



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL CONTABILIDAD

Cultura tributaria y la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada
Municipal, Bagua Grande, periodo 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público

AUTORA:

Peralta Bravo, Silvia (ORCID: 0000-0002-7887-634X)

ASESOR:

Mg. Alvarez Lopez Alberto (ORCID: 0000-0003-0806-0123)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

finanzas

LIMA — PERÚ

2022

Dedicatoria

A mi madre y a mi bebe que está en camino
por ser mi fuerza y mi sustento Para lograr mis
sueños y metas brindándome su apoyo incondicional
en estos últimos tiempos

Agradecimiento

Agradecemos a Dios, primeramente
Por la sabiduría que nos ha dado; a nuestra
Familia por ser de gran soporte en los momentos
Mas difíciles

Índice de contenidos

Caratula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo de estudio	12
3.2. Nivel de estudio	12
3.3. Diseño de estudio	13
3.5. Población, muestra y muestreo	14
3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos	14
3.7. Procedimientos	15
3.8. Método de análisis de datos	15
3.9. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	22
VI. CONCLUSIONES	26
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
Anexos	31
Anexo 1 Matriz de Consistencia	31
Anexo 2 Operacionalización de variables	33
Anexo 3 Resultados de la encuesta	35
Anexo 4 Validación del instrumento	

Índice de tablas

Tabla 1 Variable Cultura tributaria	35
Tabla 2 Dimensión Valores.....	36
Tabla 3 Dimensión Normatividad.....	36
Tabla 4 Dimensión Educación tributaria	37
Tabla 5 Variable Rentabilidad.....	37
Tabla 6 Dimensión Rentabilidad económica.....	38
Tabla 7 Dimensión Rentabilidad financiera	38

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar si la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. La metodología utilizada fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, de método científico, de diseño no experimental y de nivel descriptivo – correlacional. La muestra estuvo conformada por 30 Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande. Los resultados señalaron que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo respecto a la responsabilidad en el pago que muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando así una cultura tributaria. Se concluye que, la cultura tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021.

Palabras clave: valores, normatividad, rentabilidad, activo

Abstract

The objective of the research was to determine if the tax culture is related to the profitability of the stores of the Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021. The methodology used was applied, with a quantitative approach, scientific method, non-experimental design and descriptive-correlational level. The sample consisted of 30 Merchants from the Municipal Parada Market, Bagua Grande. The results indicated that 13.3% of the workers totally agree, 36.7% indicate that they agree, 26.7% marked neither agree nor disagree, 20.0% answered disagree and 3.3% indicated that they totally agree. disagreement regarding the responsibility in the payment that shows speed by the merchants to execute the payments on established dates, thus demonstrating a tax culture. It is concluded that the tax culture is significantly related to the profitability of the stores of the Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Keywords:., values, regulations, profitability, realizable assets,.

I. INTRODUCCIÓN

El mundo vive actualmente una de las mayores crisis de salud que afecta a organizaciones de diversos sectores, económica y financieramente. En lo que respecta a la fiscalidad, los contribuyentes deben ser conscientes de la necesidad de ceñirse a la cancelación de sus impuestos para ayudar a los países a recuperar las costas derivadas de sus problemas.

En la actualidad, los gobiernos que se encuentran ubicados en América Latina deben considerar el aumento de los ingresos de tipo fiscal buscando de una forma satisfacer con cantidad, además de calidad de gasto. Sin embargo, la forma abrupta de recaudar los tributos y los conflictos entre países logran generar únicamente a un pequeño grupo que tenga obligación tributaria. Por esa razón se pierde la responsabilidad de los pagos. (Díaz y Lindemberg, 2014, págs.15-18)

En todos los países del mundo la cultura tributaria es importante, eso también se visualiza en el Perú, la recaudación de los impuestos es indispensable para la mejora del país. Sin embargo, los ciudadanos desconocen cuales son los pagos de impuestos y aranceles, existe mucha informalidad en el país y una pésima cultura fiscal, esto relacionado al trabajo poco eficiente de los auditores.

El poco conocimiento sobre la cultura en la tributación, generando grandes retrasos y una mejora muy precaria, casi inexistente. El estado está en la obligación de brindar estabilidad y buscar el bien común para todos los ciudadanos, pero de igual forma debe exigir que la población que de manera responsable contribuyan con los impuestos básicos.

En la política actual del país se encontró que ha contribuido al impacto negativo que sufrieron las empresas, así como las organizaciones tanto las grandes y pequeñas empresas, los comerciantes, entre otros, ya que muchos han tenido que detener sus actividades, paralizando sus ingresos.

La poca cultura de los ciudadanos del distrito de Lima respecto a los pagos tributarios se relaciona al desconocimiento de la gran importancia y los beneficios que puede traer a los mismos pobladores. Existe de forma frecuente la evasión de

impuestos, incluso de aquellas empresas que se encuentran registradas. La evasión de impuestos fiscales se logra esconder y logran aparentar en la formalidad. Aproximadamente tres de cada diez empresas que se encuentran registradas y dentro de lo se podría llamar formal no cumplen con las obligaciones tributarias que le corresponde respecto a ley (Economía, 2017, párr. 1).

Muchos de los empresarios que no están registrados y trabajan de manera informal pierden créditos financieros, ya que no se encuentran dentro del régimen fiscal, es decir no realizan pagos de impuestos. Ya que, al no formar parte de una empresa formal, pierden muchos beneficios, entre ellos el principal es el financiero, no permitiéndole invertir un mayor capital. Por eso para que la cultura tributaria mejore es indispensable un trabajo educativo en donde no solo la SUNAT se vea involucrado sino también la consultoría contable. El contador logra obtener beneficios si una mayor cantidad de empresarios decide constituir una empresa formal y realizar los pagos correspondientes, esto porque se incrementaría la rentabilidad de las consultorías, ya que se presentarán mayores solicitudes en asesoramientos. Si las empresas se mantienen en el desconocimiento las consultorías podrían hasta perder clientes, ya que no lo consideraran importante, por esa razón el comportamiento de los estudios contables debe estar dirigidos a la mejora y sobre todo a la formalidad.

También podemos ver que existe una cultura tributaria débil en las tiendas del Mercado Parada Municipal de Bagua Grande, lo que se refleja en el hecho del incumplimiento en las obligaciones tributarias de diversas formas, por ejemplo, esto logra ser evidenciado en la emisión de documentos sin valor fiscal. Este tipo de conductas logran afectar a los centros comerciales, esto debido a que mucho de ellos no reportan las ventas totales lo que afecta indudablemente al calculo que se realiza de la renta y los cálculos de conceptos logran ser incorrectos.

Ahora bien, la presente investigación toma en cuenta las dos variables mencionadas, por un lado, se sabe que la cultura tributaria ayuda al cumplimiento de las obligaciones tributaria lo cual, al verse relacionado con las empresas, se necesita saber el efecto de una sobre otra, por ello es que se desea conocer cómo es que la variable independiente se relaciona con la variable dependiente.

Por lo antes mencionado, se ha planteado como **problema general**: ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021? **Problemas específicos**: ¿De qué modo los valores se relacionan con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021?; ¿De qué manera la normatividad se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021?; ¿De qué forma la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021?

La justificación se explicará de tres formas distintas, la primera denominada parte teórica en donde se definirán las variables de la investigación, además de presentar una segunda justificación denominada práctica en donde explicaran el manejo y la facilidad que se le brindara a la empresa o en este caso entidad y por último la justificación metodológica, que se encargará del análisis y la recolección de información que será de mucha utilidad para futuras investigaciones. Por último, se tiene la justificación social, ya que el instrumento creado puede ser empleado en diversos rubros, evaluando y conociendo la cultura tributaria.

El estudio tiene como **objetivo general**: Determinar si la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. Los **objetivos específicos** son: Determinar si los valores se relacionan con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021; Determinar si la normatividad se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021; Determinar si la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Con respecto a la **hipótesis general**, según el problema, se responde: La cultura tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. De igual forma, las **hipótesis específicas** son: Los valores se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021; La normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas

del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021; La educación tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En relación a los antecedentes, se ha investigado a través de repositorio y se encontró cinco antecedentes **internacionales** que guardan relación con las variables en estudio, el cual se describe a Yaguache, Pardo y Espejo (2018), en donde se tuvo como objetivo difundir las estrategias trabajadas desde la academia. Empleó una metodología de tipo exploratorio – descriptivo, obtuvo como resultado que para lograr fomentar la cultura de tipo tributaria es necesaria la participación de la sociedad y la administración tributaria.

Del mismo, el segundo antecedente describe al autor Barona (2017), donde tuvo como objetivo lograr un análisis de los sectores económicos que se presentan en San Felipe. Empleó una metodología cuantitativa con un nivel correlacional, además de contar con un diseño no experimental. Obtuvo como resultado, que la mayoría de personas que contribuyen pagando sus impuestos no tiene algún tipo de asesoramiento profesional, además poseen un nivel de tipo rústico del aprendizaje, teniendo por esa razón una mala cultura tributaria.

Asimismo, en el tercer antecedente se describe a Maigua (2019), tuvo como objetivo analizar la incidencia respecto a la cultura tributaria con relación a la recaudación de impuestos. Tuvo una metodología empleando el diseño cuantitativo, obtuvieron como resultados que el 64.2% de las personas encuestadas mencionan que la cultura tributaria se relaciona a la poca información brindada por parte de la Municipalidad y un 63.7% no logra realizar sus pagos de impuestos a tiempo debido a la situación económica, la cual se encuentran atravesando.

Respecto al cuarto antecedentes el autor García (2017), tuvo como objetivo diseñar una guía para los ciudadanos que no poseen conocimientos relacionados al aspecto tributario y de esa forma poder ayudar a la recaudación general del país, obtuvieron como resultados que los comerciantes y la ciudadanía en general no tiene mucho conocimiento respecto al aspecto tributario. Además de no saber cómo realizar la declaración de impuestos.

Con relación al quinto antecedente Muñoz y Zarate (2018), tuvo como objetivo

evaluar el nivel cultural enfocado en el nivel de comerciantes, empleó una metodología de tipo cuantitativo con un nivel correlacional y diseño de tipo no experimental. Obtuvieron como resultados que el 35% de los habitantes del lugar no han realizado los pagos tributarios incumpliendo con las obligaciones que les corresponde.

De la misma manera, con relación a los antecedentes nacionales, Lazaro y Otiniano (2021), tuvo como finalidad determinar la incidencia de la cultura tributaria respecto a la rentabilidad. La metodología que empleó fue un estudio con enfoque cuantitativo, de diseño transversal, además de ser propositivo. La investigación constó de una población compuesta por un gerente general, un contador, un cajero, además de dos vendedores. La muestra de la investigación estuvo constituida por la misma población, empleando un muestreo de tipo de intencionado por conveniencia. Obtuvieron como resultado de la investigación que la cultura tributaria logra incidir en la rentabilidad, además que la cultura tributaria de los miembros de la empresa es buena, sin embargo, se importante mejorar por medio de capacitaciones.

De igual forma, Meregildo (2018), tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la cultura tributara y la rentabilidad. Empleó una metodología descriptiva- correlacional, con un diseño de relacionado a lo experimental. La muestra del estudio está constituido por 33 trabajadores que se encuentran en el área de contabilidad. Como instrumento hicieron uso del cuestionario con una escala de Likert. Obtuvieron como resultados la relación entre cultura tributaria y rentabilidad en los centros comerciales.

Merino (2018), Tuvo como objetivo buscar establecer la relación entre cultura tributaria y rentabilidad de tipo empresarial en los estudios relacionados a los aspectos contables formales. La población que participó en el estudio estuvo contuvo conformada por 55 personas, teniendo una antigüedad de 5 años. Respecto a los resultados, identificaron que existe una relación muy marcada entre la cultura tributaria y rentabilidad empresarial de los estudios contables.

Asimismo, Cerrón (2018), tuvo como objetivo demostrar como incide la cultura

tributaria en los resultados obtenidos. Empleó una investigación de tipo aplicada, con un nivel relacionado a lo descriptivo y un diseño no experimental. Contó con una muestra de 396 trabajadores de una población de 400. Como resultado se logró aprobar la relación entre cultura tributaria y los resultados obtenidos en la empresa.

Respecto al último antecedente trabajado por Palaco (2017), tuvo como objetivo determinar de qué forma logra relacionarse la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en las diferentes asociaciones. El presente estudio se consideró importante debido a la importancia y necesidad de conocer la cultura tributaria en el país, ya que de esa forma se contribuye con el progreso del país, además de identificar el nivel de conciencia que se tiene de las normas tributarias y lo importante del cumplimiento. La metodología es de tipo básica, teniendo un nivel descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 65 comerciantes, contando con una muestra de 56, que participaron de forma voluntaria. Obtuvieron como resultado que la cultura tributaria posee una relación bastante notoria con relación a las obligaciones tributarias de las asociaciones de comerciantes.

RESOLUCIÓN DE
mayo 12, 2021

Por disposición de la Ley 26702, en el ejercicio de la función fiscalizadora de SUNAT para el combate de la evasión y elusión tributarias, las empresas del sistema financiero deben suministrar información sobre las operaciones pasivas con sus clientes referida a saldos y/o montos acumulados, promedios o montos más altos de un determinado período y los rendimientos generados, incluyendo la información que identifique a los clientes.

De allí que su reglamento dispusiera, entre otros, que las empresas del sistema

e incluyen resultados de evasión tributaria el 2021, sunat.

¿Quieres obtener resultados solo de EVASION TRIBUTARIA AL 2021, SUNAT?

4,3% del PBI

Impulsado en gran parte por las nuevas formas de hacer negocio y la falta de información de transacciones en otros países. Por ello, en línea con el acercamiento a la OCDE, la Sunat ha cumplido estándares para acceder a nueva información internacional desde el 2021. Evasión y elusión tributaria representa el 4,3% del PBI.

Email: mesadigital@glr.pe

Para las **bases teóricas**, se busca definir la variable **cultura tributaria**, para eso se conceptualiza el termino cultura que viene a ser un grupo de creencias, además de conocimientos, capacidades y hábitos que se ve en una sociedad (Chuenjit, 2014). Asimismo, la cultura tributaria se puede definir como aquella acción de tributar, considerando que no se trata únicamente de una obligación, sino se debe de tomar como un deber que todo ciudadano tiene (Marandu et al., 2015, p.208).

Por otro lado, respecto a los ingresos fiscales se emplean para solucionar de forma inmediata el desarrollo humano. Lograr financiar el gasto estatal con este

tipo de fuentes no logra estar relacionado al desarrollo de la capacidad institucional (Marandu et al., 2015, p.208). Respecto a lo mencionado, cumplir con el pago correspondiente del tributo es el elemento más importante de lo que se denomina cultura tributaria (Gabidulloovich, 2020, p.297). Para la evaluación de la cultura tributario se utiliza lo planteado por Castillo & Castillo (2016) definiéndola como actitudes y valores que posee un ciudadano para realizar de forma oportuna el pago de sus compromisos tributarios, es decir cada persona no debe evadir sus pagos y realizar las actividades como ciudadanos que le corresponden, cumpliendo con sus deberes (Castillo & Castillo, 2016, p.154). En ese aspecto, la cultura de tipo tributaria lograr generar un cambio y normativizar algunos actos y estos deben ser asimilados por la persona. Se distinguen tres dimensiones de la variable independiente, los valores, la normatividad y por último la educación tributaria.

Valores, se puede definir como un factor importante que me permite tener conocimiento de la cultura tributaria, relacionándose con la solidaridad, el compromiso, la cooperación y la responsabilidad. De esa forma cuando el ciudadano posee ciertos valores, entonces esos patrones permitirán que la conciencia de los individuos los haga actuar de forma justa y con equidad (Morales et al., 2016). De la misma forma la dimensión mencionada posee tres indicadores, los cuales son los valores, la normatividad y educación tributaria.

La normatividad también se encuentra conformada por cuatro indicadores, entre ellos está el conocimiento de regímenes tributarios, conocimientos de impuestos, además de normas y conocimientos de sanciones. Respecto al conocimiento de los regímenes tributarios se pueden definir como el conocimiento que se tiene de los regímenes respecto al impuesto a la renta que se debe realizar (Castillo & Castillo, 2016, p.151).

La educación tributaria cuenta con algunos indicadores entre ellos la formación académica, los valores tributarios y la capacitación con respecto al tributo (SUNAT, 2012).

Respecto a la educación tributaria, no solamente se relaciona a la una táctica

que se emplea con la finalidad de tener conocimientos sobre los ingresos, sino que esto se centra de manera principal en tener conocimiento acerca de los pagos de los impuestos que se deben de realizar para que una sociedad mejore, además que el ciudadano podrá disfrutar de los beneficios que la formalidad le brinda. (Díaz, 2015, p.13)

Pérez (2015), logra definir educación tributaria de dos formas, la primera relacionada la educación cívica tributaria, esta consiste en el aprendizaje de valores con respecto a la responsabilidad de realizar los pagos fiscales y la siguiente definición la relaciona con la educación tributaria que se relaciona con poseer una buena conciencia fiscal.

Espinoza (2019), considera que la educación tributaria de aquellos ciudadanos que contribuyen y la autoridad que se encarga de recaudar es importante, ya que ellos serán los encargados de evitar que existan evasiones, sobre todo por desconocimiento de parte de los contribuyentes.

También Delgado (2015) considera que una manera de fomentar la cultura fiscal es la capacidad de asumir las obligaciones tributarias que le corresponde a cada individuo. Roca (2011) menciona que es muy importante tener conocimiento respecto a la educación tributaria, sobre todo los jóvenes, ya que son quienes van a adoptar en una etapa de su vida las actividades referentes a la economía del estado, este conocimiento se realizará mediante las familias, escuelas, colegios, ya que más adelante tomaran medidas económicas y es importante que realicen esas actividades de manera consciente. No sería correcto decir que los jóvenes están ajenos a los deberes tributarios, ya que, así como goza de derechos, también poseen obligaciones.

Gitman (2003) define la variable rentabilidad como una medida que intenta relacionar el desempeño con los activos, el capital y las ventas. Esta medida se basa en la determinación del compromiso de los diferentes propietarios con las actividades a nivel de activo o inversión. Córdoba (2012) lo define como un concepto que hace referencia a casi todas las actividades económicas relacionadas con factores materiales, humanos y financieros. Por su parte, Pérez

(2002) define la rentabilidad como los ingresos de una empresa menos los costos de las distintas actividades. En algunas empresas se encuentra que la llamada compensación corresponde a la facturación alcanzable al aumentar el número de productos vendidos (p.34).

Respecto a la variable rentabilidad, esta puede ser dividida en dos dimensiones, la rentabilidad económica, donde Pérez (2002) menciona que la rentabilidad es considerada como una capacidad de los activos que posee una entidad para que logren un valor independiente de la forma en la que se han financiado, esto se relaciona con la relación y comparación de la rentabilidad entre dos o más compañías, generando que logren afectar el valor de la rentabilidad.

La segunda dimensión es la denominada rentabilidad financiera, es aquella que como describe Sánchez (2002) manifiesta que es un periodo específico en donde se establece el rendimiento adecuado con un capital propio, fuera de la repartición del producto. De esta forma la rentabilidad financiera busca ampliar las ganancias y los beneficios para los dueños.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de estudio

Tamayo (2003) señaló que los tipos de investigación aplicada o dinámica básicamente apuntan a probar afirmaciones e hipótesis teóricas en la realidad. Asimismo, también señala que este tipo de investigación está estrechamente relacionado con el pasado en el sentido de que utiliza todo el conocimiento y la experiencia disponible y relevante de los investigadores anteriores para resolver sus problemas.

De acuerdo con la información, este trabajo es del tipo aplicativo.

Alan y Cortez (2018) señalan que la investigación cuantitativa se encarga de recolectar y analizar la información obtenida. Lo más característico de este enfoque es que utiliza herramientas estadísticas, informáticas y, sobre todo, matemáticas, todo esto con el fin de obtener resultados o producto que, en su mayoría, tienden a buscar una generalización.

Por tanto, de acuerdo con la explicación realizada, este trabajo es de enfoque cuantitativo.

Según Sánchez & Reyes (2009): El método general de investigación será el método “científico”, es decir, aquel que sigue una serie de operaciones y reglas establecidas que nos permiten llegar a un resultado o meta. En otras palabras, es el camino para llegar a un fin de una meta” (p. 23). En este sentido, cualquier trabajo en los procesos de información humana necesita tomar el camino más adecuado y permisible para lograr un objetivo determinado.

3.2. Nivel de estudio

Hernández (2014) es del nivel descriptivo cuando el propósito de esta es especificar las características del fenómeno estudiado.

Asimismo, Valderrama y Jaimes (2019) explican que una investigación es del nivel correlacional si esta busca conocer la relación que existe entre dos o más variables.

Por tanto, el nivel de la investigación es descriptivo y correlacional dado de que se quiere caracterizar la relación que existe entre dos variables.

3.3. Diseño de estudio

De acuerdo a Hernández et al. (2014), un diseño no experimental se define por no manipular las variables a estudiarse en la pesquisa. Asimismo, los autores explican que un diseño de investigación transversal es que aquel que busca la frecuencia de aparición de las condiciones de los indicadores; además, precisan que las investigaciones que usan este diseño, por lo general, son de nivel descriptivo y/o analítico.

3.4. Variable operacional

I. variable 1

Indicadores

- Responsabilidad de pago
- Puntualidad de pago
- Sinceridad de pago
- regímenes tributarios
- impuestos
- normas
- sanciones tributarias
- capacitación en materia tributaria
- formación académica tributaria
- valores tributarios

II. variable 2

Rentabilidad

Indicadores

- Activo inmovilizado
- Activo realizable
- Activo disponible
- Existencias
- Pasivo corriente
- Pasivo no corriente
- Beneficio neto
- Beneficio bruto
- Capital propio
- Inversión

3.5. Población, muestra y muestreo

La población comprendió como un conjunto de elementos con las mismas cualidades (Argimon y Jiménez, 2013). En ese sentido, la población del estudio correspondió a las 30 Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande. Por tanto, la muestra, es parte de la población que debe contener las mismas características de la muestra (Arias, 2012), fue de 30 Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande.

El muestreo es el procedimiento para seleccionar unidades de análisis de la población de estudio (Arias, 2012). En este estudio, este se realizó por muestreo no probabilístico de tipo censal, dado que se incluyó a la totalidad de comerciantes que cumplían con los criterios de selección.

3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

3.6.1 Técnica de recolección: se utilizó la encuesta estructurada, la que se define como una estrategia sistemática de acopio de datos previamente establecida. (Hernández-Sampieri, et al, 2014).

3.6.2 Instrumentos de recolección: Se elaboraron dos cuestionarios, los cuáles son herramientas estructuradas que permiten el acopio de datos (Hernández-Sampieri, et al, 2014). Ambos fueron cuestionarios tipo Likert sobre las variables, los cuales estuvieron conformados por ítems de respuestas cerradas de opción múltiple que van desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

3.6.3 Validez

Estos cuestionarios fueron validados en contenido mediante jueces expertos, quienes realizaron una revisión completa de los ítems en relación con su relevancia, claridad y pertinencia. Los tres (03) jueces dieron su opinión favorable para la aplicación de estos instrumentos. La relación de jueces y la validez del contenido del instrumento se muestra a continuación:

Tabla 1

Relación de jueces expertos y la validez del instrumento

N°	Nombres y Apellidos del Experto	Dictamen de aplicabilidad
1	PATRICIA PADILLA VENTO	Aplicable
2	PEDRO COSTILLA CASTILLO	Aplicable
3	ALBERTO ALVAREZ LOPEZ	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

3.6.4 Confiabilidad de los instrumentos

La prueba de confiabilidad de los instrumentos bajo la técnica del Alfa de Cronbach es de 0, por lo que se induce que los cuestionarios son consistentes porque presentan un excelente nivel de confiabilidad. Permitiendo de esta manera su aplicación para la obtención de los datos. Los instrumentos son confiables (>0.8).

3.7. Procedimientos

En el estudio se realizó el contacto permanente con los comerciantes, y se les solicitó su consentimiento escrito y verbal, posteriormente se invitó a las usuarias a participar, a quienes deseen, para su aceptación. Luego se brindó los instrumentos para su resolución en forma anónima en un tiempo estimado de 20 minutos. Al finalizar se revisaron los instrumentos para evaluar la resolución completa y legible de estos. Cabe precisar que, previamente, se evaluó su validez, mediante la opinión de tres jueces expertos, quienes emitieron su opinión favorable para aplicación.

3.8. Método de análisis de datos

Mediante estadística inferencial se ingresó la información a una base de datos creada en MS Excel 2016. La matriz se importó al programa SPSS versión 25. Para expresar los resultados obtenidos se utilizan tablas de contingencia, porcentajes y gráficos de barras, elementos que ayudan a visualizar las

descripciones y sus respectivos análisis. Además, utilice la prueba de correlación después de aplicar la prueba de normalidad.

3.9. Aspectos éticos

Se dispuso de la autorización de los Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande. El estudio respetó los principios de la ética, los cuales se presentan a continuación:

Respeto a las personas: Se define como la protección a la autonomía de las personas y al trato humanizado que reciben los sujetos de estudio. Este estudio se garantizará el uso de un consentimiento informado para los participantes.

Principio de beneficencia: Comprende no causar daños o perjuicios a los participantes, por el contrario, maximizar los posibles beneficios, pero no como obligación, sino como un deber del investigador. En el estudio, se procurará que los hallazgos sean útiles para implementar herramientas y estrategias que favorezcan el desarrollo de los servicios de los albergues.

Principio de justicia: Se entiende que se debe ofrecer un trato equitativo y justo para todos los participantes. El estudio asegurará el cumplimiento de este principio dado que todos los participantes podrán participar si así lo estiman conveniente.

IV. RESULTADOS

Prueba de normalidad

Esta prueba de normalidad nos permite comprobar el tipo de distribución de los datos, es decir realizar una prueba paramétrica o no paramétrica, en este caso se aplica la prueba de Shapiro-Wilk porque en este caso la condición es la muestra La cantidad debe ser igual o menos de 50 (Pedrosa & Juarros, 2015).

El nivel de significación asignado en este estudio es de 0.05, lo que significa que los investigadores tienen un 95% de certeza y un 5% de objeción, donde: Sig. \geq alfa (0.05), se acepta H0, caso contrario si Sig. \leq alfa (0,05), se acepta H1.

Hipótesis nula: La base de datos tiene una distribución normal

Hipótesis alterna: La base de datos no tiene una distribución normal

Tabla 11

Prueba de normalidad de las variables

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	,925	30	,036
Rentabilidad	,948	30	,145

Fuente: Software SPSS 25

En esta investigación se aplica la prueba de Shapiro-Wilk, que en los dos casos el nivel de significancia es mayores al 0,05, por lo tanto, se descarta la hipótesis nula, señalando que las variables no tienen una distribución normal y se utilizara la prueba estadística no paramétrica de Spearman.

Hipótesis general

Hipótesis nula:

La cultura tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Hipótesis alterna:

La cultura tributaria no se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021

Nivel de confianza: 0,05

Tabla 12

Correlación de la hipótesis general

Rho Spearman	de	Cultura tributaria	Coefficiente correlación	de	Cultura tributaria	Rentabilidad
					1,000	,855**
			Sig. (bilateral)		.	,000
			N		30	30
		Rentabilidad	Coefficiente correlación	de	,855**	1,000
			Sig. (bilateral)		,000	.
			N		30	30

Fuente: Software SPSS 25

De acuerdo con la tabla se observa que el nivel de significancia es 0.000, por ello es menor al 0.05, asimismo se obtuvo una correlación positiva alta teniendo como coeficiente un 0,855; por lo tanto, la cultura tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Hipótesis específica 1

Hipótesis nula:

Los valores se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Hipótesis alterna:

Los valores no se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Nivel de confianza: 0,05

Tabla 13

Correlación de la hipótesis específica 1

			Valores	Rentabilidad
Rho de Spearman	Valores	Coefficiente de correlación	1,000	,751**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,751**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Fuente: Software SPSS 25

De acuerdo con la tabla se observa que el nivel de significancia es 0.000, por ello es menor al 0.05, asimismo se obtuvo una correlación positiva alta teniendo como coeficiente un 0,751; por lo tanto, los valores si se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Hipótesis específica 2

Hipótesis nula:

La normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021.

Hipótesis alterna:

La normatividad no se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021

Nivel de confianza: 0,05

Tabla 14

Correlación de la hipótesis específica 2

			Normativida d	Rentabilida d
Rho de Spearman	Normativida	Coefficiente de correlación	1,000	,817**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,817**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Fuente: Software SPSS 25

De acuerdo con la tabla se observa que el nivel de significancia es 0.000, por ello es menor al 0.05, asimismo se obtuvo una correlación positiva alta teniendo como coeficiente un 0,817; por lo tanto, la normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021.

Hipótesis específica 3

Hipótesis nula:

La educación tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

Hipótesis alterna:

La educación tributaria no se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021

Nivel de confianza: 0,05

Tabla 15

Correlación de la hipótesis específica 3

Rho Spearman	de Educación tributaria	Coefficiente correlación	de	Educación tributaria	Rentabilidad
		Sig. (bilateral)		1,000	,835**
		N		30	30
	Rentabilidad	Coefficiente correlación	de	,835**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		30	30

Fuente: Software SPSS 25

De acuerdo con la tabla se observa que el nivel de significancia es 0.000, por ello es menor al 0.05, asimismo se obtuvo una correlación positiva alta teniendo como coeficiente un 0,835; por lo tanto, la educación tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.

V. DISCUSIÓN

En la investigación, tras obtener los resultados de la aplicación de la encuesta se procedió a realizar la discusión de las hipótesis según los objetivos.

De igual forma, es importante que el objetivo general del estudio es determinar si la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021.

En relación, con la validación del instrumento se desarrolló la prueba de Alfa de Cronbach para la determinar la confiabilidad de las preguntas y se utilizara el programa estadístico SPSS 25, donde se obtuvo los resultados 0,905 y 0,907 para las variables “Cultura tributaria y Rentabilidad”.

De acuerdo a la hipótesis general, la cultura tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. Para obtener este resultado se tuvo que aplicar el instrumento a 30 comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande; en donde solo me concentre en los resultados más importantes que ayudaron a validar la hipótesis general.

En la tabla 1, se muestra que los resultados obtenidos de la variable cultura tributaria, donde se aprecia que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contesto en desacuerdo y el 3.3% indico que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la variable cultura tributaria. Mientras que en la tabla 10, se detalla los resultados obtenidos de la Variable Rentabilidad, donde se aprecia que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contesto en desacuerdo y el 3.3% indico que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la variable rentabilidad.

Asimismo, los resultados del estudio van de la mano con lo desarrollado por Barona (2017), donde los Los resultados muestran que muchos de ellos, discutiblemente,

no cuentan con los servicios de profesionales que los guíen y ayuden a presentar sus declaraciones a tiempo, y debido a su rusticidad, los ciudadanos aún no cuentan con un cierto nivel de educación tributaria para alcanzar, lo que permite asegurar cambios relacionados con los impuestos. Asimismo, Maigua (2019) describe en su trabajo titulado “La Cultura Tributaria y su Impacto en la Recaudación de Impuestos Municipales en los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Latacunga”, en el cual el 64,2% de los encuestados dijo que así era. El 63,7% no pagó el impuesto municipal a tiempo por situación económica o falta de tiempo por falta de información de los municipios.

De acuerdo a la hipótesis específica 1, los valores si se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021. Para obtener este resultado se tuvo que aplicar el instrumento a 30 comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande; en donde solo me concentraré en los resultados más importantes que ayudaron a validar la hipótesis específica 1.

En la tabla 2, la Dimensión Valores, en la figura, apreciamos que el 26.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la dimensión valores.

Nuevamente, los hallazgos de este estudio están muy relacionados con los de García (2017), quien mostró que los empresarios de la ciudad del recreo tienen mucha ignorancia financiera y, lo que es más importante, quienes no los conocen, presentan sus propias declaraciones de impuestos. Además, a través del estudio de Muñoz y Zarate (2018), los resultados arrojaron que el 35% de los contribuyentes encuestados que eran residentes del estado de Bukai no pagaban sus impuestos, lo que se considera un incumplimiento tributario alto. administrativo.

De acuerdo a la hipótesis específica 2, la normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021. Para obtener este resultado se tuvo que aplicar el instrumento a 30 comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande; en

donde solo me concentrare en los resultados más importantes que ayudaron a validar la hipótesis específica 2.

En la tabla 3, se muestra que los resultados obtenidos de la Dimensión Normatividad, en la figura, apreciamos que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 50.0% indica que están de acuerdo, el 16.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo y el 20.0% contestó en desacuerdo respecto a los regímenes tributarios que permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributario que se elija y se paguen los impuestos generando una cultura tributaria

Nuevamente, los hallazgos están muy relacionados con los hallazgos de Lázaro y Otiniano (2021), quienes encontraron que la cultura tributaria afecta la rentabilidad de una empresa, y encontramos que la rentabilidad de una empresa se encuentra en un nivel aceptable junto con la cultura tributaria que la tiene. Por otro lado, el cumplimiento de las normas por parte de la empresa es bueno en general, pero existen algunas áreas de mejora, tales como: B. Capacitación de los empleados de la empresa. La rentabilidad de la empresa es baja.

De acuerdo a la hipótesis específica 3, la educación tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021. Para obtener este resultado se tuvo que aplicar el instrumento a 30 comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande; en donde solo me concentrare en los resultados más importantes que ayudaron a validar la hipótesis específica 3.

En la tabla 4, se muestra que los resultados obtenidos de la Dimensión Educación tributaria, en la figura, apreciamos que el 10.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 46.7% indica que están de acuerdo, el 20.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo respecto a la formación académica tributaria que se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.

Nuevamente, los hallazgos son consistentes con los hallazgos de Cerón (2018), que mostró que los resultados variables del ejercicio de los empleados de la

empresa se asociaron significativamente con la educación fiscal variable. Sin embargo, esto no aplica para las variables conciencia fiscal y honestidad fiscal, aunque cabe señalar que las distribuciones de opiniones sobre conciencia fiscal y honestidad fiscal son muy similares independientemente del valor de los resultados del ejercicio. Esto demuestra que, medido desde la dimensión de la educación tributaria, existe un cierto vínculo entre la cultura tributaria y los resultados del ejercicio.

VI. CONCLUSIONES

Tras obtener los resultados de la investigación al aplicar el instrumento a los 30 comerciantes de las tiendas del Mercado Parada Municipal ubicado en Bagua Grande y habiendo realizado la discusión de cada hipótesis con las investigaciones desarrolladas en el capítulo II del marco teórico, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

1. En relación al objetivo general, se pudo determinar que la cultura tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. De igual forma, tras aplicar la encuesta a los comerciantes se pudo obtener como resultado que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo respecto a la responsabilidad en el pago que muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando así una cultura tributaria.
2. En relación al objetivo específico 1, se pudo determinar que los valores si se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. De igual forma, tras aplicar la encuesta a los comerciantes se pudo obtener como resultado que el 26.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo respecto a la puntualidad de pagos que permite realizar acciones que beneficiarían a la sociedad y contribuyendo con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.
3. En relación al objetivo específico 2, se pudo determinar que a normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. De igual forma, tras aplicar la encuesta a los comerciantes se pudo obtener como resultado que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 50.0% indica que están de acuerdo, el 16.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo y el 20.0%

contesto en desacuerdo respecto a los regímenes tributarios que permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributario que se elija y se paguen los impuestos generando una cultura tributaria.

4. En relación al objetivo específico 3, se pudo determinar que la educación tributaria si se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – 2021. De igual forma, tras aplicar la encuesta a los comerciantes se pudo obtener como resultado que el 10.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 46.7% indica que están de acuerdo, el 20.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contesto en desacuerdo y el 3.3% indico que se encuentra totalmente en desacuerdo respecto a la formación académica tributaria que se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.

VII. RECOMENDACIONES

1. En atención a los problemas comunes, se recomienda que el Estado, a través de normas o leyes, brinde cursos en materia tributaria a los empresarios del chismorro en las instituciones educativas, debiendo los cursos brindar herramientas teóricas y prácticas adecuadas para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, mejorando así el cumplimiento tributario. normativa y mejorar los servicios públicos en la Región de Amazonas.
2. Se recomienda a los comerciantes en el mercado del desfile de la ciudad que vayan a un lugar donde puedan mantenerse al tanto de información fiscal variada y dominar el conocimiento fiscal. De esta manera, las empresas que saben que tienen derechos fiscales y saben cuáles son sus obligaciones tributarias serán más rentables para las operaciones del Mercado Parada Municipal.
3. Se recomienda que la entidad recaudadora y el estado sean transparentes utilizando los recursos tributarios y así los comerciantes de la parada municipal podrán conocer en que se gastó el recaudo. Esto generara que los comerciantes tengan mejores actitudes tributarias y así cumplir con los pagos de impuestos de una manera voluntaria y teniendo una buena cultura tributaria.
4. Se recomienda al trabajador encargado o dueño de cada tienda de cada tienda del Mercado Parada Municipal que por cada venta realizada se emita el comprobante de pago respectivo, de manera que se pueda tener una información más fiable para la toma de decisiones que ayuden a incrementar la rentabilidad.

REFERENCIAS

- Alan Neill David, L. C. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Editorial UTMACH.
- Barona. (2017). *Cultura tributaria y cumplimiento de los deberes formales en los contribuyentes del sector san Felipe, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, período fiscal 2015*. Ecuador: Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi. Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/3760>
- García. (2017). *Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el recreo*. Ecuador: Universidad de Guayaquil. Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19982/1/TESIS%20IMPACTO%20DE%20LA%20FALTA%20DE%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20DE%20CONTRIBUY.pdf>
- Hernandez Sampieri, R., & Carlos Fernandez Collado, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGrawHill.
- Label, W. y. (2012). *Contabilidad para no contables*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Lizcano, J. (2004). *Rentabilidad empresarial*. Madrid: Camaras de Comercio.
- Maigua. (2019). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos municipales del gobierno autónomo descentralizado del cantón Latacunga*. Ecuador: Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi. Recuperado el 3 de Diciembre de 2021, de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/7543>
- Mendez, J. (2012). *Economía de la empresa*. Mexico: Mc Graw- Hill.
- Moreno, J. (2014). *Contabilidad de sociedades*. Mexico: Editorial Patria S.A.
- Muñoz, & Zarate. (2018). *Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el Cantón Bucay, Provincia del Guayas*. Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 3

de Diciembre de 2021, de
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10191/1/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-343.pdf>

- Palomino, C. (2013). *Estados Financieros*. Lima: Ediciones CALPA.
- Reyes, S. y. (2009). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica*. Lima: Ricardo Palma .
- Ruiz, F. (2017). *Derecho tributario: temas básicos*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Sampieri, R. (2009). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Sullon, W. (2017). *Las obligaciones tributarias y su incidencia en la liquidez de las empresas constructoras en el Perú*. Perú: Universidad Católica Los Angeles Chimbote .
- Tamayo, M. T. (2003). *El proceso de la Investigación Científica* . Mexico: Editorial Limusa.
- Thirlwall, A. (2002). *The Nature of Economic Growth. An Alternative Framework for Understanding the Performance of Nations*. Edward Elgar Publishing.
- Tixi, Y. (2017). . *Las obligaciones tributarias y su incidencia en la liquidez de las empresas constructoras en el Perú*. Perú: Universidad Católica de los Angeles de Chimbote .
- Valderrama Mendoza, S., & Velasquez, C. J. (2019). *El desarrollo de la Tesis*. Lima: San Marcos.
- Yaguache, Pardo, & Espejo. (2018). *Strategies to promote the tax culture from the academy. UTPL case*. Cuenca: Revista Killkana Sociales.
doi:https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i3.341

Anexos

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Cultura tributaria	Valores	Responsabilidad en el pago	Población Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande Muestra Muestra no probabilística La muestra estará conformada por Comerciantes del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande Enfoque Cuantitativo Tipo de investigación Aplicativo Nivel de investigación Descriptivo Diseño de
¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021?	Determinar si la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.	La cultura tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.			Puntualidad en los pagos	
					Sinceridad en el pago	
				Normatividad	Conocimiento de los regímenes tributarios	
					Conocimiento de los impuestos	
					Conocimiento de las normas	
				Educación tributaria	Conocimiento de sanciones	
Capacitación en materia tributaria						
Formación académica tributaria						
				Valores tributarios		

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas				investigación No experimental Técnicas Encuesta Instrumentos Cuestionario	
¿De qué modo los valores se relacionan con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021?	Determinar si los valores se relacionan con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.	Los valores se relacionan significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.	Rentabilidad	económica	Activo inmovilizado		
					Activo realizable		
					Activo disponible		
					Existencias		
¿De qué manera la normatividad se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021?	Determinar si la normatividad se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021.	La normatividad se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande – periodo 2021.		d	financiera		Pasivo corriente
							Pasivo no corriente
							Beneficio neto
¿De qué forma la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado	Determinar si la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado	La educación tributaria se relaciona significativamente en la rentabilidad de las tiendas del Mercado					Capital propio
						Beneficio bruto	

Parada Municipal, Bagua Grande - 2021?	Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.	Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.				
--	--	--	--	--	--	--

Anexo 2 Operacionalización de variables

Cultura tributaria y la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021					
Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
General	Cultura tributaria	Lizana (2017), indica en cuanto a la cultura tributaria como la conducta que acogen los contribuyentes, lo cual comienza con la formación tributaria, luego la conciencia tributaria y culmina formándose la cultura tributaria.	La variable Cultura tributaria está compuesta por las dimensiones valores, normatividad y concientización.	Valores	Responsabilidad en el pago
La cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.					Puntualidad en los pagos
					Sinceridad en el pago
				Normatividad	Conocimiento de los regímenes tributarios
					Conocimiento de los impuestos
					Conocimiento de las normas
					Conocimiento de sanciones
				Educación tributaria	Capacitación en materia tributaria
Formación académica tributaria					
Valores tributarios					
Específicas	Rentabilidad	En la Rentabilidad existen dos términos como la rentabilidad económica y financiera, están variables	La variable rentabilidad está conformada por las dimensiones rentabilidad	Rentabilidad económica	Activo inmovilizado
Los valores que se relacionan con la rentabilidad de las					Activo realizable
					Activo disponible

<p>tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.</p> <p>La normatividad se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.</p> <p>La concientización se relaciona con la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande - 2021.</p>		<p>miden la eficiencia con que una empresa utiliza sus recursos, para su cálculo tenemos los flujos obtenidos en los estados financieros como las ventas, utilidades, costos, gastos, activo, pasivo y patrimonio (Archel, Lizarraga, Sanchez, & Cano, 2015, pág. 324).</p>	<p>económica y rentabilidad financiera.</p>	<p>Rentabilidad financiera</p>	<table border="1"> <tr> <td>Existencias</td> </tr> <tr> <td>Pasivo corriente</td> </tr> <tr> <td>Pasivo no corriente</td> </tr> <tr> <td>Beneficio neto</td> </tr> <tr> <td>Beneficio bruto</td> </tr> <tr> <td>Capital propio</td> </tr> <tr> <td>Beneficio bruto</td> </tr> </table>	Existencias	Pasivo corriente	Pasivo no corriente	Beneficio neto	Beneficio bruto	Capital propio	Beneficio bruto
Existencias												
Pasivo corriente												
Pasivo no corriente												
Beneficio neto												
Beneficio bruto												
Capital propio												
Beneficio bruto												

Anexo 3 Resultados de la encuesta

Resultado de la confiabilidad

Los resultados de esta confiabilidad se lograron mediante pruebas piloto realizadas en 30 Comerciantes del Mercado Parada Municipal de Bagua Grande con el fin de proporcionar una descripción aproximada del examen seleccionado.

Tabla 2

Escala de fiabilidad de la VI

Alfa de Cronbach	N de elementos
,905	10

Fuente: Software SPSS 25

El coeficiente Alpha obtenido de la herramienta "Cultura tributaria" es 0,905, lo que nos permite confirmar que la revisión de un total de 10 preguntas es muy sólida. En este sentido, existe una coherencia interna entre estas preguntas.

Tabla 3

Escala de fiabilidad de la VD

Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	10

Fuente: Software SPSS 25

El coeficiente Alpha obtenido de la herramienta "Rentabilidad" es 0.907, lo que nos permite constatar que la revisión que contiene un total de 10 preguntas es muy sólida, y en este sentido, existe consistencia interna entre estas preguntas.

Resultado por variables y dimensiones

Tabla 1

Variable Cultura tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	11	36,7	36,7	50,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la variable cultura tributaria.

Tabla 2

Dimensión Valores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	De acuerdo	9	30,0	30,0	56,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	33,3	33,3	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que el 26.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la dimensión valores.

Tabla 3

Dimensión Normatividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	15	50,0	50,0	63,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	16,7	16,7	80,0
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 50.0% indica que están de acuerdo, el 16.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo y el 20.0% contestó en desacuerdo en relación a la dimensión normatividad.

Tabla 4

Dimensión Educación tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	14	46,7	46,7	56,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	20,0	20,0	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que el 10.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 46.7% indica que están de acuerdo, el 20.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la Dimensión Educación tributaria.

Tabla 5

Variable Rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	11	36,7	36,7	50,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que el 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la variable rentabilidad.

Tabla 6

Dimensión Rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	De acuerdo	9	30,0	30,0	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	80,0
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 23.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la dimensión rentabilidad económica.

Tabla 7

Dimensión Rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	14	46,7	46,7	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	23,3	23,3	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 6.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 46.7% indica que están de acuerdo, el 23.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la dimensión rentabilidad financiera.

Resultado de las preguntas de la encuesta

Tabla 8 ítems 1

La responsabilidad en el pago muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando una cultura tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	46,7	46,7	80,0
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	90,0
	Totalmente en desacuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 20.0% indica que están de acuerdo, el 46.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 10.0% contestó en desacuerdo y el 10.0% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la responsabilidad en el pago muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando una cultura tributaria.

Tabla 9 ítems 2

La puntualidad de pagos permite realizar acciones que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	43,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	40,0	40,0	83,3
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 20.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 23.3% indica que están de acuerdo, el 40.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 10.0% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la puntualidad de La puntualidad de pagos permite realizar acciones que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria. que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.

Tabla 10 ítems 3

La sinceridad de pago se relaciona en como los comerciantes se sinceran al cumplir con los pagos de tributos, demostrando así sus valores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	De acuerdo	7	23,3	23,3	46,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	73,3
	En desacuerdo	7	23,3	23,3	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 23.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 23.3% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.3% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a La sinceridad de pago se

relaciona en como los comerciantes se sinceran al cumplir con los pagos de tributos, demostrando así sus valores

Tabla 11 ítems 4

Los regímenes tributarios permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributaria que se elija se pagara los impuestos generando una cultura tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	16	53,3	53,3	80,0
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 6.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 20.0% indica que están de acuerdo, el 53.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indico que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a como los regímenes tributarios permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributaria que se elija se pagara los impuestos generando una cultura tributaria.

Tabla 12 ítems 5

Los impuestos determinan los tributos que cada empresa debe pagar al Estado por las ganancias que percibe generando una cultura tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	43,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	70,0
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	86,7
	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 20.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 23.3% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo y el 13.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a los impuestos que cada empresa debe pagar al Estado por las ganancias que percibe generando una cultura tributaria.

Tabla 13 ítems 6

La norma es el conocimiento de las que permite establecer eficazmente un control interno del negocio respetando la normatividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	De acuerdo	3	10,0	10,0	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	60,0
	En desacuerdo	10	33,3	33,3	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 23.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 10.0% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 33.3% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la norma es el conocimiento

que permite establecer eficazmente un control interno del negocio respetando la normatividad.

Tabla 14 ítems 7

las sanciones tributarias permiten saber las consecuencias jurídicas y disponer de conocimientos normativos en la cultura tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	9	30,0	30,0	43,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	46,7	46,7	90,0
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 46.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 6.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a las sanciones tributarias que permiten saber las consecuencias jurídicas y disponer de conocimientos normativos en la cultura tributaria.

Tabla 15 ítems 8

La capacitación en materia tributaria muestra a los comerciantes una forma de aprendizaje como también conocer nuevos conocimientos de una manera contante de sensibilización de educación tributaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	13	43,3	43,3	50,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	26,7	26,7	76,7
	En desacuerdo	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 6.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 43.3% indica que están de acuerdo, el 26.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.3% contestó en desacuerdo en relación a la capacitación en materia tributaria muestra a los comerciantes una forma de aprendizaje como también conocer nuevos conocimientos de una manera contante de sensibilización de educación tributaria.

Tabla 16 ítems 9

La formación académica tributaria se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	33,3	33,3	66,7
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	83,3
	Totalmente en desacuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 20.0% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo y el 16.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la formación académica tributaria se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.

Tabla 17 ítems 10

Los valores tributarios permiten el cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano ayudando a contribuir con los gastos públicos lo cual se logra aceptar nuestras responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos y fortaleciendo la educación tributaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	11	36,7	36,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	20,0	20,0	60,0
	En desacuerdo	9	30,0	30,0	90,0
	Totalmente en desacuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 3.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 20.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 30.0% contestó en desacuerdo y el 10.0% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a los valores tributarios que permiten el cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano ayudando a contribuir con los gastos públicos lo cual se logra aceptar nuestras responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos y fortaleciendo la educación.

Tabla 18 ítems 11

El activo inmovilizado genera estabilidad en los bienes y derechos adquiridos a largo plazo y corto plazo generando una rentabilidad económica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	11	36,7	36,7	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	30,0	30,0	83,3
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 16.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 36.7% indica que están de acuerdo, el 30.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo en relación a que si el activo inmovilizado genera estabilidad en los bienes y derechos adquiridos a largo plazo y corto plazo generando una rentabilidad económica.

Tabla 19 ítems 12

El activo realizable es aquel modelo de activo que en corto plazo se transforman en líquidos teniendo el total de consecuencias comerciales y facturación por cobrar en la rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	3	10,0	10,0	23,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	40,0	40,0	63,3
	En desacuerdo	9	30,0	30,0	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 10.0% indica que están de acuerdo, el 40.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 30.0% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a que el activo realizable es aquel modelo de activo que en corto plazo se transforman en líquidos teniendo el total de consecuencias comerciales y facturación por cobrar en la rentabilidad económica.

Tabla 20 ítems 13

El activo disponible muestra todo el efectivo inmediato que se encuentra en caja o en los bancos generando una rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	6	20,0	20,0	36,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	40,0	40,0	76,7
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 16.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 20.0% indica que están de acuerdo, el 40.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se

encuentra totalmente en desacuerdo en relación al activo disponible que muestra todo el efectivo inmediato que se encuentra en caja o en los bancos generando una rentabilidad económica.

Tabla 21 ítems 14

Las existencias muestran los bienes tangibles almacenados que las empresas adquieren con varios fines, para volver a venderlos generando una rentabilidad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	12	40,0	40,0	80,0
	En desacuerdo	4	13,3	13,3	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 13.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 26.7% indica que están de acuerdo, el 40.0% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 13.3% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a las existencias que muestran los bienes tangibles almacenados que las empresas adquieren con varios fines, para volver a venderlos generando una rentabilidad económica.

Tabla 22 ítems 15

El pasivo corriente permite lograr reconocer las deudas de las empresas que se tiene que pagar con un periodo inferior a un año guardando relación con la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	De acuerdo	9	30,0	30,0	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	36,7	36,7	90,0
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 23.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 36.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 10.0% contestó en desacuerdo en relación al pasivo corriente que permite lograr reconocer las deudas de las empresas que se tiene que pagar con un periodo inferior a un año guardando relación con la rentabilidad financiera.

Tabla 23 ítems 16

El pasivo no corriente permite reconocer los compromisos de la empresa que se deben cubrir en un plazo mayor a un año por lo que está relacionado a la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	13	43,3	43,3	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	33,3	33,3	86,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	90,0
	Totalmente en desacuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 10.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 43.3% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 3.3% contestó en desacuerdo y el 10.0% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación al pasivo no corriente que permite reconocer los compromisos de la empresa que se deben cubrir en un plazo mayor a un año por lo que está relacionado a la rentabilidad financiera.

Tabla 24 ítems 17

El beneficio neto permite indicar la cantidad de dinero que dispone una empresa frente a sus obligaciones en forma de gasto o impuesto de la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	12	40,0	40,0	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	33,3	33,3	73,3
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	93,3

Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 40.0% de los trabajadores están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 20.0% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación al beneficio neto que permite indicar la cantidad de dinero que dispone una empresa frente a sus obligaciones en forma de gasto o impuesto de la rentabilidad financiera.

Tabla 25 ítems 18

El beneficio bruto permite señalar la diferencia del resultado de los ingresos y gastos de una empresa antes de aplicar los impuestos u otras deducciones en la rentabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	33,3	33,3	73,3
	En desacuerdo	7	23,3	23,3	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 10.0% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 30.0% indica que están de acuerdo, el 33.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.3% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación al beneficio bruto que permite señalar la diferencia del resultado de los ingresos y gastos de una empresa antes de aplicar los impuestos u otras deducciones en la rentabilidad.

Tabla 26 ítems 19

El capital propio muestra la diferencia que existe entre el activo y el pasivo exigible a la fecha en que se inicia el ejercicio comercial, debiendo rebajarse previamente los valores intangibles, nominales, transitorios y de orden relacionado con la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	43,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	36,7	36,7	80,0
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 23.3% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 20.0% indica que están de acuerdo, el 36.7% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.7% contestó en desacuerdo y el 3.3% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación al capital propio que muestra la diferencia que existe entre el activo y el pasivo exigible a la fecha en que se inicia el ejercicio comercial, debiendo rebajarse previamente los valores intangibles, nominales, transitorios y de orden relacionado con la rentabilidad financiera.

Tabla 27 ítems 20

La inversión muestra la cantidad limitada de dinero que se pone a capacidad de terceros de una empresa con el objetivo de incrementar las ganancias que genere ese proyecto empresarial dentro de la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	10	33,3	33,3	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	13	43,3	43,3	83,3
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	93,3
	Totalmente en desacuerdo	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS 25

En la tabla, se visualiza que 6.7% de los trabajadores están totalmente de acuerdo, el 33.3% indica que están de acuerdo, el 43.3% marcaron ni de acuerdo ni desacuerdo, el 10.0% contestó en desacuerdo y el 6.7% indicó que se encuentra totalmente en desacuerdo en relación a la inversión que muestra la cantidad limitada de dinero que se pone a capacidad de terceros de una empresa

con el objetivo de incrementar las ganancias que genere ese proyecto empresarial dentro de la rentabilidad financiera.

FORMATO DE VALIDACION Recibidos x



Silvia Peralta

 1 mar 2022, 11:53



BUENAS TARDES DOCTORA PATRICIA envió el formato de validación para que le revise espero su respuesta gracias att silvia peralta ...



PATRICIA PADILLA VENTO

2 mar 2022, 12:36



para mí ▾

Sirva el presente para saludarle y a la vez le comunico que el instrumento de su investigación tiene el VºBº.

Saludos cordiales.

DNI 09402744

Dra. en Contabilidad



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: " CULTURA TRIBUTARIA Y LA RENTABILIDAD DE LAS TIENDAS DEL MERCADO PARADA MUNICIPAL, BAGUA GRANDE, PERIODO 2021".

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1							
1	La responsabilidad en el pago muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando una cultura tributaria							
2	La puntualidad de pagos permite realizar acciones que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.							
3	La sinceridad de pago se relaciona en como los comerciantes se sinceran al cumplir con los pagos de tributos, demostrando así sus valores							
4	Los regímenes tributarios permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributaria que se elija se pagara los impuestos generando una cultura tributaria.							
5	Los impuestos determinan los tributos que cada empresa debe pagar al Estado por las ganancias que percibe generando una cultura tributaria							
6	La norma es el conocimiento de las que permite establecer eficazmente un control interno del negocio respetando la normatividad							
7	las sanciones tributarias permiten saber las consecuencias jurídicas y disponer de conocimientos normativos en la cultura tributaria							
8	La capacitación en materia tributaria muestra a los comerciantes una forma de aprendizaje como también conocer nuevos conocimientos de una manera contante de sensibilización de educación tributaria							
9	La formación académica tributaria se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.							
10	Los valores tributarios permiten el cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano ayudando a contribuir con los gastos públicos lo cual se logra aceptar nuestras responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos y fortaleciendo la educación tributaria.							
	VARIABLE 2	Si	No	Si	No	Si	No	

11	El activo inmovilizado genera estabilidad en los bienes y derechos adquiridos a largo plazo y corto plazo generando una rentabilidad económica.						
12	El activo realizable es aquel modelo de activo que en corto plazo se transforman en líquidos teniendo el total de consecuencias comerciales y facturación por cobrar en la rentabilidad económica						
13	El activo disponible muestra todo el efectivo inmediato que se encuentra en caja o en los bancos generando una rentabilidad económica.						
14	Las existencias muestran los bienes tangibles almacenados que las empresas adquieren con varios fines, para volver a venderlos generando una rentabilidad económica						
15	El pasivo corriente permite lograr reconocer las deudas de las empresas que se tiene que pagar con un periodo inferior a un año guardando relación con la rentabilidad financiera.						
16	El pasivo no corriente permite reconocer los compromisos de la empresa que se deben cubrir en un plazo mayor a un año por lo que está relacionado a la rentabilidad financiera						
17	El beneficio neto permite indicar la cantidad de dinero que dispone una empresa frente a sus obligaciones en forma de gasto o impuesto de la rentabilidad financiera						
18	El beneficio bruto permite señalar la diferencia del resultado de los ingresos y gastos de una empresa antes de aplicar los impuestos u otras deducciones en la rentabilidad						
19	El capital propio muestra la diferencia que existente entre el activo y el pasivo exigible a la fecha en que se inicia el ejercicio comercial, debiendo rebajarse previamente los valores intangibles, nominales, transitorios y de orden relacionado con la rentabilidad financiera						
20	La inversión muestra la cantidad limitada de dinero que se pone a capacidad de terceros de una empresa con el objetivo de incrementar las ganancias que genere ese proyecto empresarial dentro de la rentabilidad financiera.						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. ALVAREZ LOPEZ ALBERTO DNI:...10690346

Especialidad del validador:...AUDITORIA

21 de Marzo del 2022

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



Firma del Experto Informante.

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS
DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**



CARTA DE PRESENTACIÓN

DOCTOR: PEDRO COSTILLA CASTILLO

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de pregrado de la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, en la sede Lima norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.

El título nombre de mi trabajo de investigación es: “Cultura tributaria y la rentabilidad de las tiendas del Mercado Parada Municipal, Bagua Grande –

2021” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente.

Firma

Peralta bravo Silvia

D.N.I: 73133316

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 01

TITULO: CULTURA TRIBUTARIA

Es una serie de actitudes, conductas, percepciones y conocimientos de una determinada comunidad sobre la tributación (Superintendencia de Administración Tributaria, 2014). Así también, Lizana (2017), indica en cuanto a la cultura tributaria como la conducta que acogen los contribuyentes, lo cual comienza con la formación tributaria, luego la conciencia tributaria y culmina formándose la cultura tributaria.

Dimensión de la variable 01:

Dimensión 1

Valores

Es un factor que determina la cultura tributaria, donde se incluyen la solidaridad, compromiso, la cooperación y la responsabilidad. De manera que, cuando los valores son parte del individuo como patrones de conductas, él por sí mismo procede con justicia y equidad (Morales et al., 2016).

Dimensión 2

Normatividad

La normatividad está constituida por cuatro indicadores: conocimiento de los regímenes tributarios, conocimiento de los impuestos y conocimiento de las normas y conocimiento de sanciones.

Dimensión 3

Educación Tributaria

Como lo menciona Sindreu (2014, citado en Velapatiño,2021) indica que es una educación que se basa en principios cívicos, éticos y morales; en la formación integral de un individuo como un ser responsable con el pago de sus impuestos.

Variable 02:

TITULO: RENTABILIDAD

La Rentabilidad: es uno de los términos más utilizados en el mundo empresarial, existen dos términos como es la rentabilidad económica y financiera, están variables miden la eficiencia con que una empresa utiliza sus recursos, para su cálculo tenemos los flujos obtenidos en los estados financieros como las ventas, utilidades, costos, gastos, activo, pasivo y patrimonio, estos indicadores son sustanciales para la toma de decisiones (Archel, Lizarraga, Sanchez, & Cano, 2015, pág. 324).

Dimensión de la variable 02:

Dimensión 1

Rentabilidad económica

Pérez (2002) señala que también se le conoce como la rentabilidad de las inversiones, es una medida referente a un lapso de tiempo del rendimiento de los activos de una entidad independientemente de la financiación de éstos

Dimensión 2

Rentabilidad financiera

Rentabilidad financiera descrita a través de Sánchez (2002) donde manifiesta que es una medida respectiva a un periodo establecido del rendimiento logrado por el capital propio, mayormente independiente de la repartición del producto

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 01: CULTURA TRIBUTARIA

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
Valores	Responsabilidad en el pago	La responsabilidad en el pago muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando una cultura tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Puntualidad en los pagos	La puntualidad de pagos permite realizar acciones que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Sinceridad en el pago	La sinceridad de pago se relaciona en como los comerciantes se sinceran al cumplir con los pagos de tributos, demostrando así sus valores	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Normatividad	Regímenes tributarios	Los regímenes tributarios permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributaria que se elija se pagara los impuestos generando una cultura tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Impuestos	Los impuestos determinan los tributos que cada empresa debe pagar al Estado por las ganancias que percibe generando una cultura tributaria	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

	Norma	La norma es el conocimiento de las que permite establecer eficazmente un control interno del negocio respetando la normatividad	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Sanciones tributarias	las sanciones tributarias permiten saber las consecuencias jurídicas y disponer de conocimientos normativos en la cultura tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Educación Tributaria	Capacitación en materia tributaria	La capacitación en materia tributaria muestra a los comerciantes una forma de aprendizaje como también conocer nuevos conocimientos de una manera contante de sensibilización de educación tributaria	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Formación académica tributaria	La formación académica tributaria se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Valores tributarios	Los valores tributarios permiten el cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano ayudando a contribuir con los gastos públicos lo cual se logra aceptar nuestras responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos y fortaleciendo la educación tributaria.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Variable 02: RENTABILIDAD

Rentabilidad económica	Activo inmovilizado	El activo inmovilizado genera estabilidad en los bienes y derechos adquiridos a largo plazo y corto plazo generando una rentabilidad económica.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Activo realizable	El activo realizable es aquel modelo de activo que en corto plazo se transforman en líquidos teniendo el total de consecuencias comerciales y facturación por cobrar en la rentabilidad económica	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Activo disponible	El activo disponible muestra todo el efectivo inmediato que se encuentra en caja o en los bancos generando una rentabilidad económica.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Existencias	Las existencias muestran los bienes tangibles almacenados que las empresas adquieren con varios fines, para volver a venderlos generando una rentabilidad económica	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Rentabilidad financiera	Pasivo corriente	El pasivo corriente permite lograr reconocer las deudas de las empresas que se tiene que pagar con un periodo inferior a un año guardando relación con la rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Pasivo no corriente	El pasivo no corriente permite reconocer los compromisos de la empresa que se deben cubrir en un plazo mayor a un año por lo que está relacionado a la rentabilidad financiera	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Beneficio neto	El beneficio neto permite indicar la cantidad de dinero que dispone una empresa frente a sus obligaciones en	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo

		forma de gasto o impuesto de la rentabilidad financiera	Totalmente en desacuerdo
	Beneficio bruto	El beneficio bruto permite señalar la diferencia del resultado de los ingresos y gastos de una empresa antes de aplicar los impuestos u otras deducciones en la rentabilidad	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Capital propio	El capital propio muestra la diferencia que existente entre el activo y el pasivo exigible a la fecha en que se inicia el ejercicio comercial, debiendo rebajarse previamente los valores intangibles, nominales, transitorios y de orden relacionado con la rentabilidad financiera	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Inversión	La inversión muestra la cantidad limitada de dinero que se pone a capacidad de terceros de una empresa con el objetivo de incrementar las ganancias que genere ese proyecto empresarial dentro de la rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración propia.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” CULTURA TRIBUTARIA Y LA RENTABILIDAD DE LAS TIENDAS DEL MERCADO PARADA MUNICIPAL, BAGUA GRANDE, PERIODO 2021”.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		S i	N o	S i	N o	S i	N o	
	VARIABLE 1							
1	La responsabilidad en el pago muestra rapidez por los comerciantes para ejecutar los pagos en fechas establecidas demostrando una cultura tributaria	X		X		X		
2	La puntualidad de pagos permite realizar acciones que beneficiaran a la sociedad y contribuir con el desarrollo y bienestar que impulsa la cultura tributaria.	X		X		X		
3	La sinceridad de pago se relaciona en como los comerciantes se sinceran al cumplir con los pagos de tributos, demostrando así sus valores	X		X		X		
4	Los regímenes tributarios permiten conocer a los comerciantes las reglas o leyes de cada negocio de acuerdo al régimen tributaria que se elija se pagara los impuestos generando una cultura tributaria.	X		X		X		
5	Los impuestos determinan los tributos que cada empresa debe pagar al Estado por las ganancias que percibe generando una cultura tributaria	X		X		X		

6	La norma es el conocimiento de las que permite establecer eficazmente un control interno del negocio respetando la normatividad	X		X		X	
7	las sanciones tributarias permiten saber las consecuencias jurídicas y disponer de conocimientos normativos en la cultura tributaria	X		X		X	
8	La capacitación en materia tributaria muestra a los comerciantes una forma de aprendizaje como también conocer nuevos conocimientos de una manera contante de sensibilización de educación tributaria	X		X		X	
9	La formación académica tributaria se fomenta a través de cursos dirigidos a comerciantes para fortalecer la educación tributaria.	X		X		X	
10	Los valores tributarios permiten el cumplimiento cívico de los deberes de todo ciudadano ayudando a contribuir con los gastos públicos lo cual se logra aceptar nuestras responsabilidades que nos corresponden como ciudadanos y fortaleciendo la educación tributaria.	X		X		X	
	VARIABLE 2	S	N	S	N	S	N
		i	o	i	o	i	o
11	El activo inmovilizado genera estabilidad en los bienes y derechos adquiridos a largo plazo y corto plazo generando una rentabilidad económica.	X		X		X	
12	El activo realizable es aquel modelo de activo que en corto plazo se transforman en líquidos teniendo el total de consecuencias comerciales y facturación por cobrar en la rentabilidad económica	X		X		X	

13	El activo disponible muestra todo el efectivo inmediato que se encuentra en caja o en los bancos generando una rentabilidad económica.	X		X		X	
14	Las existencias muestran los bienes tangibles almacenados que las empresas adquieren con varios fines, para volver a venderlos generando una rentabilidad económica	X		X		X	
15	El pasivo corriente permite lograr reconocer las deudas de las empresas que se tiene que pagar con un periodo inferior a un año guardando relación con la rentabilidad financiera.	X		X		X	
16	El pasivo no corriente permite reconocer los compromisos de la empresa que se deben cubrir en un plazo mayor a un año por lo que está relacionado a la rentabilidad financiera	X		X		X	
17	El beneficio neto permite indicar la cantidad de dinero que dispone una empresa frente a sus obligaciones en forma de gasto o impuesto de la rentabilidad financiera	X		X		X	
18	El beneficio bruto permite señalar la diferencia del resultado de los ingresos y gastos de una empresa antes de aplicar los impuestos u otras deducciones en la rentabilidad	X		X		X	
19	El capital propio muestra la diferencia que existente entre el activo y el pasivo exigible a la fecha en que se inicia el ejercicio comercial, debiendo rebajarse previamente los valores intangibles, nominales, transitorios y de orden relacionado con la rentabilidad financiera	X		X		X	
20	La inversión muestra la cantidad limitada de dinero que se pone a capacidad de terceros de una empresa con	X		X		X	

	el objetivo de incrementar las ganancias que genere ese proyecto empresarial dentro de la rentabilidad financiera.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. COSTILLA CASTILLO PEDRO DNI: 09925834

Especialidad del validador: DOCTOR EN ADMINISTRACION

28 de 02 del 2022

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

FIRMADO

Firma del Experto Informante.