



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de
Comerciantes la Unión de Ilo, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORA:

Chana Garcia, Elizabeth Hilaria (orcid.org/0000-0002-8798-3227)

ASESORA:

Dra. García Clavo, Nila (orcid.org/0000-0002-9043-3883)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, por conservarme con salud y por sus bendiciones en todo el transcurso de mi vida.

A mis padres, Víctor Chana Gonza y Betizabel Garcia Llayqui por su apoyo incondicional, quienes me motivan a que pueda alcanzar con mis metas personales y de crecimiento profesional.

Elizabeth Chana

Agradecimiento

A mi mamá, quien siempre me motiva y apoya a que logre todas mis metas profesionales.

A mi asesora por su guía y consejos durante toda la presente investigación.

Elizabeth Chana

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación	15
3.2 Variables y operacionalización	15
3.3 Población, muestra y muestreo	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5 Procedimientos.....	17
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	28
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1	Resultados de la variable independiente Cultura Tributaria.....	19
Tabla 2	Resultados de la dimensión conocimiento tributario	20
Tabla 3	Resultados de la dimensión Conciencia Tributaria	21
Tabla 4	Resultados de la variable dependiente Desarrollo Empresarial	22
Tabla 5	Resultados de la dimensión Creatividad	23
Tabla 6	Resultados de la dimensión Innovación.....	24
Tabla 7	Resultados de la variable Cultura Tributaria y Desarrollo Empresarial ...	25
Tabla 8	Correlación entre Cultura Tributaria y Desarrollo Empresarial	26

Índice de figuras

Figura 1 Resultados de la variable independiente Cultura Tributaria	19
Figura 2 Resultados de la dimensión Conocimiento Tributario.....	20
Figura 3 Resultados de la dimensión Conciencia Tributaria.....	21
Figura 4 Resultados de la variable dependiente Desarrollo Empresarial	22
Figura 5 Resultados de la variable dimensión Creatividad.....	23
Figura 6 Resultados de la variable dimensión Innovación.....	24
Figura 7 Interpretación del Coeficiente de correlación de Spearman.....	25

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo; la metodología empleada fue de tipo básica, de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional, con una población de 113 y una muestra de 99 comerciantes; el tipo de instrumento que se utilizó fue el cuestionario. Los resultados de la investigación fueron que el nivel bajo tiene mayor participación en comparación a los otros niveles, con un valor de 16.2%, el nivel medio de 10.1% y el nivel alto con un 6.1%, asimismo se evidenció que la cultura tributaria es baja en un 44,4%, un nivel medio en un 28,3% y alta en un 26,26%; finalmente el nivel de desarrollo empresarial es bajo en un 38,4%, medio en un 34,3% y alto en 27,3%; del mismo modo existe una correlación positiva y significativa entre las variables cultura tributaria y desarrollo empresarial. Se concluye que ante una mayor cultura tributaria, mayor será el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

Palabras Claves: Cultura, tributación, empresa, comercio, asociación.

Abstract

The objective of this research is to determine the relationship between tax culture and business development in the Association of Merchants the Union of June 6 of Ilo; the methodology used was basic, non-experimental design and correlational descriptive level, with a population of 113 and a sample of 99 merchants; the type of instrument used was the questionnaire. The results of the investigation were that the lower level had greater participation compared to the other levels, with a value of 16.2%, the middle level with 10.1% and the upper level with 6.1%, as well as it was evidenced that the tax culture it is low and 44.4%, a medium level and 28.3% and high and 26.26%; finally, the level of business development is low and 38.4%, medium and 34.3% and high and 27.3%; Likewise, there is a positive and significant connection between the tax culture and business development variables. It is concluded that in the face of a greater tax culture, the greater the business development of the Association of Merchants the Union of June 6 of Ilo, 2022.

Keywords: Culture, taxation, business, commerce, association.

I. INTRODUCCIÓN

La investigación identifica realidades problemáticas de la escasa cultura fiscal actual, esto conduce al desarrollo empresarial ineficiente del sector comercial, bajo la influencia de distintos factores, tales como internos y externos. El afán por mejorar las condiciones de vida, hace que los peruanos se encuentren ansiosos por constituir nuevas empresas o negocios con fin de satisfacer cada necesidad de los individuos; el desarrollo nacional, tiene la capacidad de establecer y formalizar negocios sostenibles gracias a una serie de factores como la cultura tributaria que le permiten entender lo que tiene en cuanto a formalizar la empresa.

En enero del presente año 2022, la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y la Asociación de Contadores Certificados Colegiados (ACCA), organizaron un seminario web, en la que se priorizó el enfoque de educación para los contribuyentes identificados en un informe publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). En países asiáticos, la cultura y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es muy importante, aplicando estrategias fiscales dentro de sus respectivas jurisdicciones, en caso de incumplimiento, estos países mantienen las multas más severas a nivel mundial (Shihua, 2021).

Si bien es cierto que los gobiernos de los países necesitan urgentemente expandir el tamaño de sus fuentes de ingresos a fin de aumentar la recaudación de impuestos nacionales y disminuir la evasión fiscal, es imperativo cambiar las percepciones de los contribuyentes y así promover la cultura del empuje que cooperen voluntariamente para satisfacer las necesidades financieras del gasto público (Villalba & Guillén, 2018).

En América Latina, la OCDE y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sugieren que, la estructura de la política tributaria amplíe las bases imponibles mediante la reducción de beneficios tributarios y regímenes especiales, hacer más eficiente la progresividad del TS de manera conjunta (Torgler, 2021).

Por otro lado, tenemos a Ecuador, Paredes & García (2021) indica que una ausencia de cultura tributaria genera evasión tributaria y esto es debido al desconocimiento que tienen los comerciantes. Según Carvallo et al. (2019) la

Administración Tributaria necesita establecer proactivamente las obligaciones tributarias de los contribuyentes, así como fortalecer a la ciudadanía “la razón de ser de la cultura tributaria es de transmitir a los estudiantes de cada nivel del sistema educacional, la responsabilidad de contribuir al sostenimiento del gasto público”.

Por último, en México, Morales, et al. (2019) mencionan que 7 de cada 10 contribuyentes tienen una escasa cultura tributaria a resultado de un descuido con la educación fiscal en la formación de cualquier persona, ya que es necesario que el ciudadano tenga conocimiento de sus derechos y obligaciones.

Así también en el Perú, nos comenta Romero & Colmenares (2021) que la evasión tributaria generada por una falta de cultura tributaria ha originado que el país y demás empresas no se desarrollen bien empresarialmente, por la consecuencia de la reducción de recaudo fiscal, siendo estos de gran utilidad para financiar necesidades básicas. El Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, CIAT (2019) indica que una de las principales consecuencias de una falta de cultura tributaria es la evasión fiscal, problema que afecta a varios negocios peruanos que se encuentran dentro de la informalidad.

Por otro lado, sobre el entorno macroeconómico, más del 92% de la economía es por las pequeñas y micro empresas, siendo 70% de ellas informales, existiendo inestabilidad tributaria y desequilibrio en la carga tributaria (Lujan, 2019).

El Diario Gestión (2018) afirmó que la falta de cultura proviene de la informalidad, sólo el 45% de la economía genera ingresos tributarios, lo que se traduce en un mal manejo de las obligaciones, evasión fiscal e informalidad.

En el entorno local y regional, los comerciantes de Ilo, no entienden los impuestos, el proceso de elaboración de presupuestos, la distribución de ingresos y la gestión de recursos sobre el tema de cultura tributaria; es decir, su conocimiento sobre el acatamiento y la responsabilidad de las obligaciones tributarias (Góngora, 2019).

En la región de Moquegua gran parte de la actividad económica es realizada por microempresas; donde las características, tipo de organización y nivel de cultura tributaria no son bien conocidas y requieren ser estudiadas para las decisiones comerciales, planes de política e informe de estudios futuros (Manchuria & Mayta, 2018).

Ante este contexto, la investigación surge el siguiente problema general: ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022?

Esta investigación tuvo justificación teórica: dado que, basándose en los precedentes y la base teórica, se estableció una herramienta fundamental que tiene como objetivo el ofrecer un aporte de conocimiento sobre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial que servirá de antecedente en futuras investigaciones. Justificación metodológica, porque los procedimientos aplicados permitieron obtener la información necesaria sobre su cultura, cómo se han desarrollado empresarialmente, determinar el conocimiento que se tiene y a su vez, evaluar el desempeño empresarial. Y finalizando con la justificación práctica, porque de acuerdo a los resultados que se obtuvieron en este estudio, se evidenció el grupo de desconocedores y se permitió realizar las recomendaciones necesarias que ayuden a tener una buena práctica de cultura que permitirá desarrollarse útilmente en el ámbito empresarial.

Como objetivo general se consideró: Determinar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022; seguidamente los objetivos específicos, OE1: Identificar la cultura tributaria en la Asociación de Comerciantes la Unión del 06 de Junio de Ilo, 2022; OE2: Evaluar el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022; OE3 Establecer la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

Adicionalmente, contiene la presente hipótesis: La cultura tributaria tiene relación con el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En los antecedentes relacionados al estudio se menciona en el ámbito internacional, los siguientes:

En Indonesia, Nurlala et al. (2021) plantearon como finalidad determinar el efecto de la conciencia, la moral, la cultura fiscal y la justicia distributiva en el cumplimiento del contribuyente de manera parcial y simultánea. Se utilizó en el muestreo un método no probabilístico; con una muestra que involucró a 107 establecimientos empresariales de categoría pequeña y mediana empresa (PYME) perpetradoras. Del análisis se observó que, la variable comprensión de la moralidad y cultura tributaria, manifestó incidencia positiva en el cumplimiento tributario de la pequeña y mediana empresa (PYME), mientras que la variable conciencia y justicia distributiva no incidió en el cumplimiento tributario. En conclusión, una mayor comprensión fiscal, influye en el cumplimiento de los contribuyentes.

En Kazajistán, Kuandykov et al. (2021) publicaron un artículo con el propósito de analizar el nivel de cultura fiscal que es la base del cumplimiento de las obligaciones fiscales en el país de Ucrania. La metodología que se empleó fue de nivel descriptiva y cualitativa; basándose en 160 estudios certificados. Del análisis se demostraron que existe una correlación positiva entre las cuestiones investigadas, la escasa utilización de las tecnologías de la información y la comunicación por parte del estado; además el escaso conocimiento fiscal de los ciudadanos, representada por el 72% de la muestra, es decir no conocían sobre la declaración de la renta. En conclusión, es la formación de contribuyentes honestos para así aumentar la confianza en las instituciones gubernamentales.

En Ecuador, Larrochelle et al. (2021) en su investigación tuvieron como objetivo implementar estrategias y capacitaciones que permitan a los empleados aumentar sus conocimientos para mejorar la gestión tributaria de la asociación. Las metodologías utilizadas fueron de análisis documental, de diseño transaccional, con nivel descriptivo. El instrumento fue la encuesta y entrevista, donde fue utilizado hacia todos los miembros de la Asociación de Empresarios Agropecuarios de San Isidro de Machalilla. Los resultados mostraron que el personal de la asociación encuestada tuvo conocimiento de los temas que fueron comentados en la capacitación realizada al final del estudio. Se concluyó que la educación financiera

y la cultura tributaria han hecho aportes significativos a la asociación, por lo que la capacitación brindada tiene el conocimiento para esclarecer los principales objetivos para el logro de la toma de decisiones de la empresa.

En Colombia, Fernández y Beltrán (2021) tuvieron como finalidad analizar los principales factores que conducen al fracaso empresarial; se utilizaron métodos descriptivos, con investigación explicativa, la población incluida en este estudio se realizó con el estudio de la pérdida de solvencia de PYMES. Como resultado se tuvo que, la fortaleza de una empresa en el mercado no está solo en sus actividades comerciales, sino que está de igual forma dentro del entorno económico en el que deciden hacer negocios, es decir, si operan en un mercado altamente competitivo caracterizado por un alto grado de diferenciación e innovación del producto, se vuelve más difícil mantenerse en el mercado. En conclusión, los emprendedores que luchan por el crecimiento continuo reducen significativamente el riesgo de fracaso debido al interés de competir en el mercado donde los presionan a generar ideas innovadoras.

Así mismo, en Colombia, Melo et al. (2020) tuvieron como finalidad identificar los factores que influyen en la creación de un centro de desarrollo empresarial en Girardot; con metodología descriptiva, el instrumento aplicado fue la encuesta, donde la población fue conformada por 130 empresarios del municipio de Girardot, con un muestreo no probabilístico por conveniencia. Entre sus principales resultados, se concluyó que las personas manifestaron desconocer la existencia de procesos de investigación, innovación y desarrollo en Girardot, bajo el argumento de que se trata principalmente de empresas MiPymes con bajos recursos financieros, con falta de invertir para unidades encargadas de la investigación, el diseño y la innovación.

En Ecuador, Ramírez et al. (2020) tuvieron como objetivo analizar la planificación fiscal como una herramienta para adaptarse al contexto tributario en la gestión empresarial y así optimizar sus recursos financieros. La metodología utilizada es descriptiva y cualitativa. Los principales problemas son el desconocimiento de los contribuyentes sobre cancelación a tiempo de los impuestos, el establecer procedimientos legales y fiscales para mejorar la gestión de los recursos financieros, económicos y administrativos dentro del presupuesto

empresarial y con ello reducir la brecha recaudatoria fiscal provocada por los contribuyentes al no construir una correcta cultura fiscal.

En Irak, Dawood et al. (2020) tuvieron por propósito evaluar la incidencia de la cultura tributaria en el desempeño de la actividad tributaria respecto a la Autoridad General Tributaria como prestadora de servicios a contribuyentes y empresas. El estudio se basó en el enfoque experimental-analítico, para una muestra constituida por 65 compañías. Los resultados demostraron una correlación positiva directa entre la cultura tributaria con la actividad fiscal, con un valor de F igual a 10,83, y una confiabilidad de 0.947 y 0.910 respecto a la cultura fiscal y actividad tributaria respectivamente. En conclusión, la cultura tributaria en el desarrollo del pensamiento administrativo moderno, contribuye significativamente a elevar el nivel de rendimiento fiscal.

En República de Macedonia, Gaber y Gruevsk (2018) tuvieron como finalidad analizar el cumplimiento tributario y cuánto está correlacionado con la cultura tributaria. La metodología que se empleó para este estudio fue de diseño no experimental transversal, para una muestra conformada por 102 empresas grandes. Los resultados demostraron una correlación de confiabilidad del índice de alfa de Cronbach de 0,869. En conclusión, un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales hace referencia a la construcción de los puntos más altos para la moral fiscal.

En Indonesia, Inasius (2018) publicó una investigación con el objetivo de examinar las determinantes que inciden en el cumplimiento tributario de la pequeña y mediana empresa (PYME) en función a cada requisito de declaración de impuestos sobre la renta en Indonesia. La metodología que se empleó fue de tipo correlacional y de enfoque cuantitativa-transversal, con una muestra de 328 contribuyentes de pequeñas empresas. Los resultados muestran que los grupos de referencia, la probabilidad de auditoría, el conocimiento tributario y la percepción de equidad y justicia tienen una incidencia representativa en el cumplimiento fiscal. Concluyendo que, se deben establecer políticas de información fiscal que se centren en el cumplimiento tributario.

En Kenia, Abdul y Wang (2018) tuvieron como finalidad determinar la influencia de las medidas de los costos de cumplimiento fiscal en el comportamiento de las obligaciones fiscales entre comerciantes de empresas medianas en Kenia.

La metodología que empleó este estudio fue de diseño no experimental-transversal, para una muestra constituida por 100 empresas. Los resultados indicaron que el cumplimiento de las obligaciones fiscales en Kenia disminuye significativamente con el aumento de los costos en los tributos, especialmente en los relacionados con la comprensión de la compleja legislación fiscal relacionada a las normas fiscales. En conclusión, invertir en oportunidades que reduzcan la presión financiera sobre las empresas, fomenta el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

En Venezuela, Romero y Rosales (2018) tuvieron de objetivo analizar la responsabilidad social empresarial como una herramienta para adaptarse a una cultura fiscal en la gestión empresarial, con metodología descriptiva, la población fueron los localizados en la parroquia Chiquinquirá del Municipio Maracaibo y del Municipio San Francisco Venezuela, la muestra lo conformaron las Pymes con más de 5 años de funcionamiento. Se concluyó que la responsabilidad social en camino sobre una cultura fiscal sobre las empresas de servicio es primordial ya que viene por la ejecución de su objetivo social, si las empresas cumplen con su cultura fiscal, el estado venezolano recompensa a la sociedad por medio de los servicios públicos.

Para los antecedentes en el ámbito nacional tenemos a: Chero, et al. (2021) en su estudio presentado “Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos”, el objetivo fue desarrollar una proposición de cultura fiscal para aumentar los impuestos en los mercados. Con una metodología descriptiva-propositiva y diseño no experimental, de corte transversal. Con una población de 76 comerciantes, y una muestra de 64; el instrumento empleado fue la encuesta. Como resultado, la cultura tributaria debe ser verificada por profesionales para evaluar su relevancia para los contribuyentes. Se concluyó que estos niveles son frecuentes debido a factores como la falta de comprensión del sistema tributario, su falta de participación en las negociaciones y la escasa información oportuna por parte de la SUNAT a los vendedores.

Cabrera, et al. (2021) tuvieron por objetivo determinar la cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en rentas de cuarta. Su metodología fue cuantitativa, diseño no experimental, de tipo correlacional, se usó la misma población y muestra, siendo el total de 61 médicos; el instrumento empleado fue la encuesta. El principal resultado fue la incidencia entre la cultura tributaria y la

evasión fiscal, de lo cual están correlacionadas. Se determinó finalmente que la cultura tributaria tuvo un impacto notable en la evasión fiscal de los ingresos de cuarta del rubro salud, lo que sugiere que el sistema tributario peruano era ineficiente y robusto.

Bayona (2020) en su investigación tuvo como propósito analizar la incidencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos del mercado modelo. Con una metodología descriptiva – no experimental, se usó una población de 300 comercializadores con una muestra de 168. El principal resultado es no saber que significa para uno la cultura tributaria, indicando también que el saber es conciencia de uno, pero no tienen la preocupación de saberlo. Se concluyó que, con alta cultura tributaria, con buen sentido de las obligaciones tributarias que toda micro y pequeña empresa tiene, la recaudación de impuestos será más eficiente porque es la base del apoyo del país.

Hinojosa (2019) en su investigación realizada tuvo como propósito analizar la causa de por qué la cultura tributaria aumentará los ingresos de los vendedores en Chachapoyas Mercado Modelo. Fue un estudio de tipo descriptiva, se usó la misma población y muestra, siendo el total de 149 comerciantes; el instrumento empleado fue la encuesta. El principal resultado es el bajo nivel de educación fiscal entre los pequeños empresarios. Se concluyó que la cultura tributaria incrementa los ingresos del comerciante, porque los comerciantes formales cuentan con más opciones de aumentar sus carteras de clientes.

Suarez (2018) en su investigación tuvo como propósito identificar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de las MYPES de la industria textil, utilizando la metodología tipo correlacional-descriptivo, de tipo transversal; con uso del coeficiente de correlación de Spearman, se utilizó la misma población y muestra, de la cual correspondió a 40 microempresarios. Se concluyó que se obtuvo un coeficiente de 0.784, lo cual indicó una buena correlación acompañada de una significancia bilateral nula, aceptando su hipótesis alterna lo cual significa que hay relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de la industria textil MYPE.

Sandoval (2018) su propósito fue determinar la relación entre el emprendimiento y la formación empresarial de A.W.S. Constructores S.A.C., dado que actualmente existen empresas con baja formación profesional por falta de

factores relacionados con el emprendimiento, su tipo de estudio fue transversal no experimental, con diseño correlacional descriptivo, su población total de 40 trabajadores, sobre una muestra de 36 personas, su instrumento utilizado fue la encuesta. Se concluyó que hay una correlación muy fuerte entre emprendimiento y formación empresarial en A.W.S. Constructores S.A.C.

Castañeda (2017) tuvo por objetivo determinar los factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, año 2017. Con una metodología descriptiva de corte transversal. con una población conformada por 20 Mypes del sector del Cacique siendo los mismos para la muestra, el instrumento fue el cuestionario. Se concluyó que la ausencia de ayuda de las autoridades ha creado duda entre los emprendedores y los factores internos heredados tienen el mayor impacto en los emprendedores cuando se trata de establecer negocios; así como una carencia de difusión de programas sobre emprendimiento desaprovechando las oportunidades que el estado da para crecer como empresa.

A nivel local, Góngora (2019) en su investigación tuvo como propósito determinar cómo la legalidad social muestra relación con la cultura tributaria en el distrito de Pacocha en Ilo. La metodología usada fue cuantitativa de método analítico – sintético, de tipo y nivel relacional. La población fue de 3212 habitantes, con una muestra de 381; se utilizó la encuesta. Se concluyó que, entre las variables del análisis, hay relación positiva y representativa, el coeficiente de correlación es de 0.457, rechazando la hipótesis nula.

Marca & Velásquez (2019) en su investigación tuvo por propósito comprobar cómo influye la cultura tributaria, en el acatamiento de las obligaciones tributarias de contribuyentes del NRUS del mercado central de Moquegua. La metodología usada fue transversal y no experimental. Con una población de 497 comerciantes, con una muestra de 212; el instrumento empleado fue la encuesta. El principal resultado es que una cultura de impuestos bajos es una de las motivos causales de la evasión fiscal por parte de los comerciantes del mercado debido a su muy bajo nivel de conocimiento fiscal. La conclusión es que existe una incidencia de la cultura tributaria con cumplir con las obligaciones tributarias.

Las bases teóricas sobre las variables son: según Valdez y Martínez (2018) se define como un conjunto de valores, actitudes y conocimientos compartidos por

la comunidad, en donde proporciona el cumplimiento continuo de las obligaciones tributarias en relación con los impuestos y las leyes que los rigen. Esta es también la percepción del contribuyente sobre el sistema tributario actual en un país en particular.

La cultura tributaria es la comprensión de un individuo sobre el sistema tributario y la función que conlleva. Esta cultura intenta involucrar a la empresa en el proceso, citando la verdad constitucional como un aporte al Estado (Egoavil, 2018).

Los aportes (impuestos), son las tarifas o cargos financieros obligatorios que impone cualquier parte gubernamental a un individuo u organización para una recaudación de ingresos, fondos recaudados que se utilizan para financiar diferentes gastos públicos (Tang, 2020).

Por otro lado, la cultura tributaria de un estado es el conjunto de todas las instituciones formales e informales pertinentes relacionadas con el sistema tributario nacional y su ejecución práctica, que están históricamente arraigadas en la cultura del país, incluidas las dependencias y los lazos causados por su interacción permanente (Niknamian, 2021).

Según Crespo et al. (2021) la cultura es la labor voluntaria de todo poblador en el desempeño de sus deberes tributarios, así como la cancelación voluntaria de impuestos debido a una fuerte cultura tributaria en conciencia, más allá de un simple acto, incluyendo un proceso, desde la percepción humana al pensamiento, que permite a las personas comprender su contribución esencial al desarrollo del medio ambiente.

Castro (2021) indica que la política fiscal es el reflejo del uso estatal de sus programas económicos, que incluye ingresos y gastos de la mejor manera. Esto se hace dirigiendo los planes económicos estatales para determinar las fuentes de ingresos y cómo gastarlos.

Según Boong y Chang (2021) define la cultura tributaria como “la totalidad de las instituciones formales e informales relevantes relacionadas con el sistema tributario y su ejecución práctica, que están históricamente arraigadas dentro de la cultura del país, incluidas las dependencias y vínculos causados por su interacción continua”.

Para la variable desarrollo empresarial, González (2020) refiere específicamente, al avance que experimenta una organización a lo largo del tiempo, lo que lleva a logros visuales y a cumplir satisfactoriamente con los indicadores finanzas-económicas. El desarrollo de la empresa es analizado desde la productividad, evalúa la efectividad de estos factores en el proceso productivo.

Córdoba et al. (2018) indican que el desarrollo empresarial es contribuir hacia el aumento de la creatividad e innovación en diferentes marcos temporales. La creatividad y la innovación deben complementarse porque son dos factores separados, pero cuando se combinan, se vuelven más efectivos.

Según Zhao et al. (2021) indican que este tipo de desarrollo, son un conjunto de tareas y procesos encaminados a desarrollar e implementar oportunidades de crecimiento entre organizaciones de una manera sostenible y rentable.

Según Delfín (2016) el desarrollo empresarial articula los diversos factores que los emprendedores pueden guiar a su organización para lograr sus objetivos; elementos como aumento económico, cultura corporativa, liderazgo, competitividad, instrucción e innovación. Además, es una idea integrada que puede influir positivamente en la organización reconociendo las habilidades de capital humano.

Para la variable cultura tributaria, tenemos como primera dimensión, *conocimiento tributario*, según Bonjol (2021) es el nivel de conocimiento y comprensión del sistema fiscal de un país, refleja la familiaridad con los derechos y las responsabilidades fiscales o tributarias.

La segunda dimensión, *conciencia tributaria*, refiere a que los ciudadanos tomen conciencia del rol de la tributación en la sociedad, tomando desde los procesos educacionales, considerando la importancia que generan los conocimientos tributarios desde la base del sistema de educación (Ramos, 2018).

Para la variable desarrollo empresarial, como primera dimensión tenemos, *creatividad*, que se define como la capacidad de descubrir ideas, conexiones y soluciones nuevas que sean originales a los problemas. Es parte de nuestro impulso como humanos fomentar la resiliencia, generar alegría y brindar oportunidades para la autorrealización, es mucho más una mentalidad que una actividad (Hasan, 2022).

La segunda dimensión, *innovación*, Assumpção et al. (2022) conceptualizan como el procedimiento que genera el ser humano u organización con el fin de materializar un nuevo bien, producto, proceso e idea, o para abordar productos, procesos e ideas existentes de manera original. En el entorno empresarial, existen diversas maneras de innovación que las empresas pueden seguir; los cuales de manera general se vinculan a cierto producto en específico, un proceso interno o cierto modelo comercial.

Para la variable cultura tributaria, lo que refuerza la investigación es la Teoría de Eheberg cuyo autor es Recasens (1961), citado por Hernández (1998) donde se menciona de que todo empieza por la cultura misma, lo cual conforman las creencias, conocimientos y valores donde una sociedad lo acepta como propios. Esta persuasión no es inmediata, sino, el resultado de un proceso que será socialmente exitoso mediante el modelo a realizar sea idóneo para satisfacer necesidades de manera individual, colectiva de índole material y espiritual.

Según Allingham & Sandmo (1972) determinar la probabilidad de que los ciudadanos teman ser detectados y sancionados por fraude es suficiente para que los ciudadanos crean que es mejor la cancelación de impuestos. Esta forma de pensar se conoce como "Teoría de la disuasión".

Para la variable desarrollo empresarial, Teoría de Timmons (1999) sobre la creatividad e innovación, indica que un desarrollo empresarial se basa en los siguientes elementos: fuerza vital, la dedicación que se usa para sacar adelante las ideas; deseo de superación, entendido como la mejora continua; visión de futuro, prever lo que pueda ocurrir en el futuro; iniciativa, capacidad de anticipar; compromiso.

Según Herzberg (1959) citado por Genesca (1977) nos menciona "La teoría de los dos factores", de los cuales depende del entorno externo y del trabajo personal. La motivación humana depende de dos factores; 1) Factor de higiene: Estas son las condiciones ambientales bajo las cuales trabajan los individuos. Están diseñados para evitar la insatisfacción o los peligros potenciales en el medio ambiente. 2) Factores motivacionales: Están interesados en el contenido del puesto, los deberes y responsabilidades asociados con el puesto en sí.

Marco legal: La Ley Marco del Sistema Tributario Nacional, a través del Decreto Legislativo N° 771 (1993) define la administración de varios impuestos en

cada nivel de gobierno. En el dogma nacional, se entiende que el sistema tributario está integrado únicamente por impuestos, los cuales han sido objeto de críticas porque el Decreto Legislativo 771 considera que, el código tributario es parte del sistema tributario peruano. El Código Tributario adopta el Decreto Supremo N ° 135-99-EF, aprobado por el Decreto N°816, lo cual define “principios generales, instituciones, procedimientos y normas del ordenamiento jurídico tributario” (Decreto Supremo N° 133-2013-EF, 2013).

Complementando la información, los impuestos pueden ser recaudados usando el castigo para los fraudulentos o convencer al contribuyente sobre el pago mediante una cultura tributaria con bases sólidas. Por ello, Neira (2019) menciona las siguientes características, carácter coactivo: deben ser regidos por las normas para que estos importes no surjan altos y tenga proporción con las ganancias de los ciudadanos, carácter pecuniario: se deberá abonar con el tipo de moneda del país; y carácter contributivo: el dinero que se recaude debe ser empleado para financiar los servicios que redunden en el bien común.

Entre otras principales características de los impuestos, se tienen las siguientes: es un pago obligatorio que deben dar los ciudadanos que están inmersos a pagarlo, por lo tanto, la negativa a pagar un impuesto es un delito punible; se impone un impuesto para cubrir los gastos públicos incurridos por el gobierno en el interés general de la nación; se paga regular y periódicamente según lo determine la autoridad fiscal (Pirela, 2022).

Bordones, et al. (2019) comentan que la ventaja principal que se tiene de practicar la cultura tributaria, es que a través de ella, el contribuyente es concientizado para el pago de sus impuestos, y con ello el Estado puede cumplir con el deber constitucional, el cual es custodiar el bien común y suministrar los servicios básicos requeridos.

Y, por el contrario, se tiene la desventaja principal y tema de controversia global, la cual es la evasión fiscal, teniendo como definición “el acto o maniobra destinado a incumplir ilícitamente con las obligaciones impuestas por las leyes tributarias” (Miranda, 2021).

Frazer et al. (2019) mencionan que, la importancia radica en que es necesario garantizar que el sistema tributario sea justo y equitativo. Los gobiernos deben equilibrar objetivos como una mayor movilización de ingresos, un

crecimiento sostenible y una reducción de los costos de cumplimiento con la garantía de que el sistema tributario sea eficiente. Las consideraciones de equidad incluyen la tributación relativa de los pobres y los ricos; contribuyentes personas físicas y jurídicas; ciudades y zonas rurales; sectores formales e informales, ingresos laborales y de inversiones; y las generaciones mayores y jóvenes.

Según Calderón et al. (2018) los factores que influyen un desarrollo empresarial, es 1) motivación: siendo el dinero un factor que motiva a los colaboradores y también se debe tener en cuenta si es que se trabaja a base de objetivos y 2) ambiente de trabajo: sentirse cómodo en el trabajo es importante porque le brinda más oportunidades para hacer mejor el trabajo.

Las características del desarrollo empresarial empiezan con: 1) planeación: etapa en el cual inicia todo negocio, definiendo principalmente misión, visión y objetivos, 2) organización: se realizan limitaciones, por ejemplo las jerarquías, funciones, horarios, 3) Dirección: Los líderes desafían la integración del grupo y cumplen su compromiso con la empresa, 4) Control: Este es el momento de enfocarse en el logro de las metas y las personas involucradas (Suárez, 2018).

Se habla que para un correcto desarrollo empresarial, la planificación estratégica es muy importante, ya que se trata principalmente de que los líderes de la organización den forma a la dirección que quieren tomar y, a medida que la planificación se extiende por toda la organización, crea una sinergia adecuada para que todos los empleados alcancen la meta (Jaramillo & Tenorio, 2019).

Warokka, et al. (2020) la llegada de la era de la nueva economía marcada por el comercio electrónico tendrá un profundo control sobre los humanos, existencia y desarrollo. Con esta realidad, las corporaciones deben verse obligadas a terminar las formas de comercialización, en el que satisfacer la mejora de la localización mundial del mercado, además de una parte de su agresividad dentro de los mercados de origen.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Manterola, et al. (2019) la elección de un diseño de estudio es uno de los pasos más complicados en el proceso de investigación, ya que en este sentido se deben tener en cuenta varios factores, como la información sobre el tema: diseño utilizado, factibilidad del estudio, tamaño de muestra requerido, consideraciones éticas, etc.

Tipo de investigación:

De tipo básica, porque, en este tipo de investigación, ningún problema se resuelve de forma inmediata, sino que sirve de soporte teórico para otras investigaciones (Arias & Covinos, 2021).

Diseño de investigación:

Diseño no experimental – transversal, se definen a los diseños transversales como aquellos que toman a su muestra de individuos con o sin condición, con el fin de medir las variables simultáneamente sin interferencia del investigador (Álvarez, 2020). De acuerdo al nivel de investigación fue descriptiva - correlacional, descriptiva porque este nivel de estudio busca especificar comportamientos o propiedades de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a un análisis (Hernández R. , 2018). Y correlacional porque la aplicación de procedimientos estadísticos inferenciales buscó extrapolar los resultados de la investigación a favor del conjunto de la población (Galarza, 2020).

3.2 Variables y operacionalización

Definición conceptual:

Variable independiente: Cultura tributaria, para Valdez y Martínez (2018) se define como un conjunto de valores, actitudes y conocimientos compartidos por la comunidad, en donde proporciona el cumplimiento continuo de las obligaciones tributarias en relación con los impuestos y las leyes que los rigen. Esta es también la percepción del contribuyente sobre el sistema tributario actual en un país en particular.

Variable dependiente: Desarrollo empresarial, para Córdoba et al. (2018) el desarrollo empresarial es contribuir hacia el aumento de la creatividad e innovación

en diferentes marcos temporales. La creatividad y la innovación deben complementarse porque son dos factores separados, pero cuando se combinan, se vuelven más efectivos.

Definición operacional:

Para la variable independiente se midió por medio de un cuestionario, que fue aplicado a los comerciantes de la Asociación la Unión del 6 de Junio, dicho cuestionario tuvo 12 ítems, los cuales sirvieron para dar respuesta a la pregunta de investigación. De igual forma para la variable dependiente se midió a través de un cuestionario, que fue aplicado a los comerciantes de la Asociación la Unión del 6 de Junio, dicho cuestionario tuvo 10 ítems, los cuales sirvieron para dar respuesta a la pregunta de investigación.

Para ambas variables, para darle respuesta a los ítems, se usó basándose en una escala tipo Likert de medición y su respectivo valor son: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

Indicadores:

Para la variable independiente cultura tributaria: Sistema tributario, impuestos, código tributario, obligaciones tributarias, cumplimiento voluntario, y comportamiento del contribuyente.

Para la variable dependiente desarrollo empresarial: Originalidad, iniciativa, percepción, cadena de valor y rendimiento del producto.

Escala de medición:

Para las variables independiente y dependiente fue ordinal.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población: Se estructuró sobre los 133 pertenecientes a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio.

Los criterios de inclusión son quienes estuvieron activos e involucrados en labores de comercio de bienes y servicios en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio.

Como criterio de exclusión se consideraron características como, colaboradores que no desearon participar de manera voluntaria en la investigación,

de igual manera se excluyó al personal que no tiene relación con temas tributarios como el personal de mantenimiento, seguridad, soporte técnico, etc.

Muestra: Habiendo aplicado la fórmula estadística de población finita, se obtuvo que la cantidad donde fue aplicado el instrumento es de 99 comerciantes para la muestra (Ver anexo 4).

Muestreo: Para la investigación se utilizó el muestreo probabilístico, que permite descubrir que cada persona tiene igual posibilidad de ser elegido para ser parte de la muestra e incluido para el estudio (Manterola & Otzen, 2018).

Unidad de análisis: Los comerciantes de la Asociación la Unión del 6 de Junio.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de reunión de datos incluyeron el planeamiento del proceso de acceso a la información y las actividades necesarias para lograr conocer la respuesta del estudio y los instrumentos de recojo de datos que permiten la medición (Hernandez & Duana, 2020).

Técnica: La técnica en este trabajo fue la encuesta, según los autores Feria et al. (2020) método empírico que es utilizado de manera impresa o virtual, con el fin de resolver cada disyuntiva del estudio, las cuales fueron autocompletadas por los encuestados.

Instrumento: se utilizó el cuestionario, porque según Feria et al. (2020) es el instrumento mayor utilizado para este fin y es definido como la unión de varias preguntas, respecto a las variables a estudiar.

3.5 Procedimientos

El estudio propuesto, se realizó en varios pasos, el primero se comenzó en investigar el problema en relación a las variables en estudio, con el propósito de alcanzar los fines planteados. Posteriormente, se desarrolló la investigación en base a la metodología. Consecutivamente, se realizó el diseño de los instrumentos que fueron llevados a los expertos para su validación correspondiente y, por último, se analizaron los resultados obtenidos para su conclusión final y recomendación.

3.6 Método de análisis de datos

El cuestionario fue impreso realizándose de manera descriptiva. Se llevó a cabo el programa estadístico SPSS v25 para la tabulación de resultados obtenidos, los cuales se revelaron en tablas y figuras, las cuales permitieron determinar el mencionado impacto. Cada figura se analizó cuidadosamente para brindar resultados consistentes para respaldar sus objetivos.

3.7 Aspectos éticos

El estudio estuvo regido por cada criterio del código ético de la Universidad César Vallejo, respetando las normativas de la facultad de ciencias contables, las cuales están orientadas a mejorar el nivel académico y empresarial (Espinoza, 2021), además se eludió todo proceso de plagio, respetando derechos de autor, considerando el citado correcto con el formato APA 7ma Edición.

Las consideraciones éticas en el presente estudio, según Espinoza (2021) son las siguientes:

Principio de beneficencia: el resultado es el beneficio anhelado por el investigador; además, un especialista es alguien que lleva a cabo su investigación de manera competente y eficiente, emprendiendo el desarrollo de la investigación en beneficio de los futuros estudios científicos.

Principio de no maleficencia: Este principio enfatiza la obligación de no perjudicar a otros; no colocar a las otras personas en riesgo durante el estudio para obtener los datos.

Principio de autonomía: Debe existir una relación equitativa y oportuna entre la investigadora y el usuario, promoviendo una involucración activa y con responsabilidad en la recolección de la información a fin de lograr el cumplimiento de la finalidad planteada en el estudio.

Principio de justicia: Esto implica una distribución igualitaria de cada beneficio y responsabilidad de la investigación; por lo tanto, es de vital importancia que los investigadores se preocupen por la satisfacción del usuario y mejoren el desarrollo de su investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 OE1: Identificar la cultura tributaria en la Asociación de Comerciantes La Unión del 06 de junio de Ilo, 2022.

Tabla 1

Resultados de la variable independiente Cultura Tributaria

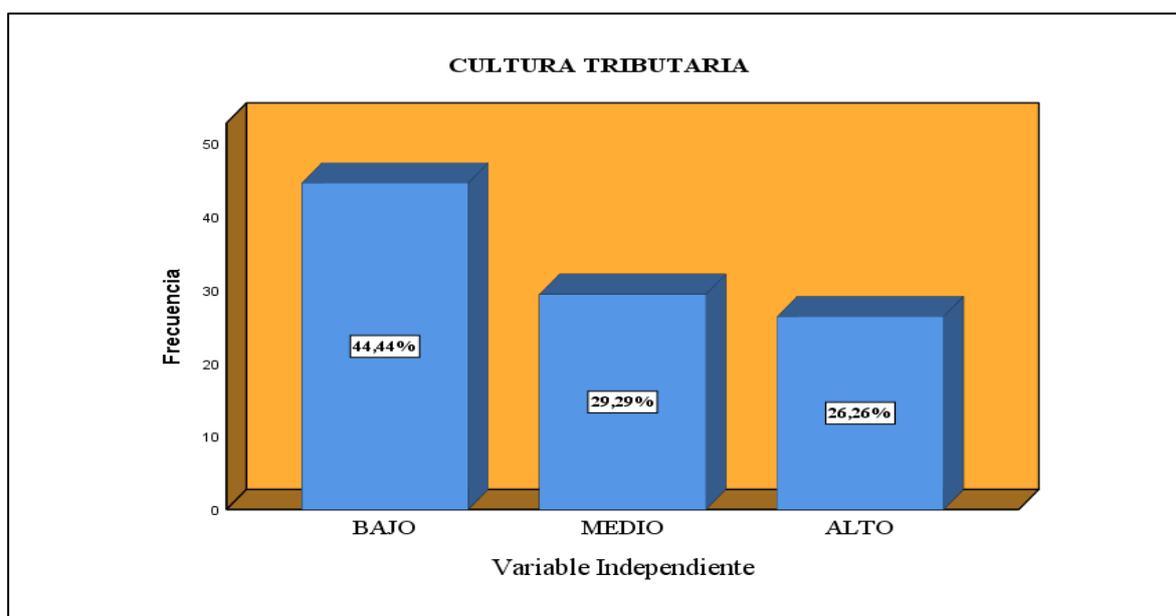
Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	44	44.4
Medio	29	29,3
Alto	26	26,3
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede apreciar en la tabla 1 que de los 99 comerciantes pertenecientes a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio, en relación a las consideraciones Culturales Tributarias presentan un 44% un nivel bajo en relación a la cultura tributaria, el 29 % consideran que se encuentran en un nivel medio y, por último, el 26 % consideran que la cultura tributaria que poseen se encuentra en un nivel alto.

Figura 1

Resultados de la variable independiente Cultura Tributaria



Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 1

Para un análisis más específico del objetivo uno, se efectuó el análisis de las dimensiones, el conocimiento tributario y la conciencia tributaria.

Tabla 2

Resultados de la dimensión Conocimiento Tributario

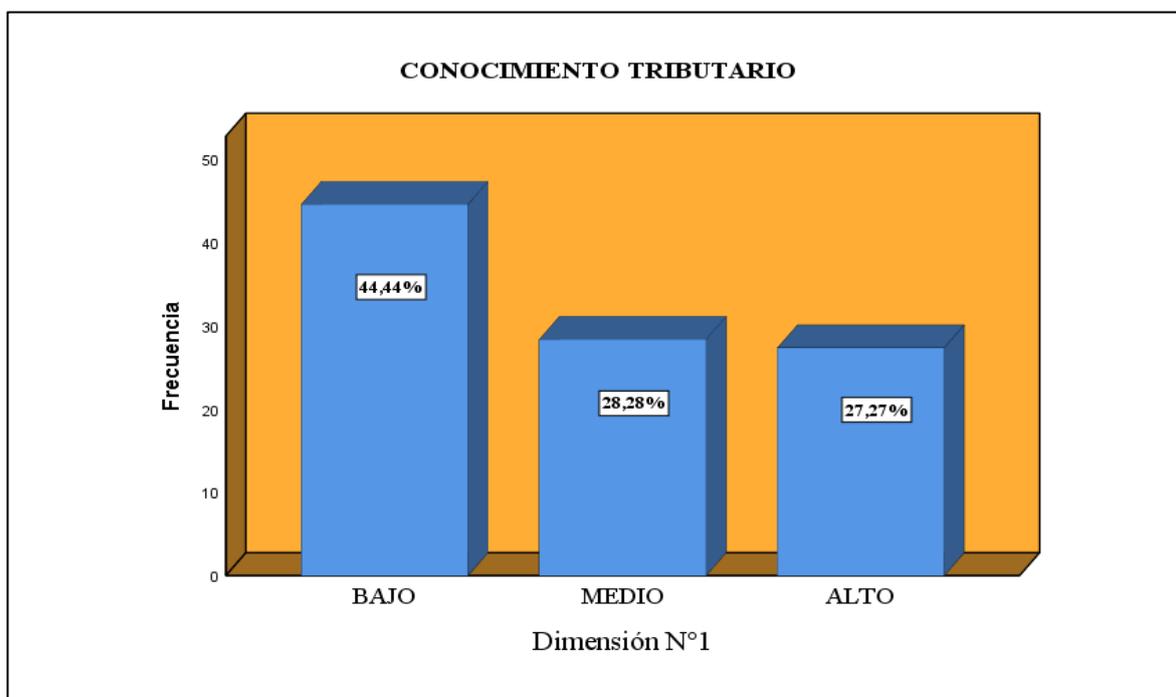
Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	44	44.4
Medio	28	28.3
Alto	27	27,3
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

Según los resultados obtenidos de la tabla 2 de la dimensión que se refiere al conocimiento tributario, se ha preguntado de acuerdo a los indicadores, si consideran que el sistema tributario logra captar los tributos de todo el país o si este sistema ayuda a mantener un eficiente cumplimiento; también se preguntó si es que creen justo los porcentajes impuestos; si es que es necesario conocer estos impuestos que se pagan; o si es que tienen conocimiento de las multas por evasión. Se puede apreciar que el 44 % de los comerciantes encuestados tienen un nivel bajo, el 28 % se encuentra en un nivel medio y solo el 27% tienen un nivel alto.

Figura 2

Resultados de la dimensión Conocimiento Tributario



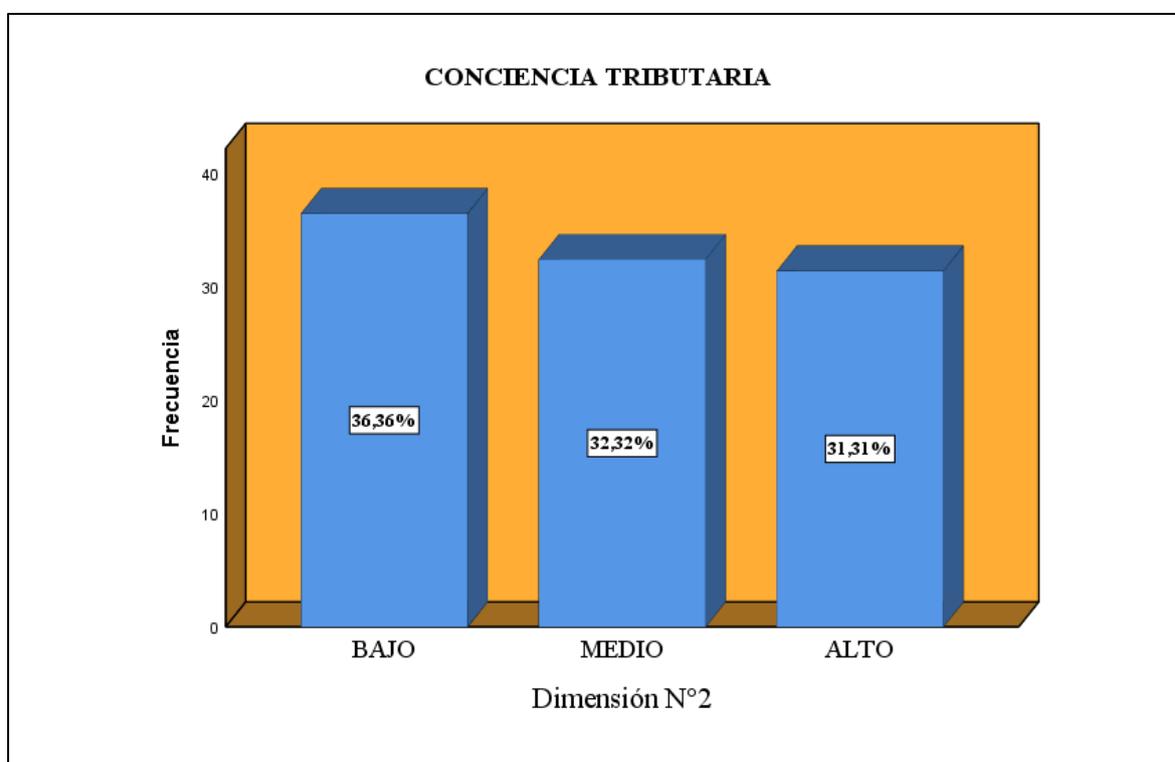
Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 2

Tabla 3*Resultados de la dimensión Conciencia Tributaria*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	36	36,4
Medio	32	32,3
Alto	31	31,3
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

De acuerdo con los resultados de la tabla 3, se ha preguntado de acuerdo a los indicadores si hay la intención de cumplir con las obligaciones fiscales; si consideran que las personas con negocio que cumplen con sus obligaciones fiscales obtendrán servicios públicos eficientes; o si están dispuestos a cumplir de forma voluntaria las obligaciones impuestas; si consideran que, si les falta motivación por parte de SUNAT; o que un si un buen comportamiento le traerá beneficios o este es afectado por ineficientes servicios del estado. Los comerciantes encuestados presentan en conciencia tributaria un nivel bajo de 36 %; el 32% un nivel medio y el 31% se encuentran sobre un nivel alto.

Figura 3*Resultados de la dimensión Conciencia Tributaria*

Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 3

4.2 OE2: Evaluar el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022.

Tabla 4

Resultados de la variable dependiente Desarrollo Empresarial

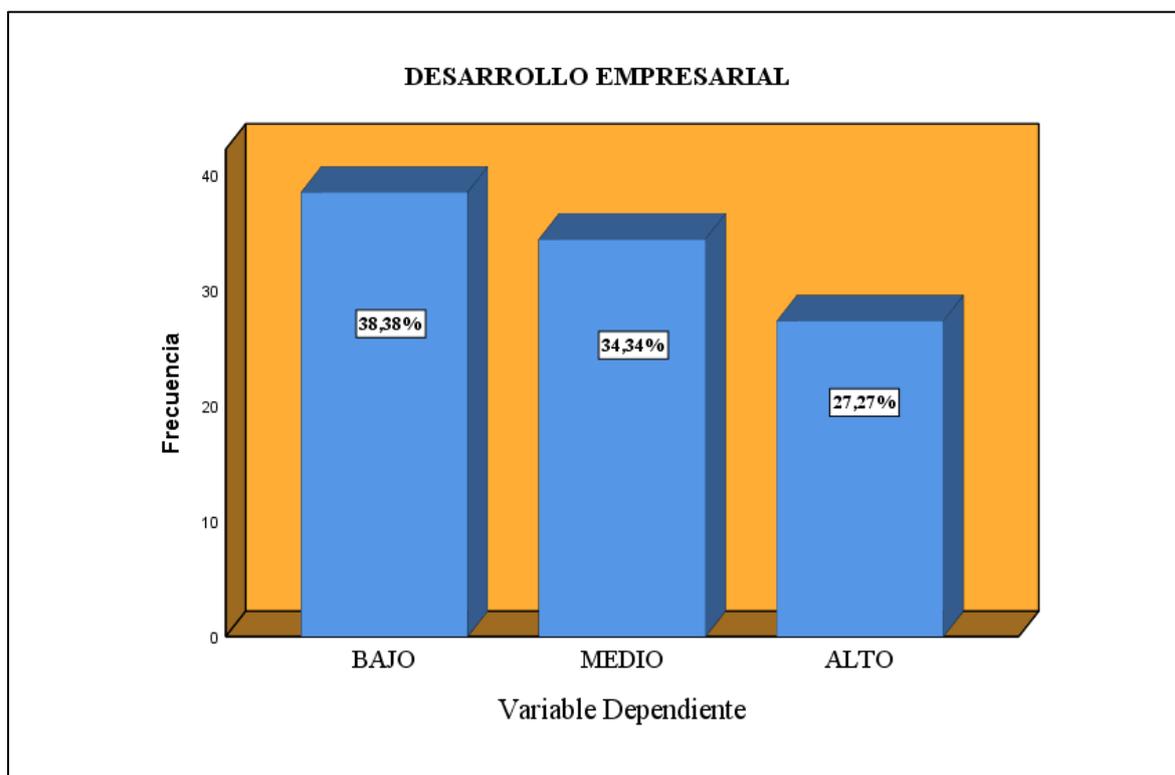
Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	38	38,4
Medio	34	34,3
Alto	27	27,3
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

En relación a la variable dependiente desarrollo empresarial, se puede apreciar en los resultados de la tabla 4 que el 38 % de los comerciantes encuestados presentan un nivel bajo, asimismo, los resultados indican que el 34 % de ellos presentan un nivel medio y el 27 % de éstos presentan un nivel alto.

Figura 4

Resultados de la variable dependiente Desarrollo Empresarial



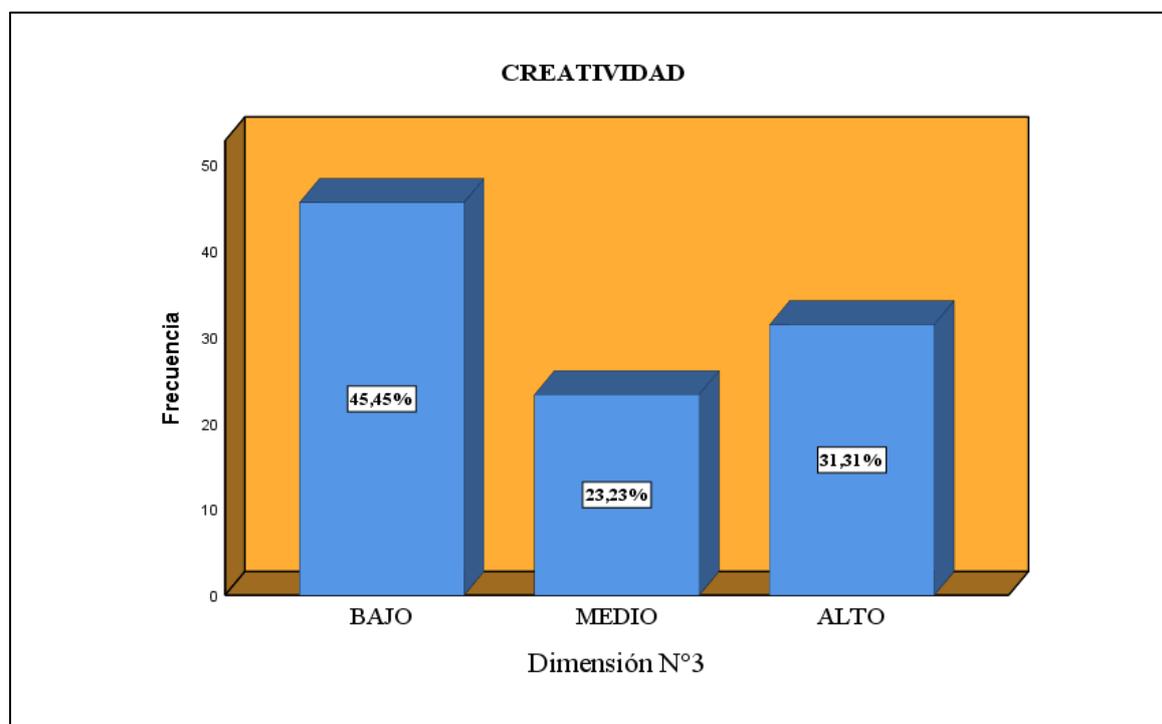
Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 4

Tabla 5*Resultados de la dimensión Creatividad*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	45	45,5
Medio	23	23,2
Alto	31	31,3
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

En cuanto a los resultados de la tabla 5 de la dimensión creatividad, se ha preguntado de acuerdo a los indicadores si consideran que la originalidad ayuda al desarrollo del negocio permitiendo que se diferencia de los demás; si consideran que una iniciativa es un factor influyente para el desarrollo empresarial; si creen que hay iniciativa entre la asociación; además se preguntó si es que el cliente tiene buena imagen y percepción del negocio y por último si consideran que si la empresa crece tenga que pagar más impuestos. Los resultados indican que el 45 % de los comerciantes se encuentran en un nivel bajo, el 23 % en un nivel medio y el 31% se consideran en un nivel alto.

Figura 5*Resultados de la variable dimensión Creatividad*

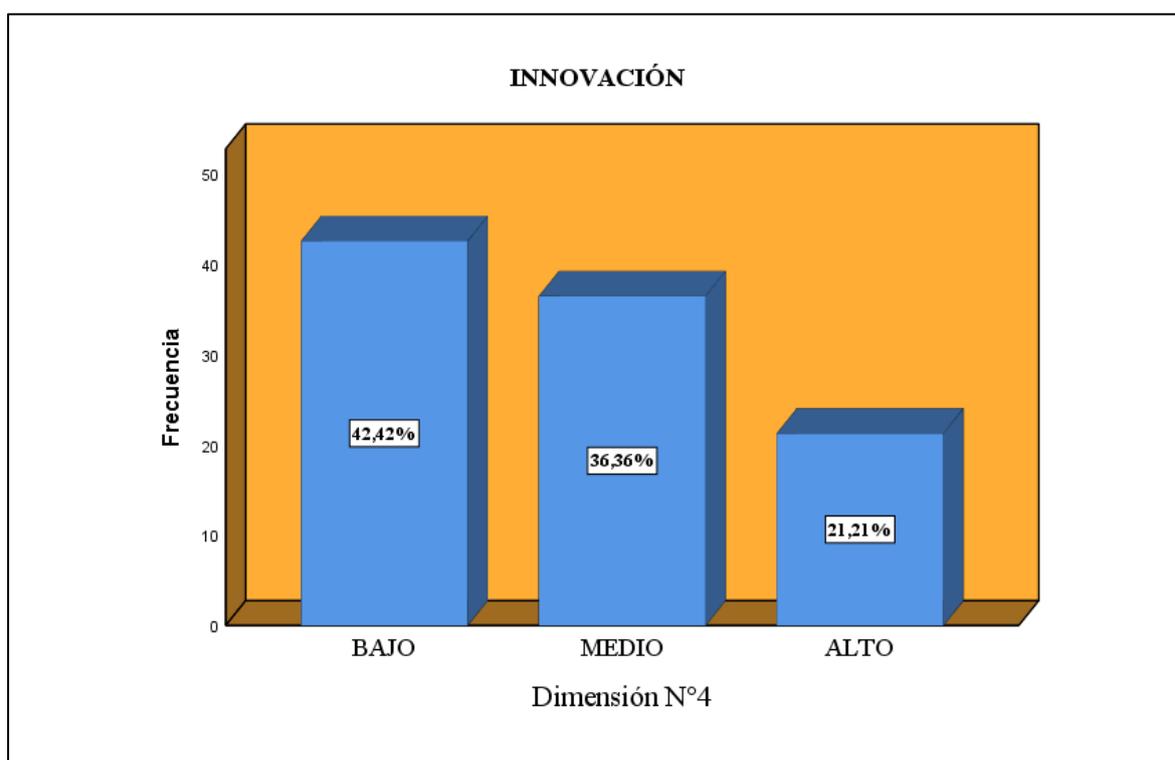
Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 5

Tabla 6*Resultados de la dimensión Innovación*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	42	42,4
Medio	36	36,4
Alto	21	21,2
Total	99	100,0

Nota. Datos obtenidos del cuestionario aplicado en junio, 2022

Por otro lado, en la dimensión innovación, de acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 6, se ha preguntado de acuerdo a los indicadores si consideran necesario generar valor agregado a sus productos para diferenciarse de su competencia; si creen que sus productos tienen un valor agregado ante otros; si han comprado un producto de mala calidad solo por no pagar impuestos; o si el producto que se vende a menor precio es porque se compró sin comprobante. Los resultados muestran que el 42 % de los comerciantes encuestados se encuentran en un nivel bajo; el 36 % de ellos se encuentran en un nivel medio y solo el 21 % se encuentran en un nivel alto

Figura 6*Resultados de la variable dimensión Innovación*

Nota. Elaboración propia con base de datos obtenidos de la tabla 6

4.3 OE3: Establecer la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

Para el análisis del objetivo, en una relación y tablas cruzadas, se indica la relación de la cultura tributaria con el desarrollo empresarial.

Según Hernández (2018) las tablas cruzadas son eficaces para describir en conjunto dos o más variables, nos proporcionarán los índices de incidencia con la variable fijada.

Tabla 7

Resultados de la variable Cultura Tributaria y Desarrollo Empresarial

		Desarrollo Empresarial			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Cultura Tributaria	Bajo	16.2%	13.1%	15.1%	44.4%
	Medio	14.1%	10.1%	5.1%	29.3%
	Alto	9.1%	11.1%	6.1%	26.3%
Total		39.4%	34.3%	26.3%	100.0%

Nota. Elaboración propia

Se observa en la tabla 7, el cruce de niveles de información de las dos variables de estudio, donde se observa los niveles Bajo, Medio y Alto; que presentan los porcentajes compartidos, referentes a una relación causa – efecto, de la cultura tributaria en el desarrollo empresarial. Donde el cruce del nivel bajo de la cultura tributaria es de 16.2% causando la misma incidencia para el desarrollo empresarial; el cruce del nivel medio es del 10.1% y el cruce del nivel alto es del 6.1%.

4.4 OG: Determinar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

Para el análisis de correlación se tomó de acuerdo a la siguiente información:

Figura 7*Interpretación del Coeficiente de correlación según Spearman*

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.90 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota. Tomado de Montes et al. (2021)

Tabla 8*Correlación entre Cultura Tributaria y Desarrollo Empresarial*

CORRELACIONES				
			Cultura Tributaria	Desarrollo Empresarial
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	.800**
		Sig. (bilateral)		.001
	Desarrollo Empresarial	N	99	99
		Coeficiente de correlación	.800**	1,000
		Sig. (bilateral)	.001	.
		N	99	99

Nota. Elaboración propia

El resultado del coeficiente de Rho de Spearman, como se muestra en la Tabla 8, es de $r = 0,800$, con una significancia bilateral de $p = ,001$ valor que es menor a ($p < 0,05$). En conclusión, existe una correlación positiva muy fuerte y significativa entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de los pertenecientes a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo en el 2022.

Contrastación de la Hipótesis

Para la contrastación de la hipótesis general del tema de investigación se determinó la correlación de Spearman sobre la variable independiente: Cultura Tributaria sobre la dependiente: Desarrollo Empresarial.

Ha: Existe relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de los comerciantes pertenecientes a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo en el 2022.

H0: No existe relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de los comerciantes pertenecientes a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo en el 2022.

Por lo que se toma la hipótesis alterna, demostrada a través de los resultados estadísticos.

V. DISCUSIÓN

Conforme al objetivo específico 1, identificar la cultura tributaria en la Asociación de Comerciantes la Unión del 06 de junio de Ilo, 2022; y de acuerdo a los resultados encontrados, el nivel de cultura tributaria presenta un 44 % de percepción sobre un nivel bajo, el 29 % consideran que se encuentran en un nivel medio y, por último, el 26 % se consideran en un nivel alto, como se puede apreciar casi la mitad de los encuestados se encuentran en un nivel bajo de cultura tributaria; además con respecto de la dimensión conocimiento tributario el 44% de comerciantes se encuentran en un nivel bajo, mientras que en la dimensión conciencia tributaria el 36% está de igual forma en un nivel bajo; todo esto debido a una carencia de cultura tributaria, desconocimiento o una ausencia de interés con respecto a estos temas; además de una baja conciencia en cumplir con las obligaciones fiscales por la poca motivación y capacitación de las entidades tributarias hacia los comerciantes.

Estos resultados son corroborados con Chero, et al. (2021) quienes hallaron que los factores como la falta de comprensión del sistema tributario, su falta de participación en las negociaciones y la escasa información oportuna por parte de la SUNAT a los vendedores ocasiona una baja cultura tributaria entre ellos, a su vez afirma que los profesionales en el campo deben evaluar su relevancia para los contribuyentes, puesto que como mencionan Gaber y Gruevsk (2018) en donde concluyen que un mayor cumplimiento de las obligaciones fiscales hace referencia a una construcción de puntos más altos para la moral fiscal. Así mismo los resultados son corroborados por Marca y Velásquez (2019) en donde concluyen que una cultura baja promueve de manera negativa la evasión fiscal por parte de los comerciantes del mercado debido a un bajo nivel de conocimiento; por otro lado, Nurlela et al. (2021) concluyen que ante mayor comprensión fiscal, influye en el cumplimiento de los contribuyentes; para Kuandykov et al. (2021) analizaron que un nivel de cultura fiscal es la base del cumplimiento de las obligaciones fiscales, con la formación de contribuyentes honestos hacia el aumento de la confianza con las instituciones gubernamentales.

En este sentido, con base en los resultados anteriores y analizando, encontramos que ante una poca cultura tributaria, del cual está relacionado a una

poca conciencia y poco conocimiento tributario, conlleva a la posibilidad de no cumplir con todas o ciertas obligaciones fiscales, conduciendo al riesgo de tener problemas con la entidad tributaria y entidades fiscalizadoras, que podría causar situaciones perjudiciales a los pertenecientes de la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022.

Referido al objetivo específico 2, evaluar el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022; en relación a los resultados, el 38 % de los comerciantes presentan un nivel bajo, asimismo, el 34 % de ellos presentan un nivel medio y solo el 27 % presentan un nivel alto en cuanto a desarrollo empresarial; además con respecto a la dimensión creatividad se presenta que un 45 % se encuentran en un nivel bajo, mientras que en la dimensión innovación un 42% está igualmente sobre el nivel bajo; esto es debido a una baja percepción en la iniciativa, en mejorar, innovar, en la falta de incorporar un valor agregado al negocio, así como la ausencia de anticipar reduciendo riesgos; lo cual da como resultado conducir a tener un bajo desarrollo empresarial.

Estos resultados guardan relación con Melo et al. (2020) donde concluyeron que las personas manifestaron desconocer la existencia de procesos de investigación, innovación y desarrollo en Girardot, en donde mencionan la falta de inversión en unidades encargadas de la investigación, el diseño y la innovación; así mismo Fernández y Beltrán (2021) concluyeron que los emprendedores que luchan por el crecimiento continuo reducen significativamente el riesgo de fracaso, debido al interés por luchar en el mercado que les obliga a generar ideas innovadoras, mejorando cada proceso para ser más productivos y a la vez altamente competitivos dentro del mercado; puesto que como mencionan Abdul y Wang (2018) en donde concluyen que invertir en oportunidades que reduzcan la presión sobre las empresas, fomenta el cumplimiento de las obligaciones fiscales. No obstante, Castañeda (2017) concluye que la falta de ayuda de las autoridades ha creado incertidumbre entre los emprendedores, así como una carencia de difusión de programas sobre emprendimiento desaprovechando las oportunidades que el estado da para crecer como empresa.

En este sentido, con base en los resultados anteriores y analizando, encontramos que ante un bajo nivel de desarrollo empresarial y de la misma manera un bajo nivel en las dimensiones de creatividad e innovación, menor será

para el comerciante que pueda avanzar como negocio y desarrollarse correctamente en el ámbito empresarial.

Referido al objetivo específico 3, establecer la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022 y conforme a los resultados obtenidos, se pudo determinar el cruce de niveles de información de las dos variables de estudio, donde se observa los niveles Bajo, Medio y Alto; que presentan los porcentajes compartidos, referentes a una relación causa – efecto o incidencia de la variable independiente hacia la dependiente, de la cultura tributaria en el desarrollo empresarial. En donde el nivel bajo para ambas variables fue de 16.2%, el nivel medio de 10.1% y el nivel alto con un 6.1% de acuerdo a la tabla cruzada de ambas variables (Tabla 7).

Estos resultados guardan relación con Bayona (2020) quien concluye que, con una alta cultura tributaria, con buen sentido de las obligaciones tributarias, la recaudación de impuestos sería más eficiente porque es la base del apoyo del país. De igual forma Hinojosa (2019) quien afirma que una forma de acrecentar los ingresos de los comerciantes es a través de una buena educación fiscal, sobre todo en aquellos pequeños empresarios, para que de esta forma puedan acrecentar su desarrollo empresarial, quienes deben cumplir con sus obligaciones tributarias si desean desenvolverse de mejor manera en el ámbito empresarial. Cabrera, et al. (2021) y Marca & Velásquez (2019) obtuvieron como resultado que existe una relación entre la cultura tributaria con la evasión fiscal y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que consideran que el sistema tributario peruano no tiene la capacidad suficiente para ser eficiente; para que las empresas se desarrollen deben ser conscientes de la importancia de la recaudación tributaria. Por otro lado, Góngora (2019) concluyó que existe relación positiva y representativa entre la legitimidad social tributaria y su relación con la cultura tributaria en el distrito de Pacocha.

Referido al objetivo general, determinar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de junio de Ilo, 2022; conforme a los resultados obtenidos siendo el resultado, según el coeficiente Rho de Spearman, de $r= 0,800$ ", con una significancia menor a 0.05, aceptando la hipótesis alterna, concluyendo que existe una correlación positiva

fuerte entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo en el 2022.

Estos resultados son corroborados con Suarez (2018) donde concluyó que hay una buena correlación acompañada de una significancia, de la cultura tributaria y el desarrollo empresarial de la industria textil MYPE. Romero y Colmenares (2021) mencionan que la evasión tributaria generada por una falta de cultura tributaria ha originado que el país y demás empresas no se desarrollen bien empresarialmente, por la consecuencia de la reducción de recaudo fiscal, siendo estos de gran utilidad para financiar necesidades básicas; además estos resultados en la investigación coinciden con Ramírez et al. (2020) donde mencionan que el principal problema es el desconocimiento de los contribuyentes sobre el pago oportuno de los impuestos, para mejorar la gestión de los recursos financieros, económicos y administrativos, para reducir la brecha recaudatoria fiscal; provocada por los contribuyentes al no construir una adecuada cultura fiscal. De lo cual Romero y Rosales (2018) concluyen que la responsabilidad social en camino sobre una cultura fiscal es primordial, si las empresas cumplen con su cultura tributaria, el estado recompensará a la sociedad a través de los servicios públicos. Por otro lado, el estudio de Larrochelle et al. (2021) difieren con los resultados de esta investigación puesto que previamente a una capacitación al personal de su estudio, concluyeron que la educación financiera y la cultura tributaria han hecho aportes significativos en su asociación, puesto que la capacitación brindada puede esclarecer los principales objetivos para el logro de la toma de decisiones de la empresa.

En este sentido, en base a los resultados obtenidos y analizando, el desarrollo empresarial involucra también que los comerciantes tengan una conciencia y conocimiento tributario, la cual se relaciona con la cultura tributaria; confirmando que, mientras mayor cultura se tenga, mayor será el desarrollo empresarial.

VI. CONCLUSIONES

Tras la realización e interpretación de resultados realizada en párrafos anteriores, a continuación, se presentan las conclusiones de los hallazgos encontrados:

1. Se concluye mediante la prueba de correlación de Spearman la existencia de una correlación positiva y significativa de la variable cultura tributaria con el desarrollo empresarial, con un valor de 0,800; con una significancia bilateral de $p=,001$ valor que es menor a 0,05; aceptando la hipótesis alterna; por lo que, ante una mayor cultura tributaria, mayor será el desarrollo empresarial de la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.
2. Se concluye mediante la aplicación del instrumento en la Asociación de Comerciantes la Unión del 06 de Junio de Ilo, 2022, que el nivel de la cultura tributaria es baja en un 44,4 % debido a que presentan un bajo nivel en conciencia y conocimiento tributario, así mismo debido a una carencia de cultura tributaria y a un desconocimiento con respecto a estos temas; además de una baja conciencia en cumplir con las obligaciones fiscales por la baja motivación de las entidades tributarias hacia los comerciantes.
3. Se concluye mediante la aplicación del instrumento en la Asociación de Comerciantes la Unión del 06 de Junio de Ilo, 2022, que el nivel de desarrollo empresarial es bajo en un 38,4% debido a que presentan bajos niveles en creatividad e innovación, así mismo debido a una baja percepción en la iniciativa, en mejorar, e innovar, en ser original, en la falta de incorporar un valor agregado al negocio, así como una ausencia de anticipar reduciendo riesgos; lo cual da como resultado conducir a tener un bajo desarrollo empresarial.
4. Se concluye una relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022, puesto que los niveles Bajo, Medio y Alto que presentan los porcentajes compartidos de la cultura tributaria en el desarrollo empresarial; el nivel bajo tiene mayor participación en comparación a los otros niveles, con un valor de 16.2%, el nivel medio de 10.1% y el nivel alto con un 6.1%, concluyendo que el nivel bajo de cultura tributaria causa también un bajo nivel de desarrollo empresarial en los comerciantes de la Asociación la Unión, de lo cual se evidencia una relación.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Estado y a la Municipalidad Provincial de Ilo, capacitar a los comerciantes en temas relacionados a la tributación y al desarrollo empresarial que les permita mejorar sus indicadores en conocimiento, conciencia tributaria y creatividad e innovación empresarial, para que de esta manera no acudan a evadir impuestos por falta de desconocimiento y comprendan la importancia de los tributos.
2. Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) que impartan talleres y/o capacitaciones en materia de conocimiento tributario a la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, así como también en conciencia tributaria, puesto que muchos de los comerciantes pueden considerar el pagar impuestos como algo que no les beneficia en lo absoluto, por lo que se debe dar a conocer los beneficios para ellos y la sociedad.
3. Se hace la recomendación al Centro de Educación, Organización y Promoción del Desarrollo – Ilo (CEOP ILO) desarrollar talleres de innovación empresarial para la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, con la finalidad de que adquieran conocimientos para desarrollar estrategias y técnicas de ventas que les permita incrementar su cartera de clientes; además de talleres informativos de gestión empresarial para la prevención de riesgos.
4. Se recomienda al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) que lleve a cabo programas de capacitación en cultura financiera a las asociaciones de comerciantes, con el fin de que puedan conocer más sobre sus finanzas como asociación, que les permitan acceder a financiamientos u otro tipo de apoyo de entidades financieras y gubernamentales para que puedan desarrollarse empresarialmente en base a sus futuras visiones, planes y objetivos.

REFERENCIAS

- Abdul, F., & Wang, D. (2018). Tax costs and tax compliance behaviour in Kenya [Costos tributarios y comportamiento de cumplimiento tributario en Kenia]. *Journal of Accounting and Taxation*, 10(1), 1-18. <https://academicjournals.org/journal/JAT/article-abstract/7D3A7B555792>
- Allingham, M. G., & Sandmo, A. (1972). *Evasión del Impuesto Sobre la Renta: un análisis teórico*. *Journal of Public Economics*.
- Álvarez, A. (2020). *Clasificación de las investigaciones*. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20mica%202020%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de Investigación*. Arequipa-Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Assumpção, J., Campos, L., Úbeda, J., Sehnem, S., & Vasquez, D. (2022). Green Supply Chain Management and business innovation [Gestión de la cadena de suministro verde e innovación empresarial]. *Journal of Cleaner Production*, 6(1), 102-114. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132877>
- Bayona, L. (2020). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el mercado modelo, Chiclayo, 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán). <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7197/Bayona%20Zapata,%20Luis%20C3%81ngel.pdf?sequence=1>
- Bonjol, I. (2021). The Impac tax knowledge, tax awareness, tax morale toward tax compliance boarding [El conocimiento tributario de Impacto, la conciencia tributaria, la moral tributaria hacia el abordaje del cumplimiento tributario]. *International Journal of Research*, 9(1), 5-7. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i1.2021.2966>
- Boong, H., & Chang, Y. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior [Determinantes de la Intención de

- Cumplimiento Tributario: Enfoque en la Teoría del Comportamiento Planificado]. *International Journal of Public Administration*, 44(1), 62-73. <https://doi.org/10.1080/01900692.2020.1728313>
- Bordones, J., Caraballo, C., & Guevara, J. (2019). Estrategia de concientización para la formación tributaria de los estudiantes de bachillerato en Venezuela. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 3(9), 32-48. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621964639001/html/>
- Cabrera, M. A., Sánchez, M. J., Cachay, L., & Rosas, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 204-218. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8081767.pdf>
- Calderón, R. J., Huilcapi, M. R., Montiel, P. A., Mora, J. E., & Naranjo, D. G. (2018). Desempeño laboral y los procesos administrativos, fuentes de desarrollo empresarial. *Revista de producción, ciencias e investigación*, 2(7), 15-22. <https://scholar.archive.org/work/u3sizfjnfbczjdbadx3vquzpd/access/wayback/http://journalprosciences.com/index.php/ps/article/download/43/52>
- Carvalho, Y. E., Farinango, R. A., & Crespo, M. K. (2019). La Cultura Tributaria y su influencia en los Núcleos de Apoyo Contables y Fiscales de Machala-Ecuador. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(1), 119-124. <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/252/277>
- Castañeda, C. (2017). *Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el distrito de San Pedro de Lloc, provincia de Pacasmayo*. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11573>
- Castro, M. (2021). Fiscal policy during a pandemic [Política fiscal durante una pandemia]. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 125(11), 51-67. <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2021.104088>
- Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M., Rosas, C., & Ramos, N. (2021). Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos. *Ciencia y Desarrollo*, 24(4), 39-47. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2328>
- Chía, M. A., Gómez, J. A., López, C. C., & Porras, S. A. (2018). Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia. *Revista Activos*, 16(30), 1-

28.

- <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/292/2921265002/2921265002.pdf>
CIAT. (2019). *¿Cuáles son las causas de la evasión tributaria?*
<https://www.ciat.org/cuales-son-las-causas-de-la-evasion-tributaria/>
- Córdoba, E., Castillo, J. L., & Castillo, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos*, 1(19), 55-65.
<https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/lampsakos/article/view/2663/2306>
- Crespo, G., Sotomayor, C., & Urdaneta, M. (2021). Impacto del núcleo de apoyo contable y fiscal en la formación de la cultura tributaria. *REVISTA 100-Cs ISSN 0719-5737*, 7(2), 60-72. <https://100cs.cl/carga/wp-content/uploads/2021/03/6-V7-JUKIODIC20212021-100CSREVista-1.pdf>
- Dawood, I., Alwan, R., Azzawi, Z., & Hussein, A. (2020). Tax Culture and its Impact on Tax Activity [La Cultura Tributaria y su Impacto en la Actividad Tributaria]. *International Journal of Innovation*, 10(11), 85-98.
https://www.researchgate.net/publication/339439263_Tax_Culture_and_its_Impact_on_Tax_Activity_Applied_Research_Regarding_the_General_Authority_for_Taxation
- Decreto Legislativo N° 771. (1993). *Ley Marco del Sistema Tributario Nacional*. Diario El Peruano.
<https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/00771.pdf>
- Decreto Supremo N° 133-2013-EF. (2013). *Código Tributario*. Diario El Peruano.
https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/normativa/TUO_13.pdf
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y gestión*(40), 184-202.
<https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810>
- Diario Gestión. (2018). El sistema tributario del Perú y las dificultades que hacen lento su desarrollo. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/dificultades-enfrenta-sistema-tributario-peru-226012-noticia/>
- Egoavil, A. (2018). *La cultura tributaria de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Miraflores - Lima, periodo 2014*. Huancavelica: (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Huancavelica).

- <https://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2948/TESIS-CONTABILIDAD-2018-EGOVIL%20CUSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, E. (2021). Ensayo sobre la importancia de la ética en la labor del contador público en tiempo de pandemia. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 611-625. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.701>
- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica Y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), 62-79. <http://200.14.53.93/index.php/didascalía/article/view/992/997>
- Fernández, S., & Beltrán, L. (2021). *Cultura tributaria: relevancia ante rentabilidad*. Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. <https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/6664>
- Fernández, S., & Beltrán, L. (2021). *Cultura tributaria: relevancia ante rentabilidad*. Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali. <https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/6664>
- Frazer, L., Winkelman, K., & D'Amico, J. (2019). Communication, culture, or rational actors? a review of the literature: Challenge of Tax compliance [¿Comunicación, cultura o actores racionales? una revisión de la literatura: Desafío del Cumplimiento Tributario]. *Journal of Theoretical Accounting Research*, 15(1), 44-79. <https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=sit e&authtype=crawler&jrnl=15565106&AN=138802917&h=QYoCa9d%2fv6hbrs1dhRSexeGpGOosSyBF5%2fjoZ3g9BFJjVcvgxPRPgKhUD9xNTmZ5JCxa26CB52XnLLC%2fl%2f4wQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&result>
- Gaber, S., & Gruevsk, I. (2018). La Influencia de la Cultura Tributaria en la Mejora del Cumplimiento Tributario. *Revista de Economía*, 3(2), 80-88. <https://js.ugd.edu.mk/index.php/JE/article/view/2466>
- Galarza, ., C. (2020). Los alcances de una investigación. *Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-5. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Genesca. (1977). *Motivación y enriquecimiento del trabajo*. Hispano-Europea.

- Góngora, M. E. (2019). *Legitimidad social tributaria y su relación con la cultura tributaria en el distrito de Pacocha, Ilo, 2017*. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10767>
- González, J. L., & Andrade, F. J. (2019). La simulación de negocios y su incidencia en el crecimiento económico. *Yachana Revista Científica*, 8(1), 69-79. <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/585/320>
- González, S. S., Viteri, D. A., Izquierdo, A. M., & Verdezoto, G. O. (2020). Modelo de Gestión Administrativa para el desarrollo empresarial del hotel barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-32.pdf>
- Hasan, E. (2022). Leadership, green innovation, and green creativity: a systematic review [Liderazgo, innovación verde y creatividad verde: una revisión sistemática]. *The Service Industries Journal*, 42(5), 280-320. <https://doi.org/10.1080/02642069.2021.1964482>
- Hernández, R. (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial: propuesta para alcanzar una conciliación fiscal. *Revista de Ciencias Sociales*, 4(1), 41-58. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/racs/article/view/25025>
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la Investigación*. 6. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernandez, S., & Duana, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678>
- Hinojosa, C. A. (2019). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018. *Revista de Investigación Científica*, 2(1), 22-26. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/view/463/840>
- Inasius, F. (2018). Factors Influencing SME Tax Compliance: Evidence from Indonesia [Factores que Influyen en el Cumplimiento Tributario de las PYMES: Evidencia de Indonesia]. *International Journal of Public*

- Jaramillo, S., & Tenorio, J. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Revista Espiritu Emprendedor TES*, 3(1), 64-73. <http://espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/127/91>
- Kuandykov, N., Abil, Y., Utepov, A., Nurkey, A., & Abenova, A. (2021). Investigating the relationship between tax culture and tax communication in Kazakhstan [Investigando la relación entre la cultura tributaria y la comunicación tributaria en Kazajstán]. *Business Perspectives*, 19(3), 15. <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-386/investigating-the-relationship-between-tax-culture-and-tax-communication-in-kazakhstan>
- Larrochelle, G., Macías, F., & Proaño, W. (2021). Educación financiera para el desarrollo de la cultura tributaria en la asociación agropecuaria de Machalilla. *Polo del Conocimiento*, 6(11), 1198-1209. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219334>
- Lujan, R. M. (2019). *La cultura tributaria y el comportamiento de los delitos tributarios en el Perú: periodo 2012-2016*. (Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Trujillo). <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14321/Luj%c3%a1n%20Chinin%c3%adn%20Ruby%20Maril%c3%ba.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manchuria, G., & Mayta, D. (2018). La cultura tributaria según las características de las Mipymes en Moquegua, año 1920 - 2015. *Revista ciencia y tecnología para el desarrollo*, 3(5), 35-42. <https://revistas.ujcm.edu.pe/index.php/rctd/article/view/84>
- Manterola, C. Q., Salazar, P., & García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36-49. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300057/pdf?md5=09531280ebcec199967c6bf4e71be50c&pid=1-s2.0-S0716864019300057-main.pdf>

- Manterola, C., & Otzen, T. (2018). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://www.scielo.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Marca, P., & Velásquez, C. R. (2019). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias, en comerciantes del mercado central de Moquegua, período 2018*. (Tesis de Pregrado, Universidad José Carlos Mariátegui). http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/644/Carmen-Patricia_gradoacademico_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Melo, M., Cifuentes, D., Ramos, C., & Segovia, C. (2020). Desarrollo, creatividad e innovación: Factores para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, 341-354. <https://www.proquest.com/openview/07932f5ab68509ac51e231823d9217fa/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Miranda, M. (2021). Evasión fiscal en Panamá-una revisión teórica al contexto. *Revista Científica Orbis Cognita*, 5(1), 89-105. https://revistas.up.ac.pa/index.php/orbis_cognita/article/view/1987/1554
- Montes, A., Ochoa, J., Juárez, B., Vazquez, M., & Díaz, C. (2021). Aplicación del coeficiente de correlación de Spearman en un estudio de fisioterapia. *Cuerpo Académico de Probabilidad y Estadística BUAP*, 1-4. <https://www.fcfm.buap.mx/SIEP/2021/Extensos%20Carteles/Extenso%20Juliana.pdf>
- Morales, M. C., Echeverría, L. G., Huerta, B. E., & Quinto, E. L. (2019). Cultura tributaria en Hermosillo, Sonora México. *Revista Jurídica del departamento de derecho*, 11(21), 63-80. https://biolox.unison.mx/index.php/biolox_unison_mx/article/view/157
- Navas, G., Silva, N., & Aguilar, M. (2019). Value Added Tax (VAT): evolution and level of timely compliance in the province of Pastaza [Impuesto al valor agregado: evolución y nivel de cumplimiento oportuno en la provincia de Pastaza]. *Dilemas Contemporáneos : Educación, Política y Valore*, 6(1), 1-17.

<https://www.proquest.com/docview/2245657246/F4D4EBB5486B4BFEPQ/>
12

- Neira, M. (2019). La cultura tributaria en la recaudación de los tributos. *Revista científico - profesional*, 4(8), 203-212.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164322>
- Niknamian, S. (2021). Investigating Tax Culture of the Tax Payers of the Iranian Tax Administration [Investigación de la Cultura Tributaria de los Contribuyentes de la Administración Tributaria iraní]. *Board Member of Weston A Price Foundation*, 1(1), 1-10.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3789764
- Nurlela, I., kurniawan, A., & Umiyati, I. (2021). El efecto de la concientización, la moralidad, la cultura tributaria y la justicia distributiva en el cumplimiento del contribuyente. *Revista de investigación contable de Sutaatmadja*, 5(1), 112-129. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i01.699>
- Ojeda, E. D. (2018). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los establecimientos farmacéuticos del Distrito de Moquegua – 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión).
http://200.121.226.32:8080/bitstream/handle/20.500.12840/3388/Ever_Tesis_Licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paredes, R. E., & García, G. H. (2021). Cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Eruditus*, 2(1), 75-89.
<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/390/230>
- Pirela, W. (2022). Influence of university education on the formation of the Tax Culture of the Public Accountant [Influencia de la formación universitaria en la formación de la Cultura Tributaria del Contador Público]. *Scientific Magazine "Visión de Futuro"*, 26(1), 22-37.
<https://www.redalyc.org/journal/3579/357967638002/html/>
- Ramírez, A., Berrones, A., & Ramírez, R. (2020). La planificación tributaria como herramienta para cumplir la relación fiscal en la gestión empresarial. *Polo del Conocimiento*, 5(3), 3-17.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398390>
- Ramos, Y. L. (2018). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercado de Productores de Santa Anita en el*

2017. (Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24365#:~:text=Se%20concluy%C3%B3%2C%20que%20la%20cultura,es%20de%20gran%20importancia%20para>
- Rodriguez. (2021). Boletín Mexicano de Derecho Comparado 160. *Revista del IJ*, 325. <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/download/15982/16798>
- Romero, F., & Rosales, C. (2018). Responsabilidad social empresarial hacia una cultura tributaria en las empresas de servicios. *Dictamen Libre*, 1(22), 63-74. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7030838>
- Romero, R., & Colmenares, Y. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Revista Contacto*, 1(2), 1-13. <https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402/2199>
- Sandoval, S. (2018). *Emprendimiento y formacion empresarial de los trabajadores de la empresa A.W.S constructores S.A.C en el distrito de villa el salvador*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú). <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/831>
- Shihua, C. (2021). The effect of Confucian culture on corporate tax avoidance: evidence from China [El efecto de la cultura confuciana en la evasión de impuestos corporativos: evidencia de China]. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1825105>
- Suarez, P. (2018). *La cultura tributaria y el desarrollo empresarial en las microempresas del sector textil, la victoria -2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú). <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/709>
- Suárez, P. (2018). *La cultura tributaria y el desarrollo empresarial en las microempresas del sector textil. La Victoria - 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú). <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/709/Suarez%20Villavicencio%2c%20Patrick.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Tang, Y. (2020). A review of tax avoidance in China [Una revisión de la evasión fiscal en China]. *China Journal of Accounting Research*, 13(4), 327-338. <https://doi.org/10.1016/j.cjar.2020.10.001>
- Timmons, J. (1999). *New Venture Creation Entrepreneurship for the 21st. Century [Creación de nuevos emprendimientos para el siglo XXI]*, I. Irwin Mc Graw Hill: Boston.
- Torgler, B. (2021). Behavioral Taxation: Opportunities and Challenges [Tributación del Comportamiento: Oportunidades y Desafíos]. *University of Texas Press*, 1(25), 85-102. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/246008/1/2021-25.pdf>
- Valdez, N., & Martínez, P. (2018). La cultura tributaria como mecanismo facilitador de la formalización de los puestos de ventas en el mercado municipal de San Lorenzo. *Población y Desarrollo*, 24(46), 93-98. http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2076-054X2018004600093&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Villalba, L., & Guillén, G. (2018). Valores: perspectiva desde la investigación-acción participativa en la cultura tributaria venezolana. *Revista de Ciencias Humanas*, 13(39), 77-89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7149441>
- Warokka, A., Sjahruddin, H., Sriyanto, S., Noerhartati, E., & Saddhono, K. (2020). Digital Marketing Support and Business Development Using Online Marketing Tools: An Experimental Analysis [Soporte de marketing digital y desarrollo comercial utilizando herramientas de marketing en línea: un análisis experimental]. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1181-1188. https://www.researchgate.net/profile/Ari-Warokka/publication/338908198_Digital_Marketing_Support_and_Business_Development_Using_Online_Marketing_Tools_An_Experimental_Analysis/links/5e4d4da0458515072da8f428/Digital-Marketing-Support-and-Business-Developme
- Zhao, J., Xue, F., Khan, S., & Khatib, S. (2021). Consumer behaviour analysis for business development [Análisis del comportamiento del consumidor para el desarrollo de negocios]. *Aggression and Violent Behavior*, 6(1), 89-95. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101591>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Cultura tributaria	Para Valdez y Martínez (2018) la cultura tributaria se define como un conjunto de valores, actitudes y conocimientos compartidos por la comunidad, en donde proporciona el cumplimiento continuo de las obligaciones tributarias en relación con los impuestos y las leyes que los rigen. Esta es también la percepción del contribuyente sobre el sistema tributario actual en un país en particular.	La variable se midió a través de un cuestionario, que fue aplicado a los comerciantes de la Asociación la Unión del 6 de Junio, dicho cuestionario tuvo 12 ítems, los cuales sirvieron para poder dar respuesta a las preguntas de investigación.	Conocimiento tributario Conciencia tributaria	Sistema tributario Impuestos Código tributario Obligaciones tributarias Cumplimiento voluntario Comportamiento del contribuyente	Ordinal
Desarrollo empresarial	Para Córdoba et al. (2018) el desarrollo empresarial es contribuir hacia el aumento de la creatividad e innovación en diferentes marcos temporales. La creatividad y la innovación deben complementarse porque son dos factores separados, pero cuando se combinan, se vuelven más efectivos.	La variable se midió a través de un cuestionario, que fue aplicado a los comerciantes de la Asociación la Unión del 6 de Junio, dicho cuestionario tuvo 10 ítems, los cuales sirvieron para poder dar respuesta a las preguntas de investigación.	Creatividad Innovación	Originalidad Iniciativa Percepción Cadena de valor Rendimiento del producto	Ordinal

Nota. Elaboración propia (2022)

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO

OBJETIVO:

Determinar la relación entre la cultura tributaria y el desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión del 6 de Junio de Ilo, 2022.

Estimado (a) participante:

Reciba un cordial saludo, mi nombre es Elizabeth Hilaria Chana García, bachiller del TALLER DE TITULACIÓN EN CONTABILIDAD en la Universidad César Vallejo; me permito dirigirme a su persona para complementar mi investigación denominada: Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo, 2022; por lo que su opinión es muy relevante para profundizar mi investigación y llegar a concluir satisfactoriamente.

¡Muchas gracias por anticipado su valiosa colaboración!

A continuación, me permito formular las siguientes preguntas de acuerdo a las variables y dimensiones en estudio:

Escala de medición:

Totalmente en desacuerdo = 1

En desacuerdo = 2

Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3

De acuerdo = 4

Totalmente de acuerdo = 5

Variable independiente: Cultura Tributaria	Escala de medición				
Dimensión: Conocimiento Tributario	1	2	3	4	5
1. Crees que el actual sistema tributario, logra satisfacer la gran necesidad de captación de tributos de todo el país.					
2. Considera que un sistema tributario adecuado ayudará a mantener un eficiente cumplimiento.					
3. Cree justo los porcentajes de los impuestos del Perú.					
4. Considera que los recaudos han ayudado a financiar los gastos públicos.					
5. Considera que como comerciante debería ser necesario conocer los impuestos que usted paga.					
6. Usted tiene conocimiento sobre las multas o sanciones por evasión de impuestos.					
Dimensión: Conciencia Tributaria	1	2	3	4	5
7. Usted estaría dispuesto a cumplir con las obligaciones tributarias impuestas.					
8. Cree que, si todas las personas con negocio cumplen con sus obligaciones tributarias, se brindará de manera eficiente los servicios públicos.					
9. Estaría dispuesto a cumplir de manera voluntaria las obligaciones impuestas por el Estado.					
10. Considera que a los contribuyentes les falta motivación por parte de SUNAT para poder cumplir voluntariamente en la parte tributaria.					
11. Cree usted que, si un contribuyente tiene buen comportamiento, le traerá consigo beneficios tributarios.					
12. Considera que el comportamiento del contribuyente es afectado por los ineficientes servicios que brinda el estado.					

Variable dependiente: Desarrollo Empresarial	Escala de medición				
Dimensión: Creatividad	1	2	3	4	5
13. Cree usted que la originalidad ayudará al desarrollo de su negocio.					
14. Considera que su negocio es original permitiendo que se diferencie de los demás.					
15. Considera que como comerciante la iniciativa es un factor influyente para que se desarrolle empresarialmente.					
16. Cree que existe iniciativa entre los comerciantes de la Asociación la Unión.					
17. Considera que el cliente tiene buena imagen y percepción de su negocio.					
18. Cree justo que, si la empresa crece, tenga que pagar más impuesto.					
Dimensión: Innovación	1	2	3	4	5
19. Considera necesario generar valor agregado a los productos para diferenciarse de la competencia.					
20. Considera usted que sus productos tienen un valor agregado ante los productos comercializados en supermercados.					
21. Ha comprado algún producto de mala calidad, solo por no pagar impuestos.					
22. El producto se vende a menor precio, porque se compró sin comprobante.					

Anexo 3: Fiabilidad de las variables

Escala: Variable “Cultura tributaria”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,631	12

Según la aplicación de la prueba piloto, el coeficiente de Alfa de Cronbach es de 0,631 lo que indica que el instrumento es CONFIABLE.

Escala: Variable “Desarrollo empresarial”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,703	10

Según la aplicación de la prueba piloto, el coeficiente de Alfa de Cronbach es 0,703 lo que indica que el instrumento es MUY CONFIABLE.

Anexo 4: Cálculo de la muestra

POBLACIÓN FINITA

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

POBLACIÓN	N	133	
COEFICIENTE DE CONFIANZA	Z	1.96	3.8416
PROBABILIDAD A FAVOR	p	0.5	
PROBABILIDAD EN CONTRA	q	0.5	
ERROR MUESTRAL	e	5%	0.00250
		5%	

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

$$n = \frac{127.73}{1.290}$$

$$n = 99$$

Anexo 5: Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señorita:

Mg. CPC Mya Flore Garro Minaya

Presente

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

Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el título Profesional de Contador Público.

El título de mi investigación es "Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo" 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 contables, financieros y/ tributarios.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

Chana García Elizabeth Hilaria

D.N.I. 71719381

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

LA CULTURA TRIBUTARIA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSIÓN 1: Conocimiento tributario							
1.	Creer que el actual sistema tributario, logra satisfacer la gran necesidad de captación de tributos de todo el país.	X		X		X		
2.	Considera que un sistema tributario adecuado ayudará a mantener un eficiente cumplimiento.	X		X		X		
3.	Creer justo los porcentajes de los impuestos del Perú.	X		X		X		
4.	Considera que los recaudos han ayudado a financiar los gastos públicos.	X		X		X		
5.	Considera que como comerciante debería ser necesario conocer los impuestos que usted paga.	X		X		X		
6.	Usted tiene conocimiento sobre las multas o sanciones por evasión de impuestos.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Conciencia tributaria							
7.	Usted estaría dispuesto a cumplir con las obligaciones tributarias impuestas.	X		X		X		
8.	Creer que, si todas las personas con negocio cumplen con sus obligaciones tributarias, se brindará de manera eficiente los servicios públicos.	X		X		X		
9.	Estaría dispuesto a cumplir de manera voluntaria las obligaciones impuestas por el Estado.	X		X		X		
10.	Considera que a los contribuyentes les falta motivación por parte de SUNAT para poder cumplir voluntariamente en la parte tributaria.	X		X		X		
11.	Creer usted que, si un contribuyente tiene buen comportamiento, le traerá consigo beneficios tributarios.	X		X		X		
12.	Considera que el comportamiento del contribuyente es afectado por los ineficientes servicios que brinda el estado.	X		X		X		

Observaciones (preclear si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Ilo 17 de Mayo del 2022.

Apellidos y nombres del juez evaluador:

Garro Minaya, Mya Flore

DNI: 32945925

Especialidad del evaluador:

CPC MAGISTER

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
EL DE SARROLLO EMPRESARIAL**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSIÓN 1: Creatividad							
1.	Cree usted que la originalidad ayudará al desarrollo de su negocio.	X		X		X		
2.	Considera que su negocio es original permitiendo que se diferencie de los demás.	X		X		X		
3.	Considera que como comerciante la iniciativa es un factor influyente para que se desarrolle empresarialmente.	X		X		X		
4.	Cree que existe iniciativa entre los comerciantes de la Asociación la Unión.	X		X		X		
5.	Considera que el cliente tiene buena imagen y percepción de su negocio.	X		X		X		
6.	Cree justo que, si la empresa crece, tenga que pagar más impuesto.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Innovación	SI	No	SI	No	SI	No	
7.	Considera necesario generar valor agregado a los productos para diferenciarse de la competencia.	X		X		X		
8.	Considera usted que sus productos tienen un valor agregado ante los productos comercializados en supermercados.	X		X		X		
9.	Ha comprado algún producto de mala calidad, solo por no pagar impuestos.	X		X		X		
10.	El producto se vende a menor precio, porque se compró sin comprobante.	X		X		X		

Observaciones (preclarar si hay suficiencia): Si hay suficiencia
Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Ilo, 17 de Mayo del 2022.

Apellidos y nombres del juez evaluador:

Garro Minaya, Mya Flore

DNI: 32945925

Especialidad del evaluador:
CPC MAGISTER

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

CPC Mya Flore Garro Minaya
CCLL 02-7301

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Mg. Puicon Llontop Victor Enrique

Presente

Asunto: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTO.

Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el título Profesional de Contador Público.

El título de mi investigación es "Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo" 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 contables, financieros y/ tributarios.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

Chana García Elizabeth Hilaria

D.N.I. 71719361

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

LA CULTURA TRIBUTARIA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: Conocimiento tributario								
1.	Crees que el actual sistema tributario, logra satisfacer la gran necesidad de captación de tributos de todo el país.	X		X		X		
2.	Considera que un sistema tributario adecuado ayudará a mantener un eficiente cumplimiento.	X		X		X		
3.	Cree justo los porcentajes de los impuestos del Perú.	X		X		X		
4.	Considera que los recaudos han ayudado a financiar los gastos públicos.	X		X		X		
5.	Considera que como comerciante debería ser necesario conocer los impuestos que usted paga.	X		X		X		
6.	Usted tiene conocimiento sobre las multas o sanciones por evasión de impuestos.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Conciencia tributaria								
7.	Usted estaría dispuesto a cumplir con las obligaciones tributarias impuestas.	X		X		X		
8.	Cree que, si todas las personas con negocio cumplen con sus obligaciones tributarias, se brindará de manera eficiente los servicios públicos.	X		X		X		
9.	Estaría dispuesto a cumplir de manera voluntaria las obligaciones impuestas por el Estado.	X		X		X		
10.	Considera que a los contribuyentes les falta motivación por parte de SUNAT para poder cumplir voluntariamente en la parte tributaria.	X		X		X		
11.	Cree usted que, si un contribuyente tiene buen comportamiento, le traerá consigo beneficios tributarios.	X		X		X		
12.	Considera que el comportamiento del contribuyente es afectado por los ineficientes servicios que brinda el estado.	X		X		X		

Apellidos y nombres del juez validador: **PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE**

DNI: **16498965**

Especialidad del validador: **MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL**

FECHA: **4 DE JUNIO DEL 2022**



PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE
DOCENTE DE UCV – FILIAL PIURA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
EL DESARROLLO EMPRESARIAL**

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSIÓN 1: Creatividad							
1.	Cree usted que la originalidad ayudará al desarrollo de su negocio.	X		X		X		
2.	Considera que su negocio es original permitiendo que se diferencie de los demás.	X		X		X		
3.	Considera que como comerciante la iniciativa es un factor influyente para que se desarrolle empresarialmente.	X		X		X		
4.	Cree que existe iniciativa entre los comerciantes de la Asociación la Unión.	X		X		X		
5.	Considera que el cliente tiene buena imagen y percepción de su negocio.	X		X		X		
6.	Cree justo que, si la empresa crece, tenga que pagar más impuesto.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Innovación	SI	No	SI	No	SI	No	
7.	Considera necesario generar valor agregado a los productos para diferenciarse de la competencia.	X		X		X		
8.	Considera usted que sus productos tienen un valor agregado ante los productos comercializados en supermercados.	X		X		X		
9.	Ha comprado algún producto de mala calidad, solo por no pagar impuestos.	X		X		X		
10.	El producto se vende a menor precio, porque se compró sin comprobante.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **HAY SUFICIENCIA**

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

Apellidos y nombres del juez validador: **PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE**

DNI: **16498965**

Especialidad del validador: **MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL**

FECHA: **4 DE JUNIO DEL 2022**



PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE
DOCENTE DE UCV – FILIAL PIURA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Dr. Armijo Garcia Victor Hugo

Presente

Asunto: VALIDACION DE INSTRUMENTOS A TRAVES DE JUICIO DE EXPERTO.

Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el título Profesional de Contador Público.

El título de mi investigación es "Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo" 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 contables, financieros y/ tributarios.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente.



Firma

Chana García Elizabeth Hilaria

D.N.I. 71719381

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

LA CULTURA TRIBUTARIA

Nº	DIMENSIONES / ítem	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Conocimiento tributario							
1.	Creer que el actual sistema tributario, logra satisfacer la gran necesidad de captación de tributos de todo el país.	X		X		X		
2.	Considera que un sistema tributario adecuado ayudará a mantener un eficiente cumplimiento.	X		X		X		
3.	Creer justo los porcentajes de los impuestos del Perú.	X		X		X		
4.	Considera que los recaudos han ayudado a financiar los gastos públicos.	X		X		X		
5.	Considera que como comerciante debería ser necesario conocer los impuestos que usted paga.	X		X		X		
6.	Usted tiene conocimiento sobre las multas o sanciones por evasión de impuestos.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Conciencia tributaria							
7.	Usted estaría dispuesto a cumplir con las obligaciones tributarias impuestas.	X		X		X		
8.	Creer que, si todas las personas con negocio cumplen con sus obligaciones tributarias, se brindará de manera eficiente los servicios públicos.	X		X		X		
9.	Estaría dispuesto a cumplir de manera voluntaria las obligaciones impuestas por el Estado.	X		X		X		
10.	Considera que a los contribuyentes les falta motivación por parte de SUNAT para poder cumplir voluntariamente en la parte tributaria.	X		X		X		
11.	Creer usted que, si un contribuyente tiene buen comportamiento, le traerá consigo beneficios tributarios.	X		X		X		
12.	Considera que el comportamiento del contribuyente es afectado por los ineficientes servicios que brinda el estado.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: ARMIJO GARCIA, VICTOR HUGO

DNI: 15725558

Especialidad del validador: DOCTOR EN EDUCACIÓN / CONTADOR PUBLICO

FECHA: 5 DE JUNIO 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

Victor H. Armijo G.

ARMIJO GARCIA, VICTOR HUGO
DOCENTE DE UCV – FILIAL LIMA

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:
EL DESARROLLO EMPRESARIAL**

N°	DIMENSIONES / Ítem	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSIÓN 1: Creatividad							
1.	Cree usted que la originalidad ayudará al desarrollo de su negocio.	X		X		X		
2.	Considera que su negocio es original permitiendo que se diferencie de los demás.	X		X		X		
3.	Considera que como comerciante la iniciativa es un factor influyente para que se desarrolle empresarialmente.	X		X		X		
4.	Cree que existe iniciativa entre los comerciantes de la Asociación la Unión.	X		X		X		
5.	Considera que el cliente tiene buena imagen y percepción de su negocio.	X		X		X		
6.	Cree justo que, si la empresa crece, tenga que pagar más impuesto.	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Innovación	SI	No	SI	No	SI	No	
7.	Considera necesario generar valor agregado a los productos para diferenciarse de la competencia.	X		X		X		
8.	Considera usted que sus productos tienen un valor agregado ante los productos comercializados en supermercados.	X		X		X		
9.	Ha comprado algún producto de mala calidad, solo por no pagar impuestos.	X		X		X		
10.	El producto se vende a menor precio, porque se compró sin comprobante.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: ARMIJO GARCIA, VICTOR HUGO

DNI: 15725558

Especialidad del validador: DOCTOR EN EDUCACIÓN / CONTADOR PUBLICO

FECHA: 5 DE JUNIO 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

Victor H. Armijo G.

ARMIJOGARCIA, VICTOR HUGO
DOCENTE DE UCV – FILIAL LIMA

Anexo 6: Validez de contenido

Índice V de Aiken

VARIABLE INDEPENDIENTE

ÍTEM	E1	E2	E3	S	V
1	1	1	1	3	1.00
2	1	1	1	3	1.00
3	1	1	1	3	1.00
4	1	1	1	3	1.00
5	1	1	1	3	1.00
6	1	1	1	3	1.00
7	1	1	1	3	1.00
8	1	1	1	3	1.00
9	1	1	1	3	1.00
10	1	1	1	3	1.00
11	1	1	1	3	1.00
12	1	1	1	3	1.00
PROMEDIO					1.00

VARIABLE DEPENDIENTE

ÍTEM	E1	E2	E3	S	V
1	1	1	1	3	1.00
2	1	1	1	3	1.00
3	1	1	1	3	1.00
4	1	1	1	3	1.00
5	1	1	1	3	1.00
6	1	1	1	3	1.00
7	1	1	1	3	1.00
8	1	1	1	3	1.00
9	1	1	1	3	1.00
10	1	1	1	3	1.00
PROMEDIO					1.00

Anexo 7: Autorización de aplicación del instrumento firmado por la respectiva autoridad

Ilo, 13 de Abril de 2022

Sr.

FLORENCIO DAMIAN PARIPANCA CHOQUE

PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE COMERCIANTES LA UNION DEL 6 DE JUNIO

Ciudad, Ilo

Yo, **ELIZABETH HILARIA CHANA GARCIA**, con DNI **71719361**, bachiller de la Universidad Cesar Vallejo ante usted, respetuosamente me permito solicitar me pueda conceder la respectiva autorización para realizar el trabajo de investigación, en la Asociación que usted acertadamente representa, con el tema "Cultura Tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de comerciantes la Unión de Ilo, 2022" dentro del programa de **Taller de Titulación en Contabilidad**.

La información de la empresa será utilizada únicamente con fines académicos.

Por la atención gentil que se digne conceder al presente, anticipo las debidas gracias, no sin antes reiterar mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Elizabeth Hilaria Chana García

DNI: 71719361

SOLICITANTE

13-04-22

Dicho
ASOCIACION DE COMERCIANTES
LA UNION DEL 6 DE JUNIO - ILO

.....
PRESIDENTE

Ilo, 16 de Abril de 2022

Srta.

ELIZABETH HILARIA CHANA GARCIA
BACHILLER- UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO –PERÚ

Presente,

De mis consideraciones:

En respuesta a la solicitud con fecha 13 de Abril de 2022, debo indicar que la Asociación de Comerciantes la Unión del 06 de Junio, autorizo para que usted pueda realizar el trabajo de investigación "CULTURA TRIBUTARIA Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION DE COMERCIANTES LA UNION DE ILO, 2022", esperamos que la información entregada a su persona sea manejada de forma confidencial y este le sirva para culminar sus estudios.

En espera de cualquier inquietud o comentario me suscribo, con sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

ASOCIACION DE COMERCIANTES
LA UNION DEL 6 DE JUNIO - ILO


.....
PRESIDENTE

FLORENCIO DAMIAN PARIPANCA CHOQUE
PRESIDENTE - ASOCIACION DE
COMERCIANTES LA UNION DEL
6 DE JUNIO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCÍA CLAVO NILA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo, 2022", cuyo autor es CHANA GARCIA ELIZABETH HILARIA, 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.

TRUJILLO, 20 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARCÍA CLAVO NILA DNI: 43815291 ORCID 0000-0002-9043-3883	Firmado digitalmente por: GCLAVON el 20-08-2022 04:06:39

Código documento Trilce: TRI - 0421328