



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Cultura tributaria y la rentabilidad en el Mercado Productores de
Santa Anita 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORA:

Lázaro Sotil, Yrina (ORCID: 0000-0002-0590-0740)

ASESOR:

Dr. Costilla Castillo, Pedro Constante (ORCID: 0000-0002-1727-9883)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis padres,
a ellos mi infinita gratitud.

AGRADECIMIENTO

A dios, por darme salud para lograr mis objetivos, y por haber puesto en mi camino a personas que han sido mi motivación y mi compañía durante todo el periodo de estudio.

INDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Indice de contenidos	iv
Indice de tablas	vi
Indice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
Problema general.....	3
Problemas específicos	3
Hipótesis	4
Justificación.....	4
Objetivo general	4
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes Internacionales	5
2.2 Antecedentes Nacionales.....	7
2.3 Bases teoricas.....	8
2.3.1 Cultura tributaria	8
2.3.2 Rentabilidad.....	10
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación	12
Tipo de investigación	12
Diseño de investigación	12
3.2 Variables y operacionalización.....	13
3.3 Población y muestra.....	15

3.3.1 Población	15
3.3.2 Muestra	15
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	15
3.4.1 Técnica	15
3.4.2 Instrumento	15
3.4.3 Procedimientos	16
3.4.4 Método de análisis	16
3.4.5 Aspectos éticos.....	16
3.4.6 Validez	16
3.4.7 Confiabilidad	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	32.
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	35
ANEXO.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validación de expertos	16
Tabla 2 Escala de valores	17
Tabla 3 ¿Cree usted que el pago de tributos depende de los valores personales?	18
Tabla 4 ¿Tiene Ud. voluntad de contribuir con el desarrollo social del país?... 19	
Tabla 5 ¿Cree usted que el cumplimiento de las normas tributarias es importante para el desarrollo del país?	19
Tabla 6 ¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?.....	20
Tabla 7 ¿Tiene usted conocimiento sobre las sanciones tributarias?	21
Tabla 8 ¿Tiene usted conocimiento sobre los beneficios tributarios?	22
Tabla 9 ¿Considera usted que las charlas informativas son importantes para su negocio?	22
Tabla 10 ¿Considera usted que asesoría tributaria mejoraría la rentabilidad de su empresa?	23
Tabla 11 ¿Cree usted beneficioso implementar cursos tributarios en los colegios para concientizar a los jóvenes?	24
Tabla 12 ¿Considera usted que las ventas al contado es la mejor opción para incrementar sus ingresos?	25
Tabla 13 ¿Cree usted que vender con factura o boleta le ayudan a tener un mejor control de sus ingresos?	25
Tabla 14 ¿Considera usted que el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarios es importante para no afectar sus ingresos?	26
Tabla 15 ¿Considera que los gastos administrativos son necesarios para obtener una buena rentabilidad?	27
Tabla 16 ¿Cree Ud. que los gastos operativos influyen en su rentabilidad? ...	28
Tabla 17 ¿Cree usted que un buen control de gastos ayudaría a mejorar la rentabilidad?	28
Tabla 18 ¿Considera que los trabajadores están cumpliendo con los objetivos de la empresa?	29
Tabla 19 ¿Motiva a su personal para llegar a cumplir los objetivos de la empresa?	30
Tabla 20 ¿Los trabajadores cuentan con los recursos necesarios para realizar sus funciones?	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 Cultura tributaria.....	9
Figura 2 ítem 1	18
Figura 3 ítem 2	19
Figura 4 ítem 3	20
Figura 5 ítem 4	20
Figura 6 ítem 5	21
Figura 7 ítem 6	22
Figura 8 ítem 7	23
Figura 9 ítem 8	23
Figura 10 ítem 9	24
Figura 11 ítem 10	25
Figura 12 ítem 11	26
Figura 13 ítem 12	26
Figura 14 ítem 13	27
Figura 15 ítem 14	28
Figura 16 ítem 15	29
Figura 17 ítem 16	29
Figura 18 ítem 17	30
Figura 19 ítem 18	31

RESUMEN

La presente investigación se respondió el siguiente problema: ¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la rentabilidad del Mercado Productores de Santa Anita 2021? y el objetivo general de la investigación fue: Determinar la cultura tributaria y su relación con la rentabilidad en el Mercado Productores de Santa Anita 2021. Para la presente investigación se empleó el modelo de investigación de tipo básica de nivel descriptivo -correlacional, con un diseño no experimental, transversal. La muestra para realizar este trabajo de investigación estuvo conformada por 48 comerciantes, el instrumento que se empleó para recoger los datos fue el cuestionario y la técnica que se usó fue la encuesta que estuvo conformada por 18 preguntas. De los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que existe una relación significativa entre las dos variables, cultura tributaria y rentabilidad en el mercado mayorista Productores de Santa Anita, 2021.

PALABRAS CLAVE: cultura tributaria, Rentabilidad, evasión tributaria.

ABSTRACT

The present investigation answered the following problem: How is the tax culture related to the profitability of the Producers Market of Santa Anita 2021? and the general objective of the research was: To determine the tax culture and its relationship with profitability in the Producers Market of Santa Anita 2021. For this research, the basic type research model of descriptive-correlational level was used, with a design non-experimental, cross-sectional. The sample to carry out this research work was made up of 48 merchants, the instrument used to collect the data was the questionnaire and the technique used was the survey that was made up of 18 questions. From the results obtained, it was concluded that there is a significant relationship between the two variables, tax culture and profitability in the wholesale market Productores de Santa Anita, 2021.

KEYWORDS: tax culture, profitability, tax evasion.

I. INTRODUCCIÓN

Los tributos forman parte de la vida del ser humano desde inicios de la sociedad, esto sucede por la necesidad que tienen las personas de realizar actividades económicas, de comercio y es ahí cuando interviene el estado para recolectar una parte del dinero obtenido por el comerciante, y el estado por su parte con el dinero recaudado podrá ejecutar obras y servicios de calidad para los ciudadanos. En países más desarrollados, tienen una cultura tributaria más alta, en su mayoría son contribuyentes que se encargan de cumplir con sus obligaciones, y esto se debe a que la población percibe que los recursos que aporta están siendo utilizado correctamente. En términos generales podemos decir que la cultura tributaria se ha transformado en un problema mundial y por ende un problema con respecto a la rentabilidad ya que se vincula con la inversión y utilidades de las empresas.

Actualmente muchas empresas han tenido que adecuarse a la nueva forma de trabajo ya que, a raíz de la pandemia, estos se han visto afectados de diversas maneras ya que el gobierno planteó algunas restricciones con el fin de disminuir el contagio, así mismo la SUNAT como ente recaudador brindó algunas facilidades como el aplazamiento para la declaración de los tributos, a pesar de ello, Según el diario Gestión, informó que en el 2020 la recaudación tributaria disminuyó en s/ 17,634 millones debido a la paralización económica de algunos sectores.

Cabrera, Narváez y Erazo (2020) indican que la cultura tributaria es un conjunto de costumbres, hábitos individuales y colectivos que determinara si el pago de sus tributos lo realizan de manera voluntaria u obligada, lo dicho anteriormente no quiere decir que los contribuyentes son los únicos responsables del cumplimiento tributario, el estado también debe ser responsable con la administración de los tributos recaudados para que los contribuyentes tengan la confianza de que todo lo que ellos aportan se le va dar

el uso adecuado. Es importante precisar que los contribuyentes carecen de una cultura de pago justo y facultativo, por ende, la gerencia tributaria tiene que exigir la declaración y el pago de impuestos por medio de leyes y resoluciones, este inconveniente surge por la desconfianza que tienen los contribuyentes hacia el estado y al mal uso que le dan al dinero recaudado y se tiene como consecuencia una cultura y recaudación deficiente.

Al respecto Cepal (2019) comenta que La evasión fiscal en América Latina alcanzó el 6,3% del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2017, esta cifra representa una pérdida por 335.000 millones de dólares. La tributación y la política fiscal son muy importantes para la mejora de los derechos humanos, ya que es allí donde nacen los recursos necesarios para ejecutar los derechos sociales básicos, como la educación salud, vivienda.

Cepal (2021) indica que durante el año 2020 en América Latina y el Caribe (ALC) hubo una caída respecto a la recaudación tributaria, esto se debió a la pandemia lo cual afecto las actividades económicas en todo el mundo, sin embargo, al día de hoy se evidenció un pequeño incremento en la recaudación de impuestos esto se dio porque muchos de los países de latino América ampliaron el plazo para que las empresas puedan cumplir con sus obligaciones al pago de impuestos.

Ruiz (2017) comenta que en el Perú se debe dar mayor importancia a la cultura tributaria, para que los contribuyentes comprendan que los impuestos son recursos que el estado debe recaudar en carácter administrador, sin embargo, estos recursos pertenecen a la población. (p.52), por otro lado, Vera (2020) indica que los ciudadanos deben tomar conciencia de la relación entre los ingresos fiscales y el gasto público, así como también entender las consecuencias nocivas de la evasión tributaria, una cultura tributaria fuerte es la

base para un compromiso real por parte de los contribuyentes para obtener el cumplimiento oportuno y correcto.

Shiguiyama (2017) afirma que la evasión de tributos es uno de los mayores problemas que obstaculiza el desarrollo del país, ya que en el Perú apenas 12,700 firmas aportan el 75% del total recaudado, por otra parte 1.8 millones de empresas y negocios pequeños solo contribuyen con un 25%, el dinero recaudado en su gran mayoría es aportado por un pequeño porcentaje de contribuyentes, la evasión comprende el 36% del ingreso potencial lo cual viene a ser 22,000 millones de soles.

Bajo este contexto sobre la realidad problemática en el Perú, se planteó lo siguiente:

Problema general

¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la rentabilidad del Mercado Productores de Santa Anita 2021?

Problemas específicos

¿De qué manera el conocimiento sobre cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad del mercado Productores de Santa Anita?

¿De qué manera la conciencia tributaria se relaciona con la liquidez del del mercado Productores de Santa Anita?

¿De qué manera la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad del mercado Productores de Santa Anita?

Hipótesis

Se planteó como hipótesis general: La cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad del mercado Productores de Santa Anita.

Se planteo como hipótesis nula lo siguiente: La cultura tributaria no se relaciona con la rentabilidad del mercado mayorista Productores de Santa Anita.

Justificación

La investigación se justifica porque permitirá conocer la importancia de difundir la educación respecto a la cultura tributaria a los empresarios del mercado mayorista Productores de Santa Anita.

Objetivo general

Determinar la cultura tributaria y su relación con la rentabilidad en el Mercado Productores de Santa Anita 2021, para responder este objetivo, se determinaron los siguientes objetivos específicos:

Determinar de qué manera el nivel de cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad en el Mercado Productores de Santa Anita 2021.

Determinar de qué manera la conciencia tributaria se relaciona con la liquidez del del mercado Productores de Santa Anita 2021.

Determinar de qué manera la educación tributaria se relaciona con la rentabilidad del mercado Productores de Santa Anita2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente informe de investigación se consideraron las siguientes variables: Cultura tributaria y Rentabilidad.

2.1 Antecedentes Internacionales

Se conoce que en diversos países del mundo existe un alto grado de evasión tributario debido al desconocimiento tributario y la falta de concientización viéndose reflejado en la baja recaudación tributaria.

De la torre, Miguél, y Padilla, (2019) en su tesis "La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia", utilizó la metodología mixta y para la recolección de información utilizó el instrumento de la entrevista mediante un cuestionario y encuestas, cuyo objetivo general fue determinar importancia de implementar la cultura tributaria en Colombia, llegando a la conclusión que los contribuyentes tienen poco conocimiento acerca de sus obligaciones y deberes, lo cual genera complicaciones al momento de realizar la recaudación y recomiendan que en las instituciones educativas se impartan charlas informativas sobre los tributos para que desde la primera infancia puedan empezar a conocer acerca de la relación entre el estado y la ciudadanía.

Muñoz y Zárate (2018), en su investigación titulada "Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, provincia del Guayas", su objetivo principal fue evaluar como la cultura tributaria afecta el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes minoristas, la metodología que se empleó fue descriptivo cuantitativo, el instrumento empleado fue el cuestionario, el cual se aplicó a 86 personas, llegando a la conclusión que a pesar de las acciones que implementó el estado el grado de cultura tributaria se

encuentra en un nivel bajo y en consecuencia se está cooperando a que el país no progrese.

Matus y Campos (2017) en su investigación titulada “Análisis de la cultura cívico-tributaria de los estudiantes que cursan cuarto medio en establecimientos públicos de la comuna de San Carlos”, plantearon como principal objetivo analizar el nivel de conocimiento y la moral cívico-tributario de los estudiantes, su investigación tiene un enfoque cuantitativa correlacional, para el desarrollo de esta investigación se realizó una encuesta el cual estaba conformado por 20 preguntas y los resultados obtenidos fueron que el conocimiento cívico-tributario de los estudiantes es bajo ya que según la encuesta realizada un 59,4% se encuentra en esta calificación y un 17,4% obtuvieron un excelente nivel de conocimiento.

Moreira (2018), en su tesis "La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Sociedad Abastecedora del Mercado Central de Jipijapa", su principal objetivo fue determinar el impacto de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en la sociedad. Se concluyó que los socios desconocen la problemática tributaria porque no cumplen con sus obligaciones tributarias. La metodología empleada fue cualitativa.

Arellano et al. (2020) en su investigación “La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador” planteó como objetivo principal describir los elementos más importantes de la cultura tributaria entre los contribuyentes para identificar la causa de la evasión. Para la investigación se empleó el método hipotético deductivo, nivel explicativo, usó la encuesta en una muestra de 307 contribuyentes obteniendo como resultado que existen 3 tipos de cultura tributaria, la primera es la que responde a una norma que le obliga al cumplimiento de las mismas, la segunda es mediante un acto voluntario y el

tercero es con el fin de obtener un beneficio. Los investigadores llegaron a la conclusión de que la cultura tributaria tiene una importante repercusión respecto a la evasión tributaria.

2.2 Antecedentes Nacionales

Monterrey (2019), en su tesis titulada "Relación entre el conocimiento tributario y la cultura tributaria en gerentes generales de empresas industriales manufactureras del Callao 2019" cuyo objetivo principal fue demostrar que el grado de cultura tributaria corporativa está directamente relacionado con el conocimiento tributario. La metodología empleada fue de tipo correlacional de carácter cuantitativa no experimental, la población de estudio fue conformados por 100 gerentes generales de las empresas industriales manufactureras del Callao. La investigación tuvo como conclusión que los conocimientos tributarios tienen relación significativa con la cultura de las empresas, por lo tanto, se tiene la percepción desfavorable frente al cumplimiento tributario sobre todo en el impuesto general a las ventas como también en el impuesto a la renta.

Suarez (2019), en su tesis titulada "La cultura tributaria y su relación con la rentabilidad de la empresa representaciones "el nogal" E.I.R.L. de Huaraz, 2018" el objetivo fue: determinar la cultura tributaria y su relación con la rentabilidad de la empresa representaciones "El Nogal" E.I.R.L". la investigación fue de tipo cuantitativo y de nivel correlacional no experimental, transversal. contó con una población de 45 directivos, la técnica que se usó fue la encuesta. Llegaron a la conclusión de que la cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa El Nogal.

Espinoza (2019), en su tesis titulada "Cultura tributaria y la rentabilidad, en el Mercado Modelo, Distrito de Barranca, 2019". El objetivo principal fue: Delimitar el grado de relación entre cultura tributaria y las ganancias en el

mercado Modelo del distrito de Barranca. El método aplicado en este trabajo fue: investigación básica de nivel correlacional y diseño no experimental transversal. Se concluyó que existe una relación bastante importante entre las dos variables y finalmente se concluyó que el nivel de cultura tributaria de los empresarios del mercado modelo es escaso ya que se pudo evidenciar que solo el 16.7% de los encuestados tienen un buen nivel de conocimiento tributario.

Francia (2018), en su investigación titulada “La Evasión Tributaria y su Efecto en la Rentabilidad de los Restaurantes del Distrito de Salaverry, Trujillo año 2017”. El autor propuso como objetivo general: definir el impacto de la evasión tributaria en la rentabilidad de los restaurantes del distrito de Salaverry, Trujillo. Diseño del estudio fue no experimental transversal, descriptivo, la investigación estuvo conformada por una población de 18 empresas, se llegó a la conclusión de que la mayoría de los emprendedores no emiten comprobantes por las ventas realizadas y esto afecta en gran medida la recaudación de ellos tributos.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Cultura tributaria

Armas & Colmenares (2009) definieron La cultura tributaria como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes que comparten los miembros de una corporación, sociedad respecto a la tributación y el respeto a las leyes que la rigen, que conducen al comportamiento tributario. Esto se manifiesta en el cumplimiento a largo plazo de las obligaciones tributarias con racionalidad, confianza y afirmación de los valores morales personales, respeto a la ley, responsabilidad cívica y solidaridad social de los contribuyentes y autoridades tributarias. (p.148)

Maldonado, Largo, Torres & Moreno (2017) mencionan que el cumplimiento voluntario se define generalmente como la declaración precisa y oportuna de las obligaciones tributarias de acuerdo con las regulaciones tributarias. (p.46).

Por otro lado, Moreira (2018) mencionó que:

La cultura tributaria es un conjunto de acciones y procedimientos orientadas a la construcción del conocimiento y la sensibilización sobre las obligaciones y derechos que tienen las personas como contribuyentes pertenecientes a un determinado grupo social, en las que se refuerzan valores y actitudes para el adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias, conduciendo a la bien de la sociedad. (p.10).

Amasifuen (2015) La cultura tributaria se identifica por la voluntad de los contribuyentes de cumplir con sus obligaciones tributarias y no necesariamente con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación o por el temor a las sanciones y multas.



Figura1: Cultura tributaria

2.3.2. Rentabilidad

La creación de todo negocio tiene como objetivo generar ingresos, utilidad, ganancias ya sea a mediano o largo plazo, al respecto Sánchez (2002) nos indica que la rentabilidad se aplica en todos los hechos económicos financieros y de esa manera poder conocer el resultado de todo lo que se ha invertido en un periodo determinado.

Contreras & Díaz (2015) define la rentabilidad como la diferencia que resulta entre los ingresos y gastos durante un periodo, o de otra manera se puede decir que es el retorno de la inversión, siendo este la utilidad que reflejara en el estado de resultados.

Definimos 2 tipos de rentabilidad, estos son:



Rentabilidad Económica (RE)

Gironella (2005) señaló que la rentabilidad económica es e el indicador que permite conocer las ganancias, beneficios, utilidad que obtiene una compañía a partir de los capitales invertidos, este viene a ser el resultado de la relación entre el beneficio obtenido sin antes haber restado los intereses y los impuestos (beneficio bruto).

$$RE = \frac{\text{BENEFICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

Rentabilidad Financiera (RF)

Gironella (2005) define como rentabilidad financiera a la relación que existe entre el beneficio neto y el patrimonio neto también conocidos como recursos propios de la compañía, y para ello se utiliza los beneficios netos habiendo descontado los intereses, gastos e impuestos.

$$RF = \frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{PATRIMONIO NETO}}$$

III. MÉTODOLÓGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de Investigación

En este trabajo se empleó el modelo de investigación de tipo básica, debido a que las variables fueron cultura tributaria y rentabilidad y se tratarán de manera teórica.

Baena (2014) señala que él es también conocido como investigación no adulterada, busca facilitar mayor información del entorno con los datos ya existentes y así poder aumentar el conocimiento (p.11).

Nivel:

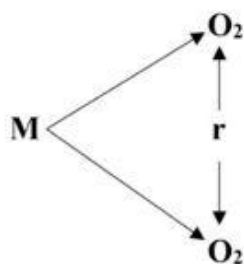
La presente investigación es Descriptivo – correlacional.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) explica que la finalidad del estudio correlacional es evaluar y determinar el nivel de relación que existe entre las variables que serán empleadas en un determinado contexto (p.148).

Diseño de Investigación

El diseño a utilizar es no experimental ya que mediante este método se podrá verificar que vinculo mantienen las variables y además estas no serán manipuladas.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) Explican que en el diseño no experimental el estudio se realizará sin manipular las variables, en su lugar se observaran los fenómenos en su entorno y finalmente proceder a analizarlos. (p.149)



Donde:

- M = Muestra
- O₁ = Observación de la variable 1.
- O₂ = Observación de la variable 2.
- r = Correlación entre dichas variables.

3.2. Variable y operacionalización

Variable 1: Cultura tributaria

Se define como el conjunto de valores, creencias, actitudes y el grado de conciencia que posee las personas de una sociedad frente al cumplimiento las obligaciones que demandan las leyes tributarias. (Amasifuen, 2015)

Dimensiones:

1. Conciencia tributaria
2. Cumplimiento tributario
3. Orientación tributaria

Indicadores:

1. Valores personales
2. Voluntad
3. Cumplimiento con las normas
4. Obligaciones tributaries
5. Sanciones tributaries
6. Beneficios tributaries
7. Charlas informativas

8. Asesoría tributaria
9. Implementación de cursos tributarios

Variable 2: Rentabilidad

Se define como el indicador económico financiero que mide el resultado empresarial que puede ser positivo o negativo de un determinado periodo, también evalúa la capacidad de la empresa de poder generar un excedente a partir de cualquier tipo de actividad económica (Daza, 2016).

Dimensiones

1. Ingresos
2. Egresos
3. Talento humano

Indicadores

1. Ventas al contado
2. Ventas con boleta o factura
3. Cumplimiento oportuno
4. Gastos administrativos
5. Gastos operativos
6. Control de gastos
7. Objetivos
8. Motivación
9. Recursos

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

Para López (2004) La población es el conjunto de individuos que poseen alguna característica en común a los que se desea investigar y conocer (p.70).

La población estuvo conformada por 600 puestos ya que debido a la pandemia solo se encuentran activos un 60% del total.

3.3.2. Muestra

La muestra que se empleó en este trabajo de investigación estuvo formada por 48 comerciantes del mercado mayorista Productores de Santa Anita durante el periodo 2021, a los cuales se les va encuestar con un cuestionario de 18 preguntas.

Para Carrillo (2015) la muestra se define como el subconjunto de universo, para mayor exactitud se deberá definir algunas características (p.7).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

Para Alvira (2011) La encuesta es un instrumento que permite obtener información estructurado y que la información que se desea obtener debe estar estructurada de acuerdo a la población u objeto de estudio (p.14).

3.4.2. Instrumento

El instrumento utilizado será el cuestionario.
Meneses (2017) explica que el cuestionario es el instrumento que sirve para recolectar datos para el desarrollo de una investigación (p.9).

3.4.3. Procedimientos

El procedimiento para la recolección de datos se realizó de manera virtual se utilizaron la redes sociales y correo electrónico, mediante una encuesta conformado por 18 preguntas.

3.4.4. Método de análisis

Después de obtener la información a través de la utilización de los instrumentos, se realizó el análisis estadístico mediante el programa SPSS, el cual nos dio los resultados mediante gráficos y tablas para poder estudiar la relación que hay entre las dos variables.

3.4.5. Aspectos éticos

Se tendrán presente los principios éticos dado que la información presentada será clara y toda la información obtenida de los distintos autores para el desarrollo del presente trabajo se ha citado mediante la normativa APA, además de tener presente en todo momento los principios éticos como: Veracidad, objetividad, honestidad, responsabilidad y confidencialidad.

3.4.6. Validez

Según Suarez (2015) La validez es el grado en el cual el instrumento puede medir las variables del estudio y así conocer la validez del contenido. En esta investigación se contó con el juicio de 3 expertos.

Validación de expertos:

Tabla 1: Validación de expertos

Grado	Apellidos y Nombres	Resultado
Dr.	COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE	Aplicable
Dr.	ORIHUELA RIOS, NATIVIDAD CARMEN	Aplicable
Mg.	DÍAZ DÍAZ, DONATO	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

3.4.7. Confiabilidad

Hernández (2013) define la confiabilidad como un instrumento de medición que sin importar cuantas veces se aplique a la misma persona se obtendrá el mismo resultado.

Para esta investigación se utilizó el programa SPSS 25, el cual nos permitió medir el grado de confiabilidad, obteniendo un resultado de 0.715 lo que quiere decir que es un resultado aceptable.

Tabla 2: Escala de valores

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINAR LA CONFIABILIDAD	
- Coeficiente Alpha > 0.9 es excelente	FIABLE Y CONSISTENTE
- Coeficiente Alpha > 0.8 es bueno	
- Coeficiente Alpha > 0.7 es aceptable	
- Coeficiente Alpha > 0.6 es cuestionable	INCONSISTENTE,
- Coeficiente Alpha > 0.5 es pobre	INESTABLE
- Coeficiente Alpha < 0.5 es inaceptable	NO CONFIABLE

Fuente: George y Mallery (2003, p.231); Leyenda: >mayor a; <menor a.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	45	93,8
	Excluido ^a	3	6,3
	Total	48	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,715	18

IV. RESULTADOS

4.1 Frecuencias

Variable 1: Cultura tributaria

Tabla 3: ¿Cree usted que el pago de tributos depende de los valores personales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	13	27,1	27,1	27,1
	No	1	2,1	2,1	29,2
	Si	34	70,8	70,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

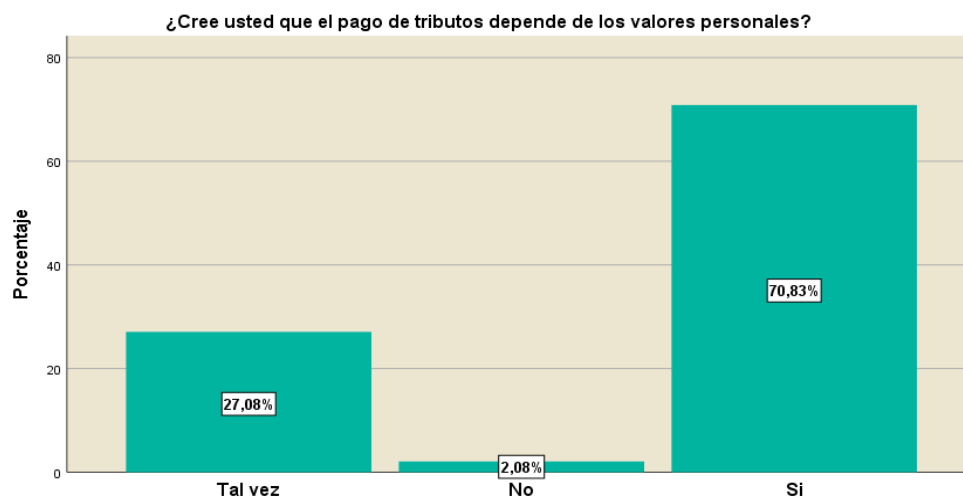


Figura 2: ítem 1

Interpretación:

Como se observa en la tabla N°3 y figura N°2, los resultados demuestran que del 100% de los encuestados del mercado mayorista Productores de Santa Anita, el 70% considera que el pago de tributos si depende de los valores personales, el 2% respondió que no depende de los valores y el 27% dijeron que tal vez.

Tabla 4: ¿Tiene usted voluntad de contribuir con el desarrollo social del país?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	10	20,8	20,8	20,8
	No	2	4,2	4,2	25,0
	Si	36	75,0	75,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

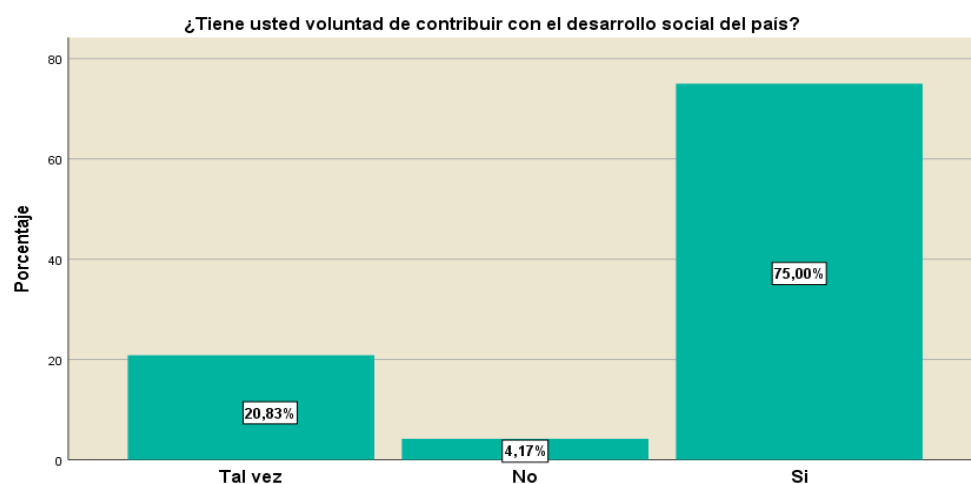


Figura 3: ítem 2

Interpretación:

De la encuesta aplicada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita, se observa que el 75% respondieron que, si tienen voluntad de contribuir con el desarrollo social del país, un 4% de comerciantes indicaron que no tienen voluntad de contribuir y el 20% respondieron que tal vez.

Tabla 5: ¿Cree usted que el cumplimiento de las normas tributarias es importante para el desarrollo del país?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	8	16,7	16,7	16,7
	No	1	2,1	2,1	18,8
	Si	39	81,3	81,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

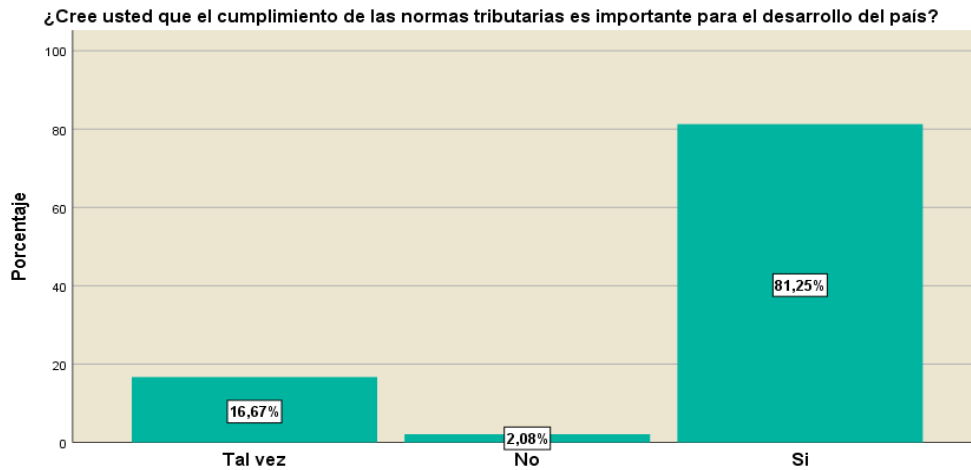


Figura 4: ítem 3

Interpretación:

Tal como se observa en la figura N°4, el 81% respondieron que el cumplimiento de las normas tributarias es muy importante para el desarrollo del país ya que esto permitía tener un país más desarrollado y por otro lado un porcentaje pequeño de 2% están en desacuerdo.

Tabla 6: ¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	11	22,9	22,9	22,9
	No	1	2,1	2,1	25,0
	Si	36	75,0	75,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

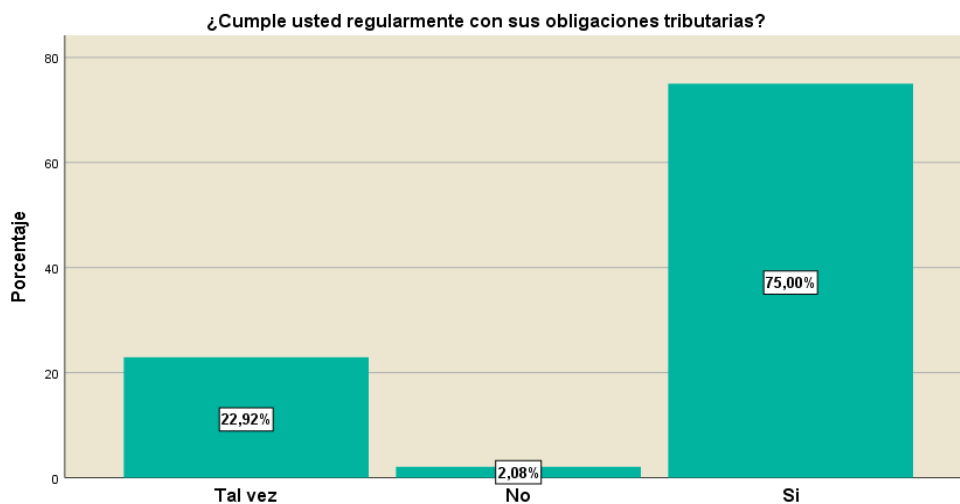


Figura 5: ítem 4

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita se obtuvo que el 75% de los encuestados indicaron que, si cumplen regularmente con el pago de sus tributos, el 22% respondió que tal vez, sin embargo, un 2% respondió que no.

Tabla 7: ¿Tiene usted conocimiento sobre las sanciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	14	29,2	29,2	29,2
	No	7	14,6	14,6	43,8
	Si	27	56,3	56,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

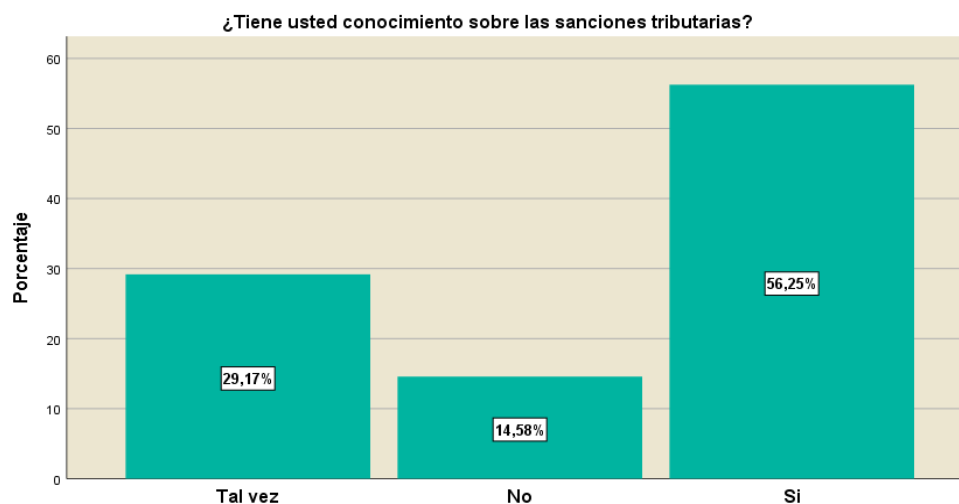


Figura 6: ítem 5

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita, el 56% respondió que, si tienen conocimiento sobre las sanciones tributarios, el 14% respondió que no tiene conocimiento y el 29% se sintieron indecisos respecto a esta pregunta.

Tabla 8: ¿Tiene usted conocimiento sobre los beneficios tributarios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	13	27,1	27,1	27,1
	No	19	39,6	39,6	66,7
	Si	16	33,3	33,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

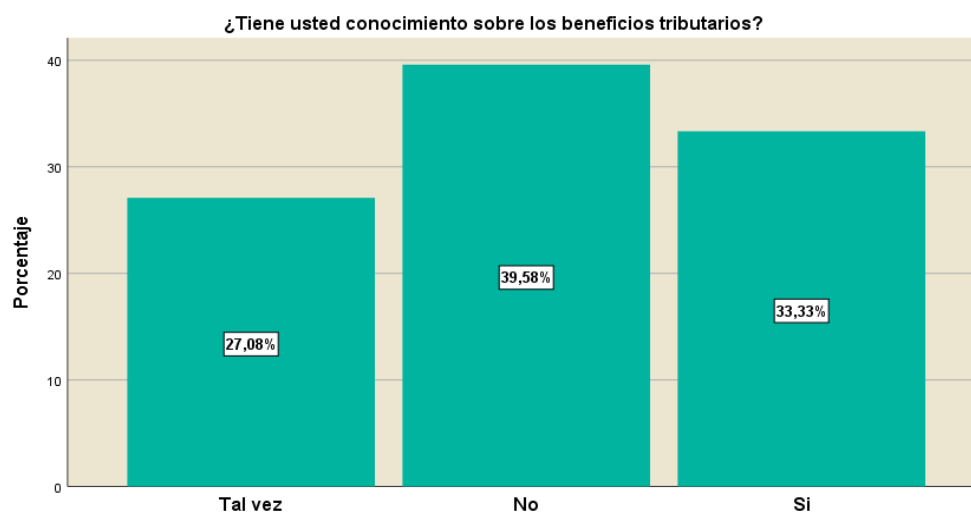


Figura 7: ítem 6

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores se obtuvo el siguiente resultado, el 33% contestaron que, si tienen conocimiento acerca de los beneficios tributarios, el 39% contestaron que no y el 27% respondieron que tal vez.

Tabla 9: ¿Considera usted que las charlas informativas son importantes para su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	8	16,7	16,7	16,7
	Si	40	83,3	83,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

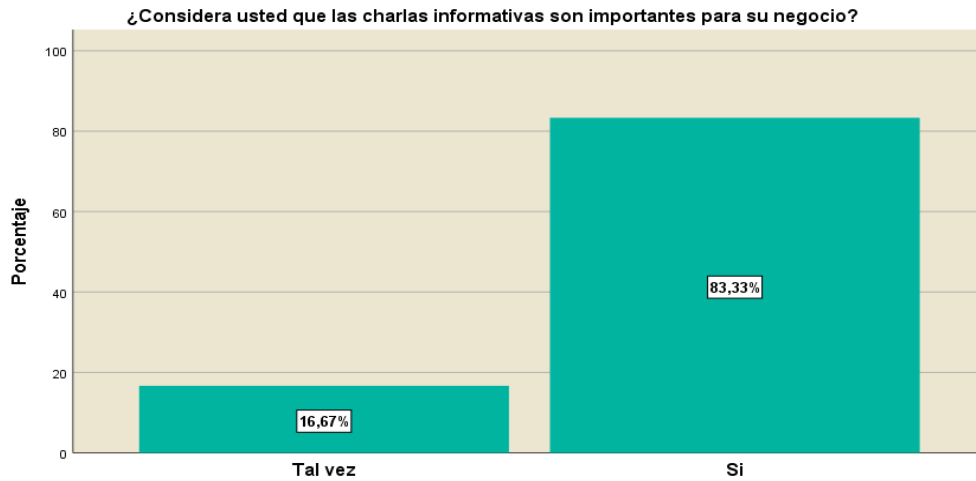


Figura 8: ítem 7

Interpretación:

E 83% de las personas encuestadas indicaron que sería muy importante para su negocio recibir charlas sobre cultura tributaria y rentabilidad, y el 16% dijeron que tal vez.

Tabla 10: ¿Considera usted que asesoría tributaria mejoraría la rentabilidad de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	9	18,8	19,1	19,1
	No	1	2,1	2,1	21,3
	Si	37	77,1	78,7	100,0
	Total	47	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,1		
Total		48	100,0		

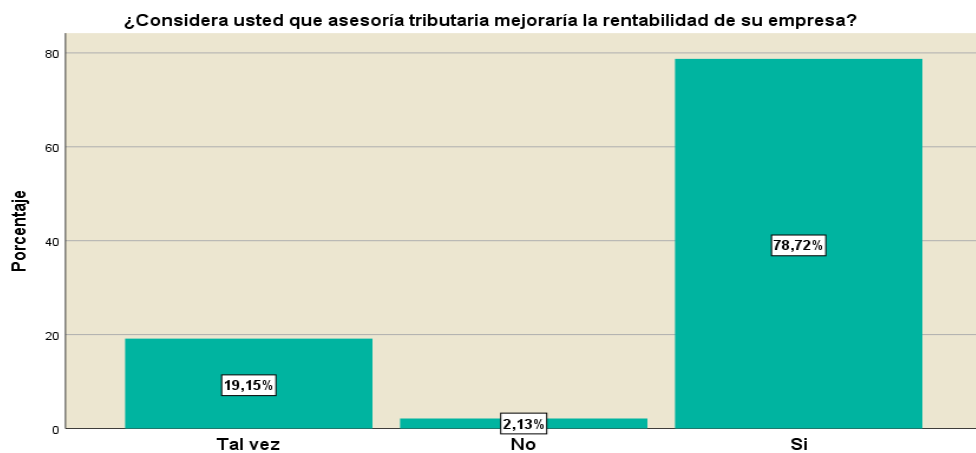


Figura 9: ítem 8

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita se observa que el 78% respondió que les gustaría recibir una asesoría tributaria para poder mejorar la rentabilidad de su empresa, el 19% se encontraban indecisos y un pequeño porcentaje de 2% no están interesados en ninguna asesoría.

Tabla 11: ¿Cree usted beneficioso implementar cursos tributarios en los colegios para concientizar a los jóvenes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	3	6,3	6,3	6,3
	Si	45	93,8	93,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

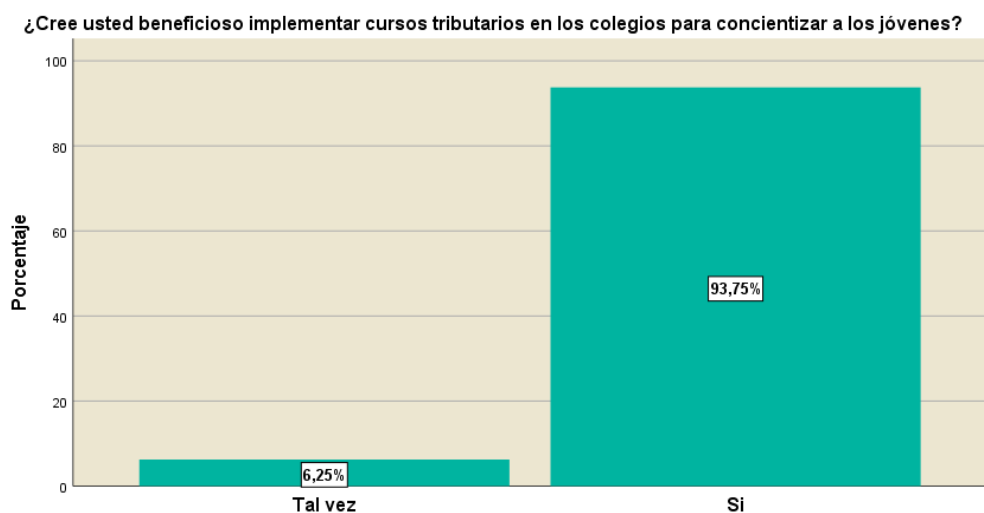


Figura 10: ítem 9

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 93% respondió que implementar cursos tributarios en los colegios sería de mucha utilidad, por otro lado, un 6% se mostraron indecisos.

Variable 2: Rentabilidad

Tabla 12: ¿Considera usted que las ventas al contado es la mejor opción para incrementar sus ingresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	7	14,6	14,6	14,6
	Si	41	85,4	85,4	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

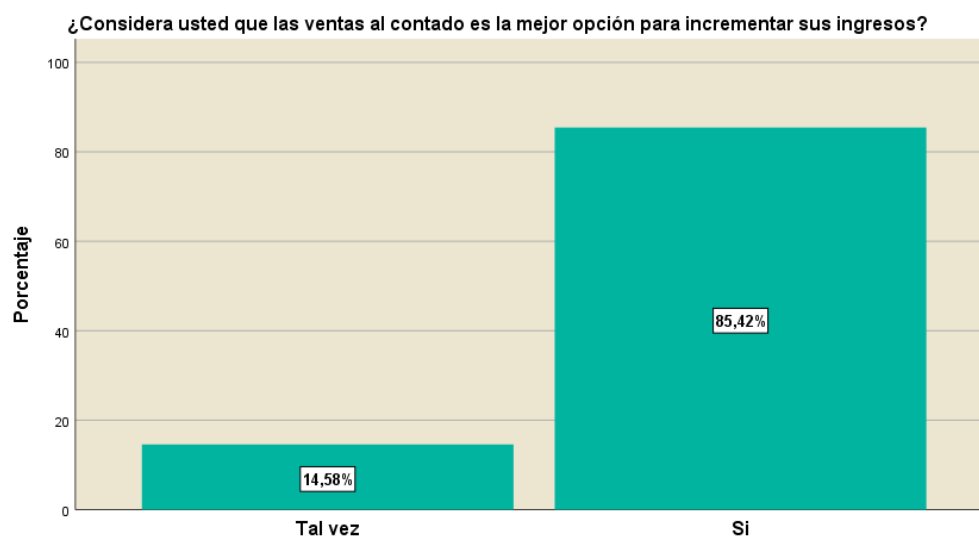


Figura 11: ítem 10

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 85% contestaron que las ventas al contado son la mejor opción para incrementar sus ingresos, y el 14% respondieron de forma indecisa.

Tabla 13: ¿Cree usted que vender con factura o boleta le ayudan a tener un mejor control de sus ingresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	8	16,7	16,7	16,7
	Si	40	83,3	83,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

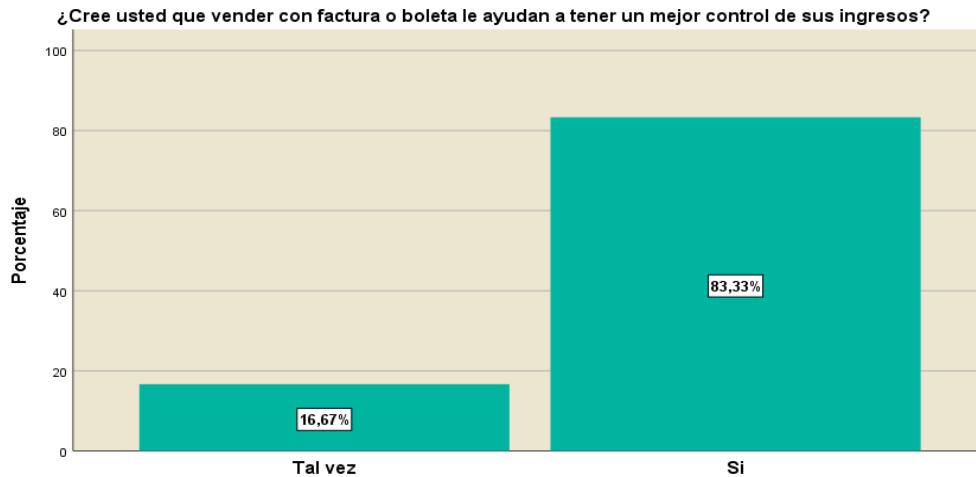


Figura 12: ítem 11

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 83% respondió que vender con boletas o facturas es muy importante y le permitiría tener un control sobre sus ingresos, el 16% respondió de forma indecisa.

Tabla 14: ¿Considera usted que el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarios es importante para no afectar sus ingresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	6	12,5	12,5	12,5
	Si	42	87,5	87,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

¿Considera usted que el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarios es importante para no afectar sus ingresos?

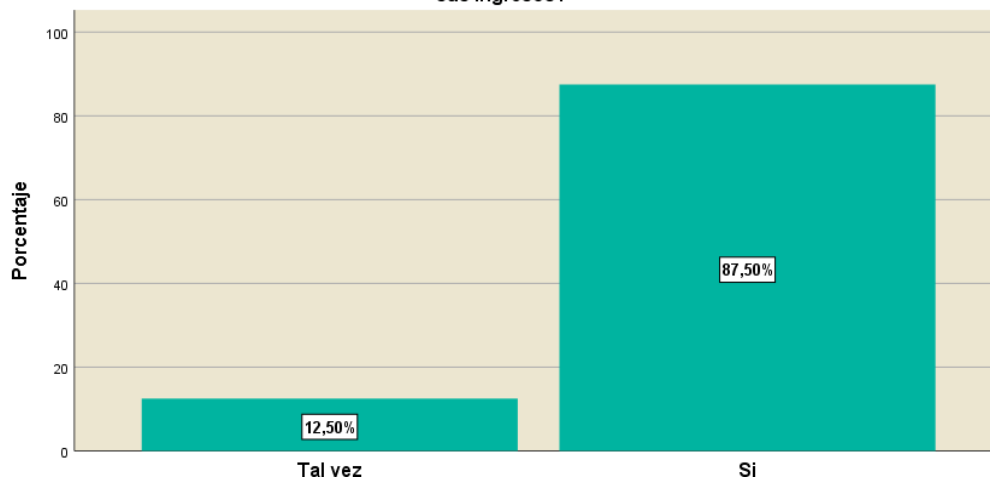


Figura 13: ítem 12

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 87% respondió que cumplir con las obligaciones tributarias es muy importante para no afectar sus ingresos, y por otro lado un 12% se mostraron indecisos.

Tabla 15: ¿Considera que los gastos administrativos son necesarios para obtener una buena rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	7	14,6	14,6	14,6
	No	2	4,2	4,2	18,8
	Si	39	81,3	81,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

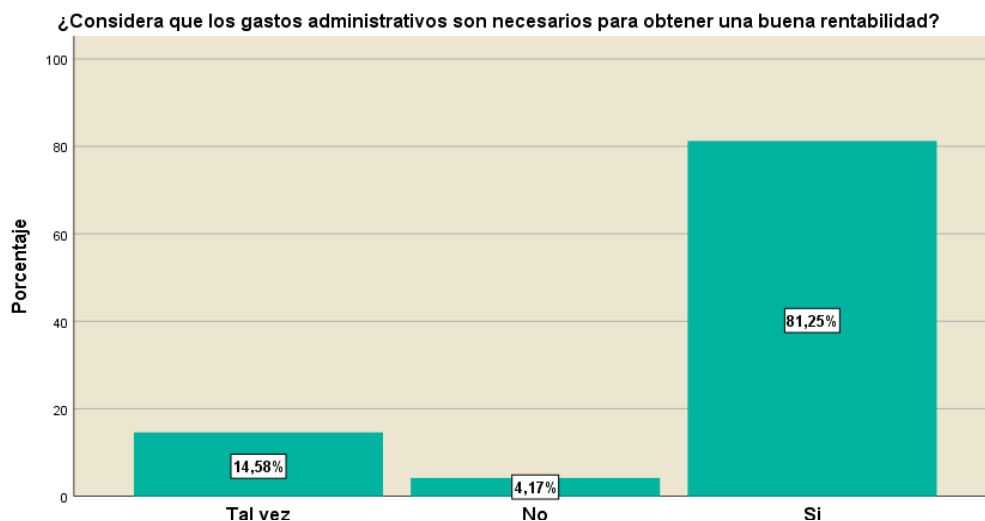


Figura 14: ítem 13

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 81% contestaron que los gastos administrativos son completamente necesarios para obtener una buena rentabilidad, el 14% se mostraron indecisos y por otro lado un 4% respondió que no son necesarios.

Tabla 16: ¿Cree usted que los gastos operativos influyen en su rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	15	31,3	31,3	31,3
	Si	33	68,8	68,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

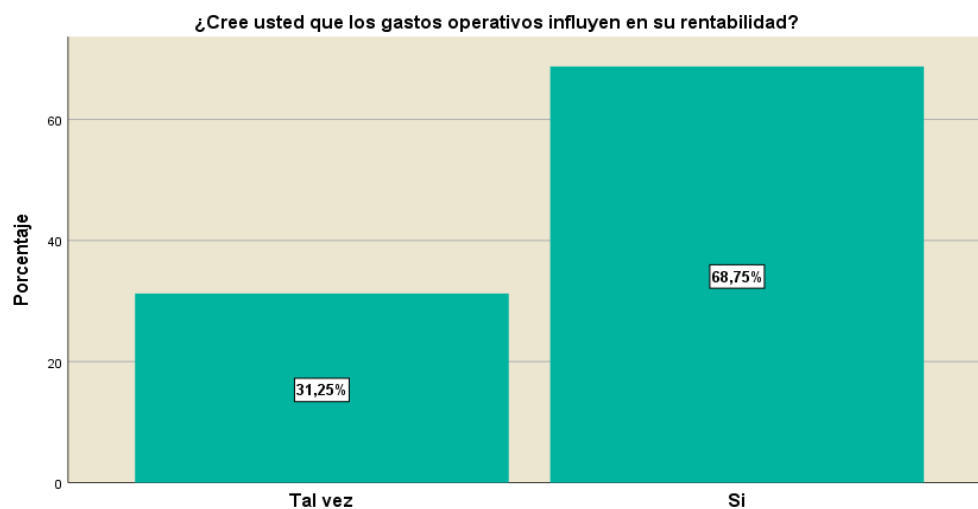


Figura 15: ítem 14

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 68% respondieron que los gastos operativos si influyen en la rentabilidad de su empresa, y el 31% se mostraron un poco indeciso.

Tabla 17: ¿Cree usted que un buen control de gastos ayudaría a mejorar la rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	5	10,4	10,4	10,4
	Si	43	89,6	89,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

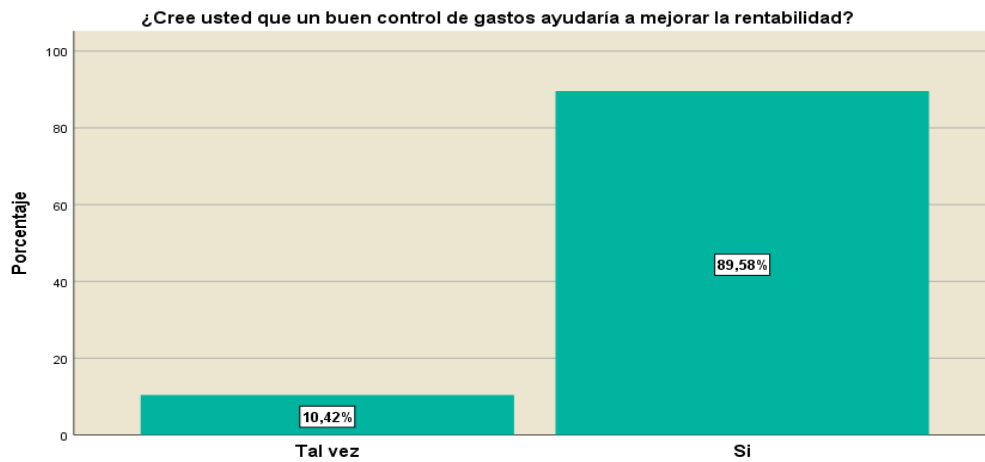


Figura 16: ítem 15

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 89% indicaron que un buen control de gastos sería de mucha utilidad para mejorar la rentabilidad, y el 10% se mostraron indecisos respecto a la pregunta.

Tabla 18: ¿Considera que los trabajadores están cumpliendo con los objetivos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	14	29,2	30,4	30,4
	No	4	8,3	8,7	39,1
	Si	28	58,3	60,9	100,0
	Total	46	95,8	100,0	
Perdidos	Sistema	2	4,2		
Total		48	100,0		

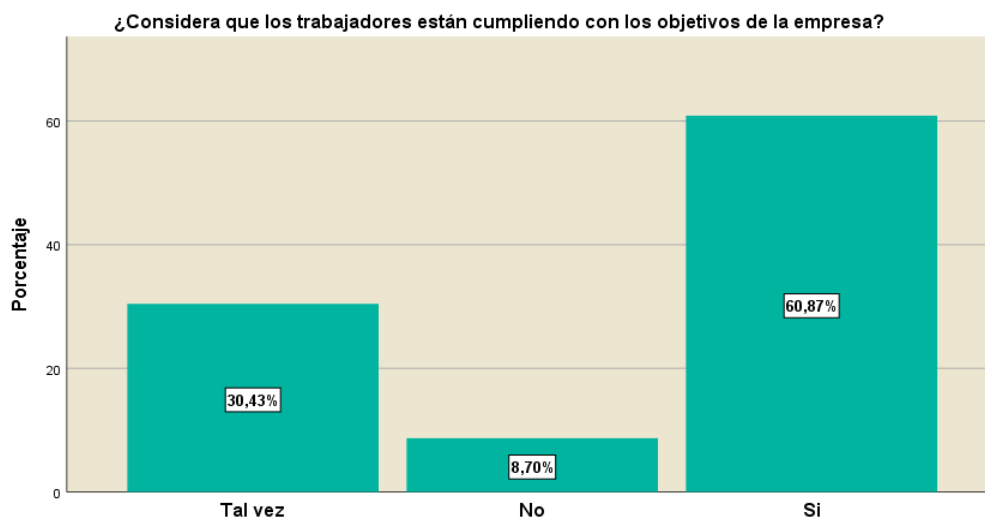


Figura 17: ítem 16

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 60% respondieron que los trabajadores si están cumpliendo con los objetivos de la empresa, mientras que el 30% se muestran indecisos sobre el tema, un pequeño porcentaje de 8% respondió que no.

Tabla 19: ¿Motiva a su personal para llegar a cumplir los objetivos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	19	39,6	39,6	39,6
	No	6	12,5	12,5	52,1
	Si	23	47,9	47,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

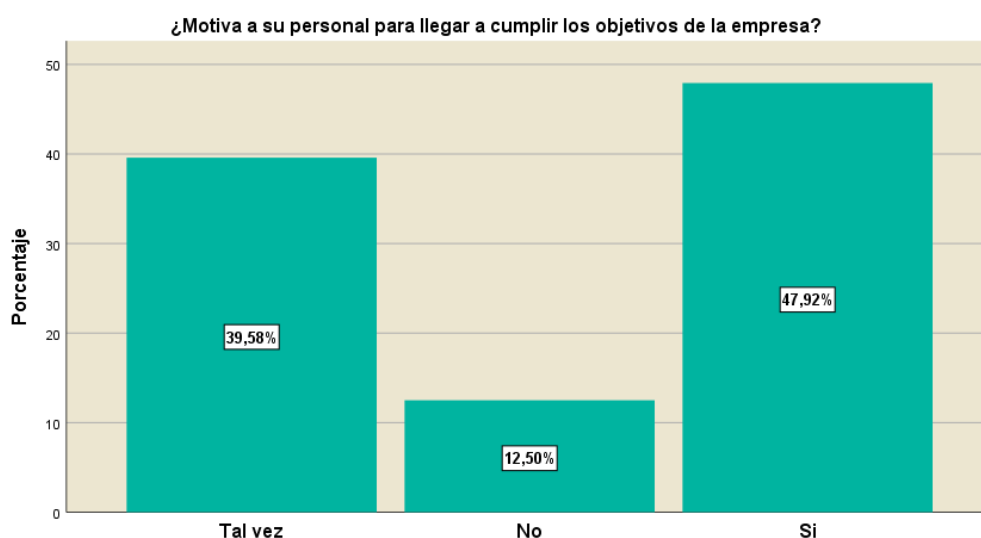


Figura 18: ítem 17

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 47% de los comerciantes contestaron que, si motiva a su personal para que puedan cumplir con los objetivos de la empresa, mientras que el 39% respondieron de forma indecisa y un 12% dijeron que no.

Tabla 20: ¿Los trabajadores cuentan con los recursos necesarios para realizar sus funciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tal vez	21	43,8	43,8	43,8
	No	6	12,5	12,5	56,3
	Si	21	43,8	43,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	



Figura 19: ítem 18

Interpretación:

De la encuesta realizada a los comerciantes del mercado Productores de Santa Anita el 43% respondió que los trabajadores de su empresa si cuenta con todos los recursos necesarios para desarrollar sus funciones asignadas, el 43% se mostraron indecisos respecto al tema y solo un 12% dijeron que no cuenta con los recursos necesarios.

V. DISCUSIÓN

Los resultados nos muestran que en la tabla 5 respecto a la importancia del cumplimiento de las normas tributarias para el desarrollo del país, el 81% considera que si es muy importante y un pequeño porcentaje del 2% consideraron que no son importantes, este resultados se respaldan con la investigación realizada por Amasifuen (2015) quien indica que la cultura tributaria es un conjunto de acciones y comportamientos de una sociedad que asume con responsabilidad sus deberes y obligaciones tributarias.

De los resultados obtenidos en la tabla 7 y 8 sobre el conocimiento de las sanciones y beneficios señalaron que no tienen mucho conocimiento acerca de estos sin embargo en la tabla 9, un 78% de los encuestados indicaron que les gustaría recibir asesoría tributaria, lo que nos conlleva a afirmar la hipótesis general, sobre la cultura tributaria se relaciona fuertemente con la rentabilidad del mercado Productores de Santa Anita ya que uno de los mayores problemas de los comerciantes es que no entregan comprobante ya sea factura o boleta por las ventas realizadas, al respecto Quispe (2017) manifiesta la implementación de un sistema de emisión de comprobantes es un mecanismo de control que permitirá avanzar en el proceso de modernización.

Por lo tanto, estos resultados nos demuestran que las empresas necesitan implementar un control interno con la finalidad de tener mayor efectividad sobre las actividades relacionados con las operaciones tributarias y contables.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye que la cultura tributaria es un tema al cual los comerciantes no le dan la importancia debida, evidenciando poco conocimiento sobre las infracciones a los cuales están predispuestos y las sanciones que la SUNAT les podría aplicar por estas infracciones. Por lo tanto, es muy importante que la educación tributaria se implemente desde una edad temprana y de esta manera formar ciudadanos con conciencia tributaria que sean responsables de sus obligaciones.
2. Se concluye que existe una relación entre el conocimiento tributario y la rentabilidad, ya que según la encuesta realizada a los comerciantes del mercado mayorista de productores el 78% de los encuestados indicaron que recibir información y asesorías tributarias oportunamente, les sería de mucha utilidad para mejorar la rentabilidad y así mismo mejorar la recaudación de los impuestos.
3. Se concluye que el bajo nivel de cultura tributaria y la falta de concientización en los comerciantes del mercado mayorista de Productores influye negativamente respecto al cumplimiento oportuno de los pago de sus impuestos, esto también se debe a la desconfianza que tienen sobre el uso del dinero recaudado ya que en su gran mayoría los contribuyentes tienen una percepción negativa sobre la uso y distribución de los recursos recaudados, por ellos el estado debe ganarse la confianza de que al dinero recaudado se le va dar un uso adecuado y justo.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para los comerciantes del mercado Mayorista Productores de Santa Anita son:

1. Implementar un sistema informático que facilite la emisión de comprobantes y así implementar estrategias para contabilizar sus ingresos.
2. Se recomienda poner mayor énfasis en la capacitación hacia ellos mismos, participando en los cursos y charlas que brinda la SUNAT.
3. Elaborar estrategias que permitan mejorar la comunicación y difusión de las obligaciones y sanciones tributarias, también es muy importante que conozcan los beneficios tributarios ya que esto podría incentivarlos en el pago de impuestos.

REFERENCIAS

- Arellano et al. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. Recuperado de <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>
- Amaro, K. (2017). Sistema de emisión de comprobantes de pago electrónicos en el proceso de facturación de Contasis sac. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12894/3360>
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. Recuperado de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Alvira, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. Recuperado de <https://acortar.link/NWD1ev>
- Armas, M. & Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Baena, V. (2014). La mirada autobiográfica como espacio interdisciplinar en la investigación social. Recuperado de <https://methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/49>
- Carrillo, A. (2015). Población y muestra. recuperado de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>

Cabrera, P., Narváez, C. & Erazo, J. (2020). Análisis de la cultura tributaria de los consumidores y comerciantes de productos cárnicos en el cantón Santa Isabel, provincia del Azuay. Dominio de las Ciencias. 6(1). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/7351793>

Cepal (2019). Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/comunicados/ingresos-tributarios-america-latina-caribe-aumentaron-modestamente-previo-ser-impactados>

Cepal (2021). Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46808/1/S2100170_es.pdf

Contreras, N. & Díaz, E. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. Recuperado de <https://doi.org/10.17162/rivc.v2i1.824>

Daza, J. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v61n2/0186-1042-cya-61-02-00266.pdf>

De la torre, Miguél, y Padilla, (2019). La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12494/16533>

Espinoza, F. (2019). Cultura tributaria y la rentabilidad, en el Mercado Modelo, Distrito de Barranca, 2019. Recuperado de <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/12640>

Francia, C. (2018). La Evasión Tributaria y su Efecto en la Rentabilidad de los Restaurantes del Distrito de Salaverry, Trujillo año 201. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24185>

Gestión (2020). El 2020 se recaudaron S/17,634 millones menos por paralización económica. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sunat-mef-el-2020-se-recaudaron-s-17634-millones-menos-por-paralizacion-economica-noticia/?ref=gesr>

Gironella, E. (2005). El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. Recuperado de https://accid.org/wp-content/uploads/2018/09/analisis_castellano_071-091.pdf

Hernandez, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de <https://acortar.link/I03so>

López, P. (2004). Población muestra y muestreo. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext

Matus, C. & Campos, M. (2017). Análisis de la cultura cívico-tributaria de los estudiantes que cursan cuarto medio en establecimientos públicos de la comuna de San Carlos. Recuperado de <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/handle/123456789/2561>

Maldonado, M., Largo, N., Torres, D. & Moreno, Y. (2017). Cultura tributaria de las Mipymes y su incidencia en el contexto socio-económico ecuatoriano. Recuperado de <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/521>

Meneses, J. (2016). El cuestionario. Recuperado de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/>

Monterrey, M. (2019). Relación entre el conocimiento tributario y la cultura tributaria en gerentes generales de empresas industriales manufactureras del callao 2019. Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9677>

Moreira, H. (2018). La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Sociedad Abastecedora del Mercado Central de Jipijapa. Ecuador: Universidad Estatal del Sur de Manabí.

Muñoz, A. & Zárate, J. (2018). Evaluación del nivel de cultura tributaria de los comerciantes minoristas en el cantón Bucay, provincia del Guayas. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10191>

Ruiz, J. (2017) La Cultura Tributaria Y La Gestión Municipal. Quipukamayoc, Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/13992>

Suarez (2019). La cultura tributaria y su relación con la rentabilidad de la empresa representaciones “el nogal” E.I.R.L. de Huaraz, 2018. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19215>

Shiguiyama, V. (2017). Sunat: ¿Cuánto suma la evasión tributaria en el Perú?
Recuperado de <https://archivo.gestion.pe/economia/sunat-cuanto-suma-evasion-tributaria-peru-2200599>

Vera, L. (2020). Cultura tributaria para un Perú más justo y solidario. Recuperado de <https://cultura.sunat.gob.pe/noticias/cultura-tributaria-para-un-peru-mas-justo-y-solidario>

ANEXOS

ANEXO 1: DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD (AUTOR)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, LAZARO SOTIL YRINA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "CULTURA TRIBUTARIA Y LA RENTABILIDAD EN EL MERCADO PRODUCTORES DE SANTA ANITA 2021", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
YRINA LAZARO SOTIL DNI: 45979930 ORCID 0000-0002-0590-0740	Firmado digitalmente por: YLAZAROS el 15-12-2021 01:34:14

Código documento Trilce: TRI - 0227533

ANEXO 2: DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD (ASESOR)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "CULTURA TRIBUTARIA Y LA RENTABILIDAD EN EL MERCADO PRODUCTORES DE SANTA ANITA 2021", cuyo autor es LAZARO SOTIL YRINA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 15 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE DNI: 09925834 ORCID 0000-0002-1727-9883	Firmado digitalmente por: PCOSTILLACA el 18-12- 2021 07:49:36

Código documento Trilce: TRI - 0227532

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Teoría	Dimensiones	Indicadores	Niveles o Rangos
V1 Cultura Tributaria	Se define como el conjunto de valores, creencias, actitudes y el grado de conciencia que posee las personas de una sociedad frente al cumplimiento las obligaciones que demandan las leyes tributarias. (Amasifuen, 2015)	Conciencia tributaria	<ul style="list-style-type: none"> Valores personales Voluntad Cumplimiento con las normas 	3=Sí, 2=No, 1=Tal Vez
		Cumplimiento tributario	<ul style="list-style-type: none"> Obligaciones tributaries Sanciones tributaries Beneficios tributarios 	
		Orientación tributaria	<ul style="list-style-type: none"> Charlas informativas Asesoría tributaria Implementación de cursos tributarios 	
V2 Rentabilidad	Se define como el indicador económico financiero que mide el resultado empresarial que puede ser positivo o negativo de un determinado periodo, también evalúa la capacidad de la empresa de poder generar un excedente a partir de cualquier tipo de actividad económica. (Daza, 2016)	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Ventas al contado Ventas con boleta o factura Cumplimiento oportuno 	3=Sí, 2=No, 1=Tal Vez
		Egresos	<ul style="list-style-type: none"> Gastos administrativos Gastos operativos Control de gastos 	
		Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> Objetivos Motivación Recursos 	

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		Si	No	Si	No	Si	No
	DIMENSIÓN 1						
1	¿Creé usted que el pago de tributos depende de los valores personales?						
2	¿Tiene usted voluntad de contribuir con el desarrollo social del país?						
3	¿Cree usted que el cumplimiento de las normas tributarias es importante para el desarrollo del país?						
	DIMENSIÓN 2	Si	No	Si	No	Si	No
4	¿Cumple usted regularmente con sus obligaciones tributarias?						
5	¿Tiene usted conocimiento sobre las sanciones tributarias?						
6	¿Tiene usted conocimiento sobre los beneficios tributarios?						
	DIMENSIÓN 3	Si	No	Si	No	Si	No
7	¿Considera usted que las charlas informativas son importantes para su negocio?						
8	¿Considera usted que asesoría tributaria mejoraría la rentabilidad de su empresa?						
9	¿Cree usted beneficioso implementar cursos tributarios en los colegios para concientizar a los jóvenes?						
	DIMENSIÓN 4	Si	No	Si	No	Si	No
10	¿Considera usted que las ventas al contado es la mejor opción para incrementar sus ingresos?						
11	¿Cree usted que vender con factura o boleta le ayudan a tener un mejor control de sus ingresos?						
12	¿Considera usted que el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarios es importante para no afectar sus ingresos?						
	DIMENSIÓN 5	Si	No	Si	No	Si	No
13	¿Considera que los gastos administrativos son necesarios para obtener una buena rentabilidad?						
14	¿Cree usted que los gastos operativos influyen positivamente en su rentabilidad?						
15	¿Cree usted que un buen control de gastos ayudaría a mejorar la rentabilidad?						
	DIMENSIÓN 6	Si	No	Si	No	Si	No
16	¿Considera que los trabajadores están cumpliendo con los objetivos de la empresa?						
17	¿Motiva a su personal para que cumplan con los objetivos de la empresa?						
18	¿Los trabajadores cuentan con los recursos necesarios para realizar sus funciones?						

ANEXO 3



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE RENTABILIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 4								
1	¿Considera usted que las ventas al contado es la mejor opción para incrementar sus ingresos?	X		X		X		
2	¿Cree usted que vender con factura o boleta le ayudan a tener un mejor control de sus ingresos?	X		X		X		
3	¿Considera usted que el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias es importante para no afectar sus ingresos?	X		X		X		
DIMENSIÓN 5								
4	¿Considera que los gastos administrativos son necesarios para obtener una buena rentabilidad?	X		X		X		
5	¿Cree usted que los gastos operativos influyen positivamente en su rentabilidad?	X		X		X		
6	¿Cree usted que un buen control de gastos ayudaría a mejorar la rentabilidad?	X		X		X		
DIMENSIÓN 6								
7	¿Considera que los trabajadores están cumpliendo con los objetivos de la empresa?	X		X		X		
8	¿Motiva a su personal para que cumplan con los objetivos de la empresa?	X		X		X		
9	¿Los trabajadores cuentan con los recursos necesarios para realizar sus funciones?	X		X		X		

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. DR. CPC ORIHUELA RIOS, NATIVIDAD C.

DNI: 07902319

Especialidad del validador: CONTADOR PUBLICO, DOCTOR EN ADMINISTRACION

11 de julio del 2021

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

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

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

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

FIRMADO

Firma del Experto Informante.