3	2	1	3
7	1	2	3	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	2	3	1
8	2	3	3	4	2	3	1	2	1	4	2	1	4	3	3	2	3	3
9	1	2	3	1	2	1	2	3	3	1	2	3	1	2	3	2	1	1
10	3	2	1	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	1	2
11	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	1	2	3	1
12	2	2	1	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	1	3	1
13	1	2	2	3	4	1	3	2	3	5	4	3	2	2	2	4	2	1
14	4	1	5	5	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	1	5	1
15	3	5	5	5	4	2	3	5	1	4	5	5	2	5	1	5	2	2
16	2	3	1	2	4	1	1	1	5	1	5	3	1	5	1	5	5	4
17	5	2	1	3	4	1	3	1	5	3	4	2	1	1	2	4	2	1
18	3	2	1	3	1	3	4	2	5	5	2	1	2	2	2	4	5	1
19	3	2	2	2	2	1	2	3	4	2	2	3	4	2	1	4	3	3
20	4	2	4	5	4	3	2	1	1	4	1	2	2	3	3	5	5	3

Resumen de procesamiento de casos

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

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,846	18

SV2	SD1	SD2	SD3
68	22	27	19
55	22	22	11
70	22	27	21
46	16	17	13
68	22	27	19
43	16	17	10
32	9	15	8
46	17	15	14
34	10	15	9
34	13	12	9
36	12	15	9
33	11	14	8
46	13	22	11
57	22	21	14
64	24	25	15
50	13	17	20
45	16	19	10
48	13	21	14
45	12	20	13
54	22	13	19
41	12	15	14
39	13	17	9
45	14	19	12
36	12	14	10
34	12	14	8
30	9	12	9
36	10	15	11
33	10	12	11
37	10	14	13
37	12	12	13
35	11	14	10
43	12	16	15
34	12	13	9
43	11	15	17
33	12	12	9
44	17	16	11
36	11	13	12
37	12	17	8
42	13	15	14
38	15	14	9
46	21	15	10
38	15	13	10
50	14	17	19
39	12	14	13
72	18	33	21
36	14	12	10
40	14	14	12
37	14	15	8
40	12	11	17
40	16	13	11
56	19	21	16
53	14	24	15
54	17	22	15
55	19	23	13
55	22	20	13
50	18	19	13
56	20	21	15
58	18	24	16
55	18	20	17
57	22	21	14
40	11	20	9
46	18	22	6
56	11	28	17
49	18	18	13
52	16	21	15
55	23	21	11
57	20	21	16
63	19	25	19
55	14	25	16
54	13	24	17
44	20	16	8
48	19	18	11

Autorización de las empresas en la industria de la panificación provincia de Jaén, Cajamarca 2022

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Yo NORMA YSABEL GUTIERREZ BAZAN Gerente General de la empresa MULTISERVICIOS PANADERIA MILAGRITOS SRL con N° de DNI 27672917 ubicado en la calle Atahualpa # 305 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA :

AUTORIZO

La ejecución del trabajo de investigación dado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022

MULTISERVICIOS PANADERIA
MILAGRITOS SRL
RUC 204745305
Norma Y. Gutierrez Bazan
Norma Y. Gutierrez Bazan
GERENTE

NORMA YSABEL GUTIERREZ BAZAN

GERENTE GENERAL

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”
CONSTANCIA DE AUTORIZACION

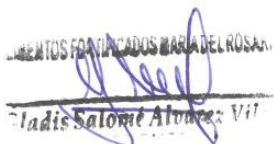
Yo GLADIS SALOME ALVARES VILCA Gerente General de la empresa ALIMENTOS FORTIFICADOS MARIA DEL ROSARIO con N° de DNI 06585912 ubicado en JR San Martin N° 1191 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZO

La ejecución del trabajo de investigación dado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022


ALIMENTOS FORTIFICADOS MARIA DEL ROSARIO
Gladis Salome Alvares Vilca

GLADIS SALOME ALVARES VILCA

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”
CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Yo FRANCISCO GUERRERO JUAPE Gerente General de la empresa PANIFICADORA GUERRERO con N° de DNI 27678209 ubicado en la calle Túpac Amaru #105 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZO

La ejecución del trabajo de investigación dado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



FRANCISCO GUERRERO JUAPE

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”
CONSTANCIA DE AUTORIZACION

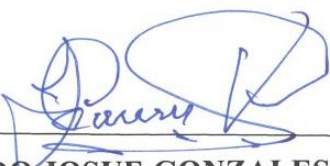
Yo SEGUNDO JOSUE GONZALES VILCHES Gerente General de la empresa Panadería y Pastelería JIREH con N° de DNI 27671293 ubicado en la Av. Mesones Muro cuadra N° 10 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZO

La ejecución del trabajo de investigación dado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



SEGUNDO JOSUE GONZALES VILCHES
GERENTE GENERAL

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”
CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Yo CARMEN ROSA CELIS RAMOS Gerente General de la empresa PANIFICADORA FLISCHMAN con N° de DNI 27743273 ubicado en la calle Sánchez Carrión #456 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZO

La ejecución del trabajo de investigación dado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



CARMEN ROSA CELIS RAMOS

GERENTE GENERAL

Autorización de la aplicación de los instrumentos

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

CARTA DE AUTORIZACION

Yo NORMA YSABEL GUTIERREZ BAZAN Gerente General de la empresa MULTISERVICIOS PANADERIA MILAGRITOS SRL con N° de DNI 27672917 ubicado en la calle Atahualpa # 305 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA :

AUTORIZA La aplicación de los instrumentos presentado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022

MULTISERVICIOS PANADERIA
MILAGRITOS SRL.
RUC 20427451305
Norma Y. Gutierrez Bazan
Norma Y. Gutierrez Bazan
GERENTE

NORMA YSABEL GUTIERREZ BAZAN

GERENTE GENERAL

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”


CARTA DE AUTORIZACION

Yo GLADIS SALOME ALVARES VILCA Gerente General de la empresa ALIMENTOS FORTIFICADOS MARIA DEL ROSARIO con N° de DNI 06585912 ubicado en JR San Martin N° 1191 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZA La aplicación de los instrumentos presentado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022

ALIMENTOS FORTIFICADOS MARIA DEL ROSARIO

Gladis Salome Alvares Vilca

GLADIS SALOME ALVARES VILCA

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

CARTA DE AUTORIZACION

Yo FRANCISCO GUERRERO JUAPE Gerente General de la empresa PANIFICADORA GUERRERO con N° de DNI 27678209 ubicado en la calle Túpac Amaru #105 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZA La aplicación de los instrumentos presentado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



FRANCISCO GUERRERO JUAPE

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANIA NACIONAL”

CARTA DE AUTORIZACION

Yo SEGUNDO JOSUE GONZALES VILCHES Gerente General de la empresa Panadería y Pastelería JIREH con N° de DNI 27671293 ubicado en la Av. Mesones Muro cuadra N° 10 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZA La aplicación de los instrumentos presentado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



SEGUNDO JOSUE GONZALES VILCHES

GERENTE GENERAL

“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

CARTA DE AUTORIZACION

Yo CARMEN ROSA CELIS RAMOS Gerente General de la empresa PANIFICADORA FLISCHMAN con N° de DNI 27743273 ubicado en la calle Sánchez Carrión #456 PROVINCIA DE JAEN – REGIÓN CAJAMARCA:

AUTORIZA La aplicación de los instrumentos presentado por el bachiller ARNOLD STALIN PEÑA DIAZ con DNI N° 73205566, para optar el grado de contador con su tesis titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION DE LA PROVINCIA DE JAEN, CAJAMARCA 2022”

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Jaén-Cajamarca 12 de Junio del 2022



CARMEN ROSA CELIS RAMOS

GERENTE GENERAL





Base de datos de las variables

N°	Cultura tributaria																					
	Conciencia tributaria								Educación cívica tributaria							Difusión y orientación tributaria						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	2	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	2	3	1	3	2	4	4	3	2	3
2	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	3	4	4	5
5	1	2	5	1	4	3	4	5	3	4	1	3	4	1	4	5	2	5	2	3	3	3
6	5	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
7	1	3	2	5	3	5	2	5	4	3	4	2	5	1	2	4	4	1	5	3	2	5
8	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
9	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
10	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
11	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
12	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
13	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
14	1	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	1	4	5	3	4	5	3	3	4
15	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	3	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4
16	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	3
17	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4
18	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5
19	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4
20	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5
21	4	3	2	4	3	3	5	4	3	5	5	2	3	5	2	3	4	3	5	3	3	2
22	1	2	3	1	2	3	1	2	3	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
23	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	2	1	3	2	3	3
24	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
25	1	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3
26	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2
27	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2
28	2	1	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	2	3
29	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	2
30	2	2	1	2	3	5	4	3	2	2	3	4	2	3	1	2	1	2	1	3	2	2
31	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	2	3	3	2	1	3	2	2	1	3	3
32	3	2	4	2	1	4	1	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2
33	1	2	3	2	1	3	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
34	3	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3
35	1	3	1	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	1	2	3	1	3
36	1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2
37	1	2	1	3	1	2	3	3	1	1	2	3	2	3	3	1	2	3	1	2	3	1
38	2	1	3	1	4	5	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3
39	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	2	3
40	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	2
41	2	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	3	2	1	3	1	2	1	1	2	2
42	1	3	2	3	1	2	2	3	1	2	1	3	3	2	3	1	2	3	1	2	1	2
43	1	2	3	2	2	1	3	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	2
44	2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2
45	3	2	3	1	3	3	4	2	2	3	1	3	2	2	3	1	4	2	3	2	3	2
46	2	4	2	3	2	3	2	3	3	1	3	5	1	3	2	4	2	2	3	2	3	4
47	3	2	3	1	2	3	2	1	2	1	2	2	3	2	3	1	2	2	3	1	2	3
48	4	3	3	4	1	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2
49	2	4	2	2	2	4	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2
50	2	1	3	2	1	2	1	3	2	2	3	2	1	3	2	2	1	3	2	2	2	2
51	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4
52	3	3	3	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	5	5	2	3	2	5	3
53	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	3
54	5	5	2	2	1	1	3	4	3	4	2	3	2	4	5	5	1	1	1	2	3	5
55	1	5	5	1	2	5	3	2	4	3	5	5	3	2	4	3	3	4	1	2	2	4
56	3	1	3	2	2	3	1	4	4	5	4	2	3	4	3	2	5	1	2	3	2	1
57	1	5	3	3	4	5	4	5	5	2	4	5	4	4	3	2	3	5	3	3	1	4
58	3	1	2	5	2	4	3	5	5	3	4	4	3	4	1	5	4	2	2	3	5	2
59	3	3	5	5	5	5	3	4	1	4	2	2	2	5	5	4	5	2	2	2	1	1
60	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	4	2	5	1	3	4	2	1	2	5	4	5
61	4	3	2	3	1	2	2	4	3	1	4	4	3	5	2	1	2	4	1	5	5	4
62	5	5	3	3	1	1	1	1	2	2	5	2	5	1	5	5	5	3	4	5	5	5
63	1	2	1	3	4	3	4	5	5	4	5	4	4	2	2	5	3	4	2	5	5	1
64	4	5	1	4	5	5	4	4	4	4	2	2	4	3	1	2	4	5	4	1	3	3
65	3	4	3	3	4	3	4	4	3	1	5	1	3	3	2	5	2	4	4	2	3	2
66	1	4	5	2	5	1	5	1	1	2	5	2	5	2	1	3	5	4	5	2	5	2
67	4	4	5	5	5	4	4	3	3	2	1	3	5	4	2	4	5	3	4	4	3	3
68	1	2	1	4	4	3	4	4	1	5	4	3	3	4	1	3	1	1	2	4	1	4
69	3	1	2	3	2	4	5	5	5	4	5	2	1	4	5	3	3	1	3	5	1	1
70	4	3	1	1	1	2	2	2	3	4	2	5	2	5	1	3	3	3	5	5	4	5
71	1	3	5	3	5	2	3	1	5	2	2	1	5	3	2	2	3	4	5	4	3	1
72	4	2	1	2	1	1	4	3	4	4	5	3	5	3	1	2	4	2	3	4	2	3

N°	Rentabilidad																	
	Control de gasto						Volumen de ventas							Margen de utilidad				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3
2	3	4	5	2	3	5	4	3	5	1	2	3	4	2	1	3	2	3
3	3	4	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5
4	2	2	3	4	2	3	2	1	3	3	4	1	3	1	3	3	2	4
5	3	4	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3
6	3	3	3	1	3	3	4	1	3	2	4	1	2	1	3	2	1	3
7	1	2	3	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	2	3	1
8	2	3	3	4	2	3	1	2	1	4	2	1	4	3	3	2	3	3
9	1	2	3	1	2	1	2	3	3	1	2	3	1	2	3	2	1	1
10	3	2	1	3	1	3	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	1	2
11	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	1	2	3	1
12	2	2	1	2	1	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	1	3	1
13	1	2	2	3	4	1	3	2	3	5	4	3	2	2	2	4	2	1
14	4	1	5	5	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	1	5	1
15	3	5	5	5	4	2	3	5	1	4	5	5	2	5	1	5	2	2
16	2	3	1	2	4	1	1	1	5	1	5	3	1	5	1	5	5	4
17	5	2	1	3	4	1	3	1	5	3	4	2	1	1	2	4	2	1
18	3	2	1	3	1	3	4	2	5	5	2	1	2	2	2	4	5	1
19	3	2	2	2	2	1	2	3	4	2	2	3	4	2	1	4	3	3
20	4	2	4	5	4	3	2	1	1	4	1	2	2	3	3	5	5	3
21	1	2	3	3	2	1	2	3	2	1	2	3	2	4	4	2	3	1
22	3	1	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	1
23	4	2	3	1	2	2	1	2	5	3	5	2	1	2	3	3	2	2
24	1	2	3	1	2	3	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
25	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	2	1	3	1	1	3	2	1
26	1	1	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	1
27	1	2	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	2	3	1	2	3	2
28	2	1	2	3	1	1	1	2	1	2	2	3	1	2	3	1	3	2
29	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	1	5	3	2	2
30	2	1	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	5	3
31	2	2	3	1	2	1	4	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2
32	2	2	2	1	4	1	4	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	4
33	1	1	3	2	3	2	1	2	1	2	3	1	3	2	2	1	3	1
34	2	1	3	2	1	2	3	1	3	3	2	1	2	3	4	2	3	5
35	3	1	3	1	2	2	1	2	1	3	1	3	1	2	2	1	2	2
36	1	2	3	3	5	3	1	3	2	3	2	1	4	2	2	3	1	3
37	3	1	2	1	3	1	2	3	1	1	3	2	1	3	2	3	1	3
38	1	2	3	2	3	1	5	1	3	1	2	3	2	1	1	2	3	1
39	2	2	1	3	2	3	1	3	1	3	3	1	3	3	2	1	5	3
40	1	2	3	2	5	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	3	1	2
41	4	4	4	4	1	4	1	3	2	3	2	3	1	2	2	1	2	3
42	1	2	3	3	5	1	2	3	1	2	1	3	1	2	1	2	3	2
43	1	2	3	2	5	1	2	3	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4
44	3	2	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	3	2	2	3	3	3
45	4	3	1	3	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5
46	1	5	2	3	1	2	1	3	1	3	1	2	1	2	1	2	3	2
47	4	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	2	4
48	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	2	1	3	1	1	2	3	1
49	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	5	4	2	1	5
50	2	1	3	2	3	5	1	1	3	2	3	2	1	3	2	3	1	2
51	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4
52	1	3	2	4	2	2	1	3	4	4	3	4	5	4	2	2	4	3
53	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	4	4
54	5	3	1	5	1	4	4	2	5	4	2	1	1	3	2	2	4	5
55	1	5	5	3	3	5	2	3	1	3	3	3	5	1	2	2	5	3
56	1	1	1	5	5	5	4	4	2	1	2	3	3	3	1	5	1	3
57	3	5	2	1	5	4	3	3	4	4	2	4	1	1	5	1	5	3
58	5	4	1	5	2	1	4	4	3	4	4	1	4	3	1	5	5	2
59	5	4	1	5	2	1	5	2	4	2	1	5	1	3	5	2	2	5
60	2	3	2	5	5	5	4	1	3	3	3	3	4	4	1	3	5	1
61	1	1	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	5	2	1	2	1	3
62	4	2	1	5	5	1	4	5	3	2	2	3	3	1	1	1	1	2
63	2	2	1	1	3	2	4	4	2	5	5	4	4	5	3	2	2	5
64	1	5	4	1	2	5	3	4	1	2	1	5	2	3	4	2	3	1
65	1	5	4	3	1	2	4	3	1	3	4	3	3	2	5	5	1	2
66	5	2	5	5	5	1	3	2	4	2	3	4	3	3	2	1	2	3
67	5	3	1	5	3	3	5	4	1	4	1	3	3	5	4	2	4	1
68	5	5	3	3	2	1	5	4	4	2	3	2	5	4	4	4	2	5
69	1	1	2	4	1	5	4	2	1	5	4	5	4	2	5	5	1	3
70	4	3	1	1	3	1	4	3	5	4	5	1	2	4	2	5	1	5
71	3	5	2	5	1	4	1	4	2	1	5	1	4	1	1	1	1	1
72	1	2	5	4	2	5	3	1	1	3	3	4	3	1	4	2	1	3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, HERBERT VICTOR HUARANGA RIVERA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "CULTURA TRIBUTARIA Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE INDUSTRIA DE LA PANIFICACION EN LA PROVINCIA DE JAEN ,CAJAMARCA 2022", cuyo autor es PEÑA DIAZ ARNOLD STALIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

TARAPOTO, 03 de Octubre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
HERBERT VICTOR HUARANGA RIVERA DNI: 21124084 ORCID: 0000-0002-8054-4213	Firmado electrónicamente por: HRIVERAH el 03-10- 2022 17:29:17

Código documento Trilce: TRI - 0432234