

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“CULTURA TRIBUTARIA COMO MEDIO DE FORMALIZACIÓN EN LAS
MYPES COMERCIALES DEL MERCADO DE ABASTOS ATAHUALPA
DEL DISTRITO DE LOS BAÑOS DEL INCA, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Contadora Pública

Autora:

Maria Esther Diaz Peregrino

Asesor:

MCs. C.P.C.C. Segundo José Ispilco Bolaños

<https://ordic.org/0000-0002-2674-5815>

Cajamarca – Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JOSÉ ALEXANDER GUEVARA RAMÍREZ	80396738
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	SONIA JACQUELINE CABRERA RAMÍREZ	41359205
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	ELMER MIGUEL SALDAÑA PEREZ	43619397
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

INFORME ESTHER -12-06-2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	12%	7%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Claudia Rodríguez-Ulloa, Marco Rivera-Jacinto, Juana del Valle-Mendoza, Corpus Cerna et al. "Risk factors for human fascioliasis in schoolchildren in Baños del Inca, Cajamarca, Peru", Transactions of The Royal Society of Tropical Medicine and Hygiene, 2018 Publicación	3%
2	www.postgrados.cunoc.edu.gt Fuente de Internet	1%
3	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
5	vsip.info Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez	1%

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios, que me ha
dado la vida, salud y fortaleza, para terminar este trabajo
de investigación, a mis padres, hermanos por estar ahí en
los momentos más difíciles, en especial a mi madre por
su ayuda en los momentos más difíciles.

María Esther Diaz Peregrino

AGRADECIMIENTO

A través de este trabajo de investigación, agradecer infinitamente a todos aquellos que sumaron para cumplir este objetivo tan anhelado.

En primer lugar, a Dios por su guía en toda mi vida y ayudarme a cumplir con todos mis objetivos. Asimismo, agradecer a mi Asesor de tesis, MCs. C.P.C.C. Segundo José Ispilco Bolaños, por su apoyo que ha brindado en este trabajo; así como a la Universidad Privada del Norte por los conocimientos brindados a lo largo de mi carrera.

A mis padres Faustino Diaz Gutiérrez y Santos Peregrino Gutiérrez y hermanos, quienes han sido mi apoyo moral y emocional en mi vida para lograr este objetivo. Gracias por su comprensión y amor.

María Esther Diaz Peregrino

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	101
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	31
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	37
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	63
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	67
REFERENCIAS.....	68
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Evaluación de la Matriz de Validación.....	29
Tabla 2 Escala de confiabilidad	30
Tabla 3 Prueba de normalidad	53
Tabla 4 Correlación de las variables cultura tributaria y formalización de MYPES.....	58
Tabla 5 Correlación de las variables de la hipótesis específica 1	59
Tabla 6 Correlación de las variables de la hipótesis específica 2	56
Tabla 7 Correlación de las variables de la hipótesis específica 3	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama correlacional entre variables	
Figura 2 Considera usted que el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región	33
Figura 3 Con qué frecuencia realiza usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias	34
Figura 4 Usted estaría interesado en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla.....	35
Figura 5 Considera usted que es importante los beneficios tributarios para su negocio	36
Figura 6 Considera usted que el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes	37
Figura 7 Considera usted que los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo	38
Figura 8 Considera usted que cumplir con nuestras obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad.....	39
Figura 9 Usted ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT	40
Figura 10 Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.....	41
Figura 11 Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias. 86	
Figura 12 La Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC.....	43
Figura 13 La formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos	44
Figura 14 Los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente.....	45
Figura 15 Cree usted que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES.....	46
Figura 16 Cree usted que el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario	47
Figura 17 Considera usted que al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico	48
Figura 18 Considera usted que es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos	49

Figura 19 Considera usted que se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias..... 50

Figura 20 La formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales 51

Figura 21 Conoce usted los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES 52

RESUMEN

La Cultura tributaria es fundamental, permite corregir y reducir las imperfecciones del mercado, logrando un mecanismo mediante el cual los recursos dejados de percibir por el gobierno se convierten en nueva inversión. El objetivo de la presente investigación es determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización de las MYPES comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, año 2021. La metodología es descriptivo correlacional, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población está constituida por 64 MYPES, la muestra estuvo compuesta por el mismo número de la población 64 MYPES. Para la recolección de datos se efectuó mediante la técnica de la encuesta, bajo la modalidad de dos cuestionarios escala de Likert, reportando una alta confiabilidad (0,911), se procesó la información en el programa estadístico SPSS Vs. 26. En los resultados se aplicó Rho de Spearman, demostrando que existe una correlación alta entre las variables cultura tributaria y la formalización de las MYPES comerciales del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, donde el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.570, lo que indica que hay una correlación alta entre las variables de estudio.

PALABRAS CLAVES: Empresa, crecimiento, obligaciones, mercado.

ABSTRACT

The tax Culture is essential, it allows correcting and reducing market imperfections, achieving a mechanism through which the resources not received by the government become new investment. The objective of the present investigation is to determine the relationship of the Tax Culture with the Formalization of the commercial MYPES of the Atahualpa Supply Market of the District of the Baños del Inca, year 2021. The methodology is descriptive correlational, with a quantitative approach and non-experimental design. The population is made up of 64 MYPES, the sample was composed of the same number of the population 64 MYPES. For the data collection, it was carried out through the survey technique, under the modality of two Likert scale questionnaires, reporting a high reliability (0.911), the information was processed in the statistical program SPSS Vs. 26. In the results it was applied Spearman's Rho, demonstrating that there is a high correlation between the tax culture variables and the formalization of the commercial MYPES of the Atahualpa food market of the Baños del Inca District, where the Spearman's Rho statistical value is 0.570, which indicates that there is a high correlation between the study variables.

KEYWORDS: Company, growth, obligations, market.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el mundo actual la cultura tributaria es un problema que imposibilita cubrir las expectativas de recaudación de los impuestos de forma eficiente en todos los gobiernos a nivel mundial, ocasionado por la falta de cultura tributaria por parte de los contribuyentes, siendo un obstáculo que debilita la estructura económica de los gobiernos. Se conoce que la mayoría de los ciudadanos no conciben la tributación como un deber y expectativa del estado para cubrir las diferentes necesidades que tiene la población. Esto se puede presenciar en los países como África y en China, los cuales se ven perjudicados por una débil cultura tributaria; es así, que el gobierno de Estados Unidos ha recolectado \$345 billones por debajo de lo estimado en la recaudación de impuestos. (Rodríguez, 2017).

En cuanto a América Latina, las obligaciones tributarias, no presenta un tema aislado, en relación con el tema de cultura tributaria, puesto que todo lo que se constituye como una obligación tributaria, automáticamente es rechazado por el contribuyente; por lo que, es difícil asumir un alto nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias. En ese sentido, García (2019), manifiesta que todos los Estados se preocupan por frenar la competencia fiscal, la misma que es promovida por algunos países que no cumplen las normas de información tributaria. Es así como Huisa (2020), propone que todos los países de América Latina deben de trabajar de manera más coordinada en las organizaciones, en tema de tributación, colocando más énfasis en acciones de orientación y capacitación sobre cultura tributaria. Además, por la falta de conocimiento llega a existir una frustración generaliza por parte de los contribuyentes al no ver reflejado sus aportes en las obras de sus pueblos, teniendo gran parte de las obras inconclusas por años, siendo la causa principal la corrupción. Entonces, frente a lo mencionado, Gómez y Montenegro (2019) indican que, para obtener una estabilidad económica y estrategias de desarrollo, los gobiernos de los países deben de tener como tema primordial la lucha contra la evasión tributaria.

En tanto el Perú, la cultura tributaria es considerada como un tema trascendental, por lo que la recaudación tributaria no es un tema reciente, se viene realizando desde épocas incaicas; sin embargo, desde tiempos atrás presenta un sin número de problema, por cuanto, muchas personas con negocios e incluso personas particulares, no tienen conocimientos

tributarios, por esta razón, cada vez más personas evaden el pago de impuestos, pensando que los recursos recaudados por el estado no son bien distribuidos para cubrir la demanda social, salud, educación, seguridad, infraestructura entre otras necesidades que requiere la ciudadanía. En ese contexto, Carranza (2020), menciona que el hermano país de Chile, antes de la llegada COVID 19, ya venía pasando por diversos problemas de informalidad tributaria, ocasionando que alrededor de 3 millones de habitantes tengan un empleo informal. Asimismo, Hinojosa (2018) indica que, según datos proporcionados por la SUNAT, el Perú se encuentra en un nivel de economía informal de 60.9%, provocando pérdidas de hasta S/ 1,000.00 millones en impuestos, que pudieron ser recaudados de manera eficiente por el ente competente. Estas pérdidas se deben por un alto índice de desconocimiento tributario por parte de los contribuyentes y por el mismo hecho de haber perdido la confianza en el estado.

En tanto Lujan y Cano (2016), manifiesta que las MYPES son unidades de negocios muy importantes que aportan el 49% del PBI nacional; Sin embargo, estas empresas tienen bajos niveles de cultura tributaria, a pesar de que el gobierno apoya su crecimiento de este sector, a través de normas y leyes, que garantizan su desarrollo y crecimiento de las mismas, no obstante, estas por tener más ingresos evaden impuestos, además que no están de acuerdo con la distribución del gasto, alegando que el Estado peruano no cumple con sus funciones de retribuir de manera equitativa los tributos recaudados. Asimismo, Comex Perú (2021), señala que, la SUNAT registro un incremento de la informalidad de las MYPES en un 86%, indicando un aumento en mayor proporción de las empresas informales, las cuales deben tener el conocimiento que el pago de los tributos ayuda al crecimiento de la economía de un país, generando grandes aportes económicos en bien de la población. Sin embargo, últimamente no es así, y en la realidad un número considerable de empresas no tienen una adecuada cultura tributaria, por lo que se encuentran operando de manera irregular o en clandestinidad, incumpliendo en el pago de los tributos, bien por desconocimiento o por falta de compromiso.

A su vez, según cifras de la ENAHO (2021), publicada por el INEI, el sector privado en el Perú está conformado tanto por micro como macro negocios, donde en el 2021, el 96% de los empleadores dirigían una MYPES, siendo su participación cuantitativamente relevante en el país, al conservar una participación por encima del 91%, demostrando su importancia para el auge empresarial del país, brindando mayor mano de obra, por ende,

crean mayor recaudación para el estado. En ese sentido, Aruhuanca (2020), señala que las MYPES, se caracterizan por brindar empleo y aportar al desarrollo económico, lo que permite la optimización de la competitividad en el mercado. Por ello, se puede manifestar que es fundamental realizar diferentes estrategias para fomentar la cultura tributaria, muchos de los microempresarios por desconocimiento en estos temas, evaden tributos, ocasionando un retraso económico en un país. Además, el estado requiere de los recursos obtenidos a través de los impuestos pagados por los ciudadanos para poder cumplir con su responsabilidad de garantizar el bienestar general y proporcionar a la población los servicios esenciales que les corresponden.

Respecto a la Región Cajamarca, el comercio es la actividad que más se practica en esta ciudad, en los últimos años los comerciantes han incrementado de manera acelerada, juntamente con ello la evasión de los impuestos, la mayoría de los comerciantes no entregan ningún comprobante de pago, lo que hace suponer un aumento formidable de comerciantes que no cumplen con el pago de su deuda tributaria. A consecuencia de la pandemia COVID 19 se ha ido incrementando la informalidad tributaria, las empresas han sufrido una seria recesión causado por los confinamientos sociales y medidas de restricción sanitaria, muchas de las empresas empezaron a despedir a gran parte del personal de sus trabajos, muchas de ellas declarándose en quiebra total, situación que conlleva a muchos de los ciudadanos a crear su propio emprendimiento, muchos de ellos, sin conocimiento sobre el pago de los tributos, y en su mayoría utilizando las veredas de las calles para vender sus productos que les permita llevar el pan del día a sus hogares, y poder sobrevivir en tiempos de crisis.

En cuanto al ámbito de estudio el Distrito de Los Baños del Inca, actualmente la baja cultura tributaria de los microempresarios del mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, no quieren saber sobre sus obligaciones tributarias menos conocer sobre la formalización de sus negocios, esto es por la ausencia de principios, valores y conocimientos tributarios que conlleva a incumplir su responsabilidad como contribuyente afectando el bienestar general de los pobladores, toda vez, que no permite la ejecución de obras públicas. Otro de los factores es la falta de interés de la Superintendencia Nacional y Administración Tributaria (SUNAT) que no realiza capacitaciones de cultura tributaria para hacer conocer las normas y leyes tributarias a los ciudadanos para reducir la evasión tributaria. Asimismo, en el ámbito local la administración tributaria no cuenta con los

programas de capacitación o charlas de información tributaria, que serían muy necesarios para que los comerciantes tengan conocimiento de la información pertinente sobre tributación y de esta forma cumplan con sus obligaciones tributarias emitiendo los comprobantes de pago que les corresponda y lograr que la SUNAT aumente la recaudación fiscal.

En ese contexto, se considera de mucha importancia fomentar la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, fortaleciendo estrategias tales como capacitaciones que permitan reducir la evasión tributaria, y de esta forma impulsar hábitos sobre la importancia de requerir o emitir comprobantes de pago.

Por lo tanto, en la presente investigación se ha formulado la siguiente pregunta general: ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y la formalización de las MYPES comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021? Y como preguntas específicas se tiene (1) ¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021? (2) ¿De qué manera la Tributaria se relaciona con el Crecimiento Empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021? (3) ¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021?

Ahora bien, en la investigación bibliográfica efectuada, se han encontrado estudios referentes al tema de la presente investigación tanto internacionales como nacionales y locales como se puede ver a continuación: en cuanto al ámbito nacional Acaro (2020), En su tesis denominada: “Nivel de Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercado Municipal Ciudad de Cariamanga Año 2018-2019”, tuvo como objetivo principal analizar el nivel de cultura tributaria de comerciantes del mercado municipal de la ciudad de Cariamanga, de los periodos 2018 y 2019, su investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, y de diseño no experimental. Como resultado lograron conocer el manejo normativo y documental de los comerciantes en el marco de sus deberes y obligaciones tributarias. Concluye que hay un alto índice de desconocimiento sobre la normativa tributaria y por ende de sus obligaciones

tributarias, por lo que, en muchas ocasiones son acreedores de fuertes multas por parte de la Administración Tributaria.

Del mismo modo Ortiz (2020), en su investigación titulada “Cultura Tributaria de los Comerciantes del Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeralda”, Ecuador, tiene como objetivo primordial analizar el nivel de la cultura tributaria que tienen los comerciantes Cantón Eloy Alfaro de la Provincia de Esmeralda, teniendo una investigación de enfoque Cuantitativo, nivel descriptivo, y de diseño no experimental. Obteniendo como resultado encomendar que se den las medidas correctivas y necesarias a través de un plan que contribuya a fortalecer la cultura tributaria, organizando diferentes estrategias. Como conclusión manifiestan que la mayoría de los ciudadanos tienen secundaria completa, pero que lamentablemente tienen un desconocimiento total de los reglamentos y de la normativa, por ello, son catalogados como ciudadanos con un nivel de cultura baja.

Como antecedentes nacionales, donde también han estudiado la cultura tributaria, se tiene al estudio de Gabriel (2021), en su tesis denominada “La Cultura Tributaria y la Formalización Empresarial de los Comerciantes del Mercado Modelo Privado de La Ciudad de Huánuco 2021”, su objetivo principal es determinar la influencia de la Cultura Tributaria en la Formalización Empresarial de los Comerciantes del Mercado Modelo Privado de la Ciudad de Huánuco, su investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental y de tipo aplicada, con una población de 155 empresarios, mientras que la muestra fue de 55 empresarios. Como resultados indica que existe una relación estadísticamente significativamente entre la cultura tributaria y la formalización de las empresas de los comerciantes del mercado modelo. Concluyendo que la cultura tributaria cumple un rol importante en la formalización empresarial.

Del mismo modo Mamani y Espinoza (2021), en su investigación denominada “Cultura Tributaria y Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado de Pacocha -Ilo 2021”, su objetivo es determinar la relación de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes -Ilo,2021”, su investigación de enfoque cuantitativo, nivel correlacional tipo aplicada, y de diseño no experimental, con una población de 383 comerciantes y una muestra de 61 comerciantes. Como resultados se obtuvo una correlación directa, debido a que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Pacocha Ilo, manifiesta una correlación positiva de 0.765.

Llegando a la conclusión que con una adecuada difusión de cultura tributaria se tendrá resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Panduro (2020), en su tesis desarrollada “Cultura Tributaria y Formalización de MYPES del Rubro de Restaurantes en la Zona Urbana de Pucallpa, 2020”, tiene como objetivo determinar si existe relación entre la cultura tributaria y formalización de las MYPES del rubro restaurantes en la zona urbana de Pucallpa, 2020, su investigación de enfoque cuantitativo, nivel transeccional y correlacional, y de diseño no experimental, con una muestra un 75% de los restaurantes. Como resultado se especificó el poder identificar de qué manera repercute la formalización de una MYPES y la intervención de la cultura tributaria que se genera de manera continua. En Conclusión, no existe relación significativa entre cultura tributaria y formalización de MYPES del rubro restaurantes en la zona urbana de Pucallpa, 2020, ya que, el resultado $Rho=0.158$ y el $p\text{-valor}= 0.461$ indican una correlación positiva débil y no significativa.

En tanto Vílchez y Yarlequé (2019), en su tesis titulada “Cultura Tributaria y su Impacto en la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas en Pueblos Nuevos de Colán Paita”, como objetivo principal proponer, sugerir y exponer charlas a las MYPES, de esta manera hacerles saber sobre su obligación tributaria y que, teniendo su negocio formal tendrían la oportunidad de hacer crecer su negocio, su investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental. obteniendo como resultados que una gran parte de los microempresarios solo cuentan con estudios primarios, y, por lo tanto, un menor porcentaje poseen estudios secundarios, por lo que muchos de ellos no les interesa tener conocimientos tributarios, solamente se enfocan en que sus negocios crezcan. Arriba a la conclusión que los microempresarios no cumplen con lo establecido en las normas tributarias, es por la falta de desconocimiento de la cultura tributaria. Por lo que se tiene que ofrecer mejores y mayores beneficios tributarios a las micro y pequeñas empresas.

Al mismo tiempo se hallaron antecedentes regionales con la misma variable de estudio, a Valdez y Burgos (2018), en su trabajo denominada “La evasión tributaria influye en la recaudación en contribuyentes de tercera categoría venta de combustibles en la provincia de San Pablo en el año 2018”. Su objetivo primordial fue establecer el grado en el cual influye la evasión tributaria con respecto a la recaudación en contribuyentes de tercera

categoría venta de combustibles en la provincia de San Pablo en el año 2018, su investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental. Como resultados manifestaron que la evasión tributaria, genera una negativa considerable con los niveles de recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría. Concluyendo, que la recaudación en contribuyentes tercera categoría y la evasión tributaria, se encuentran estadísticamente relacionados con un sig. Bilateral $p < 0.05$, manteniendo una asociación positiva considerable ($r = 0.867$).

De la misma forma, se llevó a cabo una investigación exhaustiva de la literatura existente con el fin de recopilar y organizar el conocimiento relevante, con el propósito de establecer una base teórica sólida para el estudio. A continuación, se presenta dicha base teórica:

En base a las teorías existentes en la literatura científica, se procederá a desarrollar los conceptos relacionados a las variables Cultura Tributaria y Formalización de MYPES que forman parte de la presente investigación, dando inicio con la primera variable Cultura Tributaria, según SAT (2023), determina que la cultura tributaria es un dispositivo que fortalece al sistema tributario, con el objetivo de orientar a los integrantes de una sociedad a cumplir con sus obligaciones tributarias; realizando diferentes estrategias de información, educación para promover el cumplimiento voluntario a efectuar lo establecido en las normas tributarias. Como se puede precisar la Superintendencia de Administrativa Tributaria, indica que la cultura tributaria es una guía elemental para orientar a la ciudadanía. En este sentido, en un estudio de Altamirano & Eberico (2018), precisa a la cultura tributaria como un conjunto de conocimientos de los tributos que un individuo debe realizar, asimismo, a la importancia y al grado de conciencia de los derechos y deberes que provienen para los contribuyentes. En tanto, Muñoz & Zárate (2018), la define como fuente principal para el cumplimiento de la contribución fiscal la relación directa de las obligaciones de cada individuo atado a sus valores y actitudes que son los que originan para que se concrete dicha acción. Por lo que, se puede manifestar que la cultura tributaria implica los valores, actitudes y conocimientos concerniente al Sistema Tributario y las funciones que este cumple, así como a las obligaciones que nos corresponde en calidad de contribuyentes.

Así también, Rodríguez (2017), especifica a la cultura tributaria como el constructor de ideas y pensamientos que obtienen los ciudadanos y que genera que cumpla con el pago

de sus obligaciones. De la misma forma, se relaciona con la administración de los recursos recaudados por el estado. Además, Rodríguez (2017), identifica 4 mentalidades típicas que representan a las personas, en relación a la cultura tributaria que son: el responsable, es el contribuyente que tiene conciencia tributaria y opta cumplir con el pago de sus tributos y está de acuerdo con mejorar la fiscalidad ya que de esta manera el estado cumplirá con sus funciones en bien de la comunidad; el resignado, es el contribuyente que paga, pero no siempre cumple con sus obligaciones, ya que tiene el pensamiento de que se puede pagar los impuestos simplemente cuando sean necesarios; el eludidor, en este grupo están los contribuyentes que se niegan a cumplir con sus obligaciones tributarias haciendo una interpretación de acuerdo a sus interés; el evasor, es el contribuyente que se comporta al margen de la ley, y no cumple con realizar con el pago que le compete este pensamiento se genera desde una mezcla entre cinismo y pesimismo.

Sarduy y Gancedo (2016), manifiesta que la cultura tributaria abarca diversos valores y actitudes, con las cuales una sociedad cuenta para el cumplimiento de las obligaciones financieras frente a la administración tributaria. Ante ello, establecen las siguientes dimensiones: Conciencia Tributaria, Educación Tributaria y Orientación Tributaria. Respecto a la Dimensión de Conciencia Tributaria; es el comportamiento y actitud que asume cada contribuyente respecto a las obligaciones tributarias. En este sentido, Sarduy y Gancedo (2016), manifiesta que son las actitudes que motivan a los ciudadanos a cumplir con sus deberes tributarios. De acuerdo con Ventura (2018), se entiende por conciencia tributaria la internalización de las obligaciones tributarias por parte de cada individuo, asumiendo la responsabilidad de cumplir con lo establecido por la ley. En la mayoría de los contribuyentes, es preferible cumplir con dichas obligaciones en lugar de evadir impuestos, siguiendo lo establecido legalmente, sin necesidad de ser coaccionados, ya que se reconoce que el pago de impuestos conlleva beneficios para el bienestar general del país. Sin embargo, en el Perú existe una falta de conciencia tributaria, la cual el Estado ha intentado abordar mediante diversas estrategias con el fin de aumentar la recaudación y cumplir así con sus funciones.

A la vez, Herrera (2018) sostiene que la falta de conciencia tributaria ha sido un problema persistente en Perú durante mucho tiempo, con consecuencias perjudiciales para la sociedad. Los propios ciudadanos se ven afectados por esta falta de conciencia, ya que no

pueden disfrutar de una vida digna que les brinde servicios de calidad por parte del Estado. Esto se debe a que el Estado carece de los recursos necesarios para satisfacer las necesidades requeridas, y los pocos recursos disponibles no se distribuyen de manera equitativa. En consecuencia, la falta de conciencia tributaria obstaculiza las posibilidades de superar el subdesarrollo. Por lo tanto, según el autor, es crucial que cada individuo tome conciencia de su papel frente al Estado. No se trata solo de cumplir con las obligaciones tributarias por cumplir, sino de cumplirlas con la comprensión de que no se puede exigir servicios al Estado si no se cumple previamente con el pago de los impuestos correspondientes como contribuyentes.

En este sentido, ventura (2018) destaca que la conciencia tributaria está relacionada con las actitudes y creencias de los individuos, es decir, con los aspectos no coercitivos que fomentan la voluntad de las personas de contribuir. Para comprender mejor la formación de la conciencia tributaria, se pueden considerar los siguientes indicadores dentro de esta dimensión: el primero es el Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, realizar de manera voluntaria el pago de los tributos ante el ente competente, en las fechas establecidas y de acuerdo con lo señalado en la norma. En relación a eso, Muñoz & Martínez (2017), menciona que se han llevado a cabo numerosos estudios por parte de diferentes gobiernos, con la contribución de la comunidad científica en el campo de la economía pública, con el objetivo de identificar los factores que influyen en el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales. En cuanto a las actitudes Tributarias, acá, Sarduy y Gancedo (2016) precisan que la actitud de los contribuyentes hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias está influenciada por sus sentimientos hacia la administración de los impuestos, el uso adecuado de los recursos, la eficiencia y transparencia de la entidad encargada de recaudar los impuestos. Astete Rivas (2018), afirman que la actitud, en el ámbito tributario, se refiere a la percepción subjetiva del comportamiento y desempeño de la administración tributaria y del sistema tributario en general. En este sentido, la actitud se relaciona con los sentimientos favorables o desfavorables hacia estímulos u objetos específicos. Además, Silva (2016) sostiene que las creencias que los ciudadanos tengan sobre las entidades y funcionarios involucrados en la tributación afectarán su actitud. En el caso del Perú, la reputación del Estado y otras entidades se ve afectada por actos de corrupción, mala gestión de recursos, enriquecimiento ilícito y falta de contribución al desarrollo del país. Estas

circunstancias generan una actitud de resistencia hacia el cumplimiento del pago de impuestos establecidos por las normas tributarias, el tercer indicador son los valores Tributarios, los cuales son principios socialmente admitidos que justifican el comportamiento en materia tributaria. En concordancia con esto, según Huere y Muña (2016), se sostiene que los valores son atributos universales y sociales ampliamente aceptados. Por lo tanto, se puede afirmar que los valores son estables en el tiempo y determinan en una persona si una forma de actuar es preferible a otra. Es por ello que este comportamiento debe reflejarse tanto en los contribuyentes como en los funcionarios encargados de las entidades encargadas de recaudar impuestos, según lo planteado por Valero, Ramírez y Moreno (2010).

Respecto a la segunda dimensión Educación Tributaria, según los planteamientos de Sarduy y Gancedo (2016), la dimensión de Educación Tributaria se refiere al nivel de conocimiento que posee una persona en relación a las obligaciones fiscales y las normas tributarias. Además, Cáceres (2018) sostiene que la educación tributaria implica un proceso de enseñanza y aprendizaje a lo largo de la vida, que nos instruye sobre la importancia de pagar los impuestos correspondientes en beneficio de la comunidad.

Según lo mencionado por Rojas (2021), la educación tributaria tiene como objetivo principal generar conciencia en la población, buscando que los contribuyentes tomen conciencia de sus derechos y obligaciones fiscales. Por lo tanto, resulta de gran importancia impartir conocimientos tributarios a los ciudadanos peruanos. En este sentido, es fundamental que los contenidos tributarios se enseñen en los colegios como parte de la educación formal, es decir, incorporándolos en el currículo escolar. Además, se destaca la relevancia de implementar la educación no formal en el ámbito de la educación superior, a través de la realización de capacitaciones, talleres y charlas sobre temas tributarios. Estos aspectos se consideran estratégicamente importantes en las actividades y objetivos que debe plantear la Administración Tributaria, en este caso la SUNAT.

En cuanto a los indicadores se tiene al sistema Tributario, está compuesto por el conjunto de normas legales, organismos públicos y procedimientos destinados al cobro de tributos, por lo que se puede decir, que es el conjunto de Impuestos, Contribuciones y tasas establecidos por la administración Tributaria que se tiene en el Perú, en palabras simples es el dinero que darán los ciudadanos para que el Estado les construya en obras públicas o

desarrollo de actividades de importancia nacional. Sistema Tributario Peruano es un conjunto ordenado, racional y coherente de principios, normas legales y entidades que determinan los tributos a pagar en un país, que se encuentren destinados a promover los recursos necesarios para que el estado cumpla sus funciones y con brindar los servicios básicos en bien de la sociedad. Por lo tanto, el sistema tributario es el conjunto de impuestos, contribuciones y tasas que existe en el país del Perú. Respecto a al segundo indicador Programa de Educación Tributaria, a través de programas de educación tributaria buscar concientizar en contenidos de tributación en instituciones de nivel primario, secundario y superior y a la población adulta con el fin de que cumplan con el pago de los tributos, así como, transmitir valores dirigidos al cumplimiento cívico de los deberes de todo individuo al contribuir para los gastos públicos. En ese sentido, Rosas y Castro (2016), señala que el abono de los tributos está íntimamente ligado al conocimiento que se tenga respecto al tema, por ello, es necesario que la administración tributaria desarrolle e implemente programas de educación tributaria con la finalidad de concientizar a la comunidad sobre sus obligaciones tributarias. En cuanto al tercer indicador Beneficio Común para la Sociedad, impulsar la cultura tributaria en los integrantes de una sociedad desde su educación básica, con el fin de formar personas con conciencia tributaria que obtén por el cumplimiento de los pagos de los tributos que garantizan a la sociedad una buena calidad de vida, pues con dicha recaudación se puede invertir en educación, salud, justicia, seguridad y obras públicas que son necesarios y básicos para la sociedad.

Con respecto a la Dimensión Orientación Tributaria, se refiere a las diferentes capacitaciones informativas realizadas por la Administración Tributaria con el objetivo de que los contribuyentes cumplan eficientemente con sus obligaciones tributarias. Según Sarmiento & García (2021), la Orientación Tributaria consiste en proporcionar información y asesoramiento a los contribuyentes sobre temas tributarios. En la misma línea, Valverde (2022), menciona que la orientación tributaria implica la recopilación de conocimientos específicos de un país para promover el cumplimiento de los impuestos y ayudar a los ciudadanos a comprender cómo pueden gestionar sus obligaciones tributarias. Suca & Ticona (2021), agregan que la orientación tributaria implica tener conocimientos y actitudes sobre los tributos, lo cual es fundamental para que la ciudadanía comprenda el propósito de los tributos. Por lo tanto, es primordial que el servicio de orientación o atención al

contribuyente esté diseñado para proporcionar toda la información necesaria de manera clara y sencilla, con el fin de ayudarles a cumplir con sus obligaciones tributarias. Se debe brindar orientación que les permita resolver sus dudas y comprender plenamente el compromiso que han adquirido con la administración tributaria. Además, las herramientas proporcionadas deben ser útiles y de fácil uso, para que puedan registrarse y presentar la información requerida sin dificultad. Dentro de esta dimensión, se incluyen los siguientes indicadores: Formación de una conciencia y moral tributaria: se refiere al nivel de conciencia tributaria que está ligado a los valores morales, es decir, el compromiso de cumplir plenamente con el deber de tributar por el bien de la comunidad en general; Conocimiento de derechos y obligaciones: es de gran importancia que los contribuyentes tengan claridad acerca de sus derechos y obligaciones frente al ente recaudador, ya que esto facilitará el cumplimiento de los pagos tributarios correspondientes.

En cuanto a la segunda variable Formalización de Mypes, iniciaremos en primer lugar con la conceptualización de MYPES. Cuando se hace referencia a las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), se está aludiendo a las unidades económicas reconocidas por la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Según el art. 2 de la Ley N° 28015 (julio de 2003), las MYPES se definen como unidades económicas conformadas por una persona natural o jurídica, que operan bajo diversas formas de organización o gestión, y tienen como objetivo desarrollar actividades relacionadas con la extracción, producción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

La legislación vigente reconoce y otorga carácter legal a las MYPES en el ámbito comercial. Específicamente, las microempresas se caracterizan por tener ventas anuales de hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT), mientras que las pequeñas empresas tienen ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta un máximo de 1700 UIT. Esta clasificación permite que los emprendedores elijan la estructura organizativa que mejor se ajuste a su visión de negocio, siempre dentro del marco legal establecido.

Es así como, Olivares (2021), sostiene que la formalización no debe considerarse únicamente por motivos legales, ya que implica enfrentar diferentes perspectivas. Sin embargo, la formalización tributaria ofrece la ventaja de permitir que el emprendedor desarrolle sus actividades de manera legal, en conformidad con las normas tributarias.

Cuando una empresa decide formalizarse obtiene diversos beneficios como lo indica a continuación Barrón (2020), en primer lugar, les permite desarrollar y comercializar sus propios productos, compitiendo en términos de calidad y aumentando su margen de ganancia. Además, la formalización les brinda la oportunidad de acceder a programas de apoyo destinados tanto para Micro como Macroempresas (MYPES) y les facilita la posibilidad de exportar sus productos. Asimismo, las empresas formalizadas reciben información actualizada y mejoran su atención al cliente, lo cual contribuye a fortalecer su posición en el mercado. En general, la formalización de las MYPES desempeña un papel esencial en el impulso de la economía de un país, ya que genera riqueza y contribuye a reducir el desempleo. No obstante, existe una perspectiva que limita el crecimiento de las empresas, y esto se debe a la falta de cultura tributaria que les impide contribuir al desarrollo de este sector económico. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2018), sostiene que la formalización es una herramienta fundamental para el crecimiento de una organización, este señala cuatro pasos a seguir para obtener la formalización: la constitución de la empresa, que implica registrarla ante el estado y elegir el tipo de personería; el registro tributario, incluye obtener la clave SOL, inscribirse en el RUC, elegir el régimen tributario, establecer el proceso de facturación y legalizar los libros contables; la autorización municipal, que consiste en obtener el permiso para la apertura del establecimiento y presentar la documentación requerida; y el registro laboral, que se refiere a la formalización de los trabajadores, incluyendo aspectos como el seguro de salud, la remuneración mínima vital, el seguro de pensiones, el seguro de vida y las vacaciones. En consecuencia, Cumpa y Salvado (2020) afirman que la formalización es el camino o proceso que una empresa sigue para hacer crecer su negocio y cumplir con las normas vigentes en un país.

Por lo que, se puede precisar que cuando las MYPES informales pasan a legalizarse o también si una persona natural quiere tener un negocio propio deben cumplir con ciertos requisitos o aspectos que requiera el ente competente, a fin de que tengan un funcionamiento formal y de esta manera puedan acceder a los beneficios que les cede el estado o la autoridad encargada. En tal sentido, Campos (2016), manifiesta que las MYPES al formalizarse tributariamente cuentan con los siguientes beneficios: tienen más oportunidad de acceso en los mercados para promocionar sus productos tanto a nivel local, regional, nacional e internacional al realizar una competencia leal; cuentan con un mayor acceso al sistema

financiero y al otorgamiento de créditos; mayor posibilidad de créditos por parte de los proveedores; participan en cursos organizados por el estado; las que aportan al crecimiento del país en cumplimiento de sus obligaciones con la SUNAT; cuentan con el reconocimiento y respaldo de las empresas más reconocidas del país.

El Instituto Aduanero y Tributario (2016), comprende que la formalización establece diferentes dimensiones. En este contexto, es esencial considerar las dimensiones a trabajar en la presente investigación que son: Formalización Jurídica, Crecimiento Empresarial y Obligaciones Tributarias. Respecto a la primera dimensión Formalización Jurídica, tiene que ver con la constitución de una organización con la finalidad de dar inicio a su negocio, procedimiento que se concretiza en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, por lo que es el proceso que realizan las empresas con la finalidad de incorporarse a la economía formal, por lo que, deberán inscribirse al régimen tributario que más les beneficie para su negocio, la cual se puede precisar que está directamente relacionado con la constitución de la personalidad jurídica de la empresa ya sea como persona natural o jurídica. En este sentido, Chimoyo (2015), señala al respecto que es el proceso de proporcionar los tipos básico a través de las cuales las empresas deberían tener la mejor opción de establecerse de forma efectiva. Para OIT, precisa que la formalización jurídica es el período que realiza toda organización para incorporarse en el mundo de la economía. Por lo que, se puede manifestar que la formalización jurídica es el desarrollo primordial que debe ejecutar todo ciudadano al iniciar un negocio.

El primer paso que debe seguir el contribuyente es el proceso de inscribirse en el RUC, ya sea como persona natural o jurídica. Al mismo tiempo deben tener en claro a qué régimen tributario se van acoger de acuerdo al negocio que va emprender, en esta formalización pueden optar por elegir 02 opciones: que vienen hacer como persona natural o como persona Jurídica.

Persona natural: Se caracteriza por que está constituido por una persona y solo el propietario es el encargado, asimismo, el negocio puede identificarse con el nombre del dueño o por un nombre comercial. Los pasos a seguir para formalizarse correctamente es primero visitar a la SUNAT y solicitar que le brinden su nuevo RUC.

Persona Jurídica: Está formada por una persona o por un conjunto de personas naturales, asimismo, la empresa es la que va hacer frente a las deudas que se tenga con terceros, más no los socios.

Formalización Tributaria, dentro de esta formalización el contribuyente se encuentra en la obligación sus realizar sus declaraciones de impuestos tal como lo establece la administración pública SUNAT, al mismo tiempo de llevar sus libros contables.

Declaraciones Juradas: En este caso el contribuyente tiene la obligación de presentar de manera correcta sus declaraciones juradas de impuestos, a través de formularios físicos y/o virtuales tal como se precisa en el cronograma difundidos por la SUNAT.

Libros Contables: De acuerdo con lo precisado por la SUNAT, son todos los registros necesarios para llevar correctamente de forma cronología y ordenada todas las operaciones mercantiles y administrativas, con la finalidad de que se pueda obtener con exactitud la situación económica y financiera de una organización.

Formalización Laboral, después de que la organización hay establecido el número de trabajadores, está en la obligación de respaldar a través de un contrato y libro de planillas que tiene que estar debidamente legalizados por el Ministerio de Trabajo.

Formalización Municipal, es primordial que un negocio al iniciar sus actividades debe contar con el permiso por parte del ente competente, que está comprendido por las Licencias de funcionamiento, que es el documento que otorga el permiso para iniciar con sus actividades, siempre y cuando se encuentre todo en regla, también está el Impuesto Municipal, es el impuesto que el dueño de un negocio está en la obligación de entregar a esa entidad que son necesarios para que puedan financiar los servicios públicos. Dentro de esta dimensión se consideran los siguientes indicadores: Inscripción al RUC; es el acto que debe realizar toda persona domiciliada o no en el Perú, que estén realizando actividades económicas por las que deben cumplir con los pagos que corresponda de acuerdo a ley; por lo que, de acuerdo a la SUNAT, la inscripción al RUC es el padrón a través del cual los contribuyentes o las organizaciones realicen el proceso de inscribirse. La misma, que ofrece una base de datos cuya información es renovada constantemente por los contribuyentes, así como por la misma SUNAT.

Registros Públicos, es una institución cuyo primordial objetivo es la publicidad formal a determinados hechos, circunstancias o derechos. Por lo que, según la SUNARP, precisa que es el organismo cuya función esencial es dictar las normas y políticas registrales de los registros públicos, por otro lado, también se encarga de planificar, normar, organizar, dirigir y supervisar el control administrativo público.

La otra Dimensión es el Crecimiento Empresarial, en este caso las empresas logran conseguir un buen Posicionamiento en el mercado, logrando contar con los mejores empleados para seguir creciendo en sus actividades que realiza, En ese sentido, Suarez (2018), menciona que el crecimiento o desarrollo empresarial es el aumento de ventas o el incremento de ingresos. Asimismo, Jiménez (2017), señala que la formalización da un giro de crecimiento al negocio, es decir, se inicia el crecimiento empresarial por lo que la empresa se vuelve más firme y se encuentra más preparada ante riesgos de las del entorno político y económico. Por su lado Santos (2018), dice que el crecimiento empresarial es el proceso fundamental que permite lograr el incremento para que se obtenga un adecuado mejoramiento de la empresa, que se dan en los casos como: el incremento de las ventas, productividad etc. De esta misma manera, Cevallos & Baena (2021), manifiesta que, si una empresa utiliza un adecuado manejo en una organización, logrará consigo el crecimiento de la misma con grandes ventajas para un mejor crecimiento empresarial, las MYPES optan por estas ventajas ya que reflejan en un futuro un crecimiento en su empresa que permiten un mejor nivel de vida, el incremento de empleo de personas mediante un proceso de crecimiento, aumento progresivo en todas las ventas del producto, un incremento elevado en sus ingresos y egresos, oportunidades para obtener créditos financieros y un incremento en el rendimiento del servicio en la entidad. Asimismo, Chana (2022), precisa que el desarrollo o crecimiento empresarial es la base fundamental de toda organización que se propone alcanzar, para ser reconocida en el ámbito económico.

Es el número de unidades vendidas en un determinado periodo. Esta cifra es lo que les interesa a los inversores para ver si su empresa está creciendo, por lo que se puede decir, que es el incremento de ventas que realiza una empresa. Es por ello, Parra y Madero (2016), concreta a las ventas como el intercambio entre un bien o servicio por un equivalente pactado de una unidad monetaria, la misma que representa rentabilidad para la empresa.

Nivel de Crédito Bancario: Se trata de una modalidad de financiamiento, por lo que se asume una obligación de devolver el importe utilizado. En ese sentido, Lucas Martínez (2016), establece que los financiamientos bancarios son créditos que los bancos otorgan a las organizaciones, y que deben de ser reembolsados de acuerdo con el tiempo establecido en el contrato que es emitido por el banco.

Finalmente, la Dimensión Obligaciones Tributarias, se refiere al cumplimiento de las responsabilidades tributarias que tiene un ciudadano al iniciar un negocio. Según la normativa vigente, es necesario que el ciudadano se acerque a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) para registrarse, lo que determinará las obligaciones tributarias y los procedimientos de pago a partir de ese momento. La obligación tributaria surge cuando se realiza el hecho previsto en la ley que la genera, tal como se establece en el Artículo N° 2 del Código Tributario. En esta dimensión se incluyen las obligaciones formales, iniciando por registrar su información en el Registro Único del Contribuyente (RUC) u otros registros necesarios, establecer su domicilio fiscal, calcular y declarar cada tributo dentro de los plazos legales establecidos, emitir comprobantes de pago para respaldar sus transacciones comerciales, utilizar guías de remisión para el traslado de bienes, llevar registros contables precisos de sus operaciones, retener y pagar los impuestos correspondientes, así como depositar las detracciones realizadas a otros contribuyentes en la entidad bancaria designada según las normas vigentes. Además, existen obligaciones sustanciales que implican el pago de los tributos correspondientes por parte de cada contribuyente, las cuales se enumeran a continuación:

La dimensión de las obligaciones tributarias también incluye las obligaciones sustanciales, que se refieren al pago o cumplimiento de los tributos correspondientes por parte de los contribuyentes. Estas obligaciones abarcan diversos aspectos, como el pago puntual de los tributos, como el impuesto a la renta, impuesto general a las ventas, entre otros; además del pago de las retenciones de impuestos realizadas; pago de las percepciones efectuadas; y, el depósito de los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco designado por las normas. Asimismo, dentro de esta dimensión, se consideran los siguientes indicadores:

Régimen Tributario: Según la SUNAT (2022), los regímenes tributarios son categorías que determinan la forma y el nivel de pago de los tributos para los

contribuyentes, ya sean personas naturales o jurídicas. En el Perú, existen cuatro sistemas tributarios entre los que los contribuyentes pueden optar, dependiendo de los ingresos generados. Declaración de Impuesto: Es el documento que permite a los contribuyentes presentar su información de manera correcta en las fechas establecidas, utilizando formularios físicos y/o virtuales de acuerdo al cronograma difundido por la SUNAT. Emisión de Comprobantes de Pago: Son documentos que acreditan una operación de venta. Según el Decreto Ley N° 25632, se consideran comprobantes de pago aquellos documentos que respaldan la transferencia de bienes en uso o la prestación de servicios. Entre los comprobantes de pago se encuentran las facturas electrónicas (utilizadas para sustentar costos o gastos en el impuesto a la renta y el crédito fiscal del impuesto general a las ventas), las boletas de venta electrónicas (emitidas al consumidor final), las notas de crédito electrónicas (para anulaciones, descuentos, bonificaciones, devoluciones, entre otros), las notas de débito electrónicas (para recuperar gastos o costos incurridos por el vendedor), los recibos de servicios públicos electrónicos (comprobantes de pago por servicios de energía) y los recibos por honorarios (certificados de pago emitidos por una persona natural por sus servicios prestados).

Así mismo se presenta el objetivo general de la investigación: Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Y como objetivos específicos (1) Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021 (2) Determinar la relación de la Cultura Tributaria con el Crecimiento Empresaria de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. (3) Determinar la relación de la Cultura Tributaria con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

En cuanto a la hipótesis como posible respuesta anticipada a la investigación se tiene como hipótesis general: La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con la Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Y como hipótesis específicas (1) La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del

Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. (2) La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con el Crecimiento Empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. (3) La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Así la presente investigación se justifica porque existe la necesidad de formalizar a las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021, a su vez, por medio de la cultura tributaria, se incrementa la formalización de estas MYPES; se espera que el micro y pequeño empresario informal tenga el criterio y la conciencia para formalizarse, esto se logrará teniendo una adecuada y oportuna cultura tributaria, y puedan cumplir de forma oportuna con las obligaciones que les corresponde. En cuanto a la justificación Metodológica, está compuesta de procedimientos y técnicas que se adoptan de manera metódica y sistemática para orientar la evaluación de las variables (cultura tributaria y formalización de MYPES), habiendo realizado los argumentos necesarios y métodos estadísticos, a fin de que se obtenga resultados relacionados a la investigación sobre la cultura tributaria tanto para las micro como pequeños empresarios informales y su relación con la formalización de las MYPES del mercado comercial Atahualpa del Distrito de Baños del Inca 2021. Además, esto beneficiará a los micro y pequeños empresarios ya que se les podrá orientar para cumplir de manera adecuada con sus obligaciones tributarias, evitando de esta manera cualquier sanción por el no cumplimiento de estas. Por último, con respecto a la Justificación Teórica de esta investigación se llevó a cabo con el objetivo de contribuir al conocimiento existente sobre la cultura tributaria y la formalización empresarial, y cómo estos aspectos son fundamentales para un adecuado desarrollo de la administración tributaria. Los resultados obtenidos a partir de esta investigación pueden ser considerados como aportes al conocimiento, ya que ayudarán a demostrar la necesidad de entender la relación entre la cultura tributaria y la formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el mercado comercial de Atahualpa, ubicado en el Distrito de los Baños del Inca, durante el año 2021.

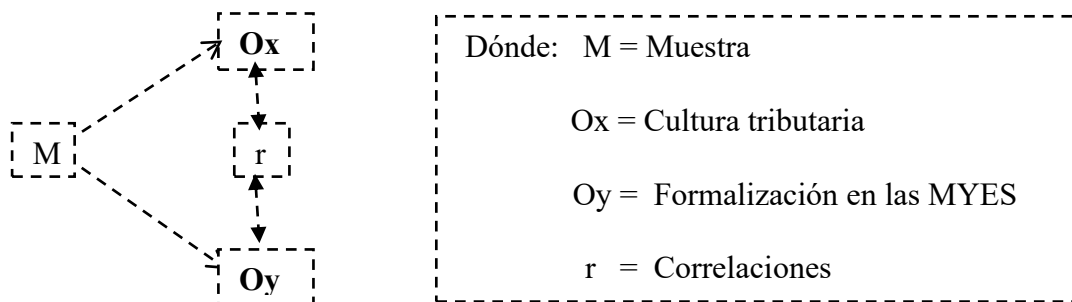
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El tipo de investigación del presente estudio es básica - descriptivo porque se describirá en el contexto de la realidad en el que se encuentra. Rodríguez (2005), nos manifiesta que una investigación descriptiva tiene la finalidad de describir, registrar, analizar, e interpretar la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos. Asimismo, Martines y Céspedes (2008), señala que es descriptivo porque consiente recabar información sobre el estado actual de un fenómeno hecho o situación. Es decir, consiste en describir sobre la situación en la que se encuentra en la actualidad el estudio. Por tanto, el tipo de la presente investigación es descriptivo, ya que se centra en el análisis de realidades con el objetivo de comprender sus características fundamentales y realizar una interpretación precisa de las variables estudiadas, como la cultura tributaria y la formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Respecto al nivel, el presente estudio se considera de nivel correlacional ya que se tratará de determinar la asociación que tienen las variables de estudio. Sampieri (2014), señala que la investigación correlacional tiene como objetivo principal evaluar el nivel de relación que existe entre dos o más conceptos o variables; para lograr esto, se procede a medir cada una de estas variables y posteriormente se cuantifica y analiza su vinculación; estas correlaciones se basan en hipótesis que son sometidas a prueba para verificar su validez. Por tanto, el presente estudio es correlacional porque se trabajará la relación que existe entre ambas variables Cultura Tributaria y Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021. Graficado en el siguiente diagrama:

Figura 1

Diagrama correlacional entre variables



Respecto al diseño del estudio es considerado no experimental de corte transversal, puesto que según Sampieri (2014), señala que en la investigación no experimental es imposible manipular las variables, simplemente se observa lo que se va a estudiar en su entorno real y posteriormente obtener datos para ser analizados.

Es por ello, que en la presente investigación las variables Cultura Tributaria y Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca 2021, trata de no manipular de una forma deliberada ninguna de las variables. Asimismo, esta investigación presenta un corte transversal, debido a que se relaciona en base a datos en un solo momento, en un único tiempo. Además, la presente investigación, tiene como objetivo describir las variables, para así, diferenciar respecto a su incidencia e interrelación en un momento, por lo que, la presentes investigación se realizara en un solo periodo que corresponde al 2021.

En cuanto al enfoque de esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, porque maneja la recolección de datos de medición numérica, para hallar o mejorar preguntas de investigación y debido a que parte de la hipótesis sobre la relación que tiene la cultura tributaria sobre la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021. Para luego realizar las pruebas estadísticas y determinar las conclusiones de la investigación. Esto se puede deducir ya que Hernández y Mendoza (2018), indican que un estudio es cuantitativo cuando se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, probar las hipótesis establecidas previamente y la medición numérica, frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de conducta de una población.

Respecto a la población y muestra, de acuerdo con las afirmaciones de Carrasco (2019), se establece que la población se refiere a un grupo de elementos, ya sean personas o instituciones, que son objeto de estudio en una investigación y comparten características comunes. Estas características permiten extrapolar las conclusiones obtenidas en la investigación. La población de la presente investigación estuvo conformada por los 64 microempresarios informales del sector comercio del mercado de abastos del Distrito de los Baños del Inca.

En tanto la muestra según Supo (2012), una muestra representativa debe tener un tamaño mínimo que pueda ser calculado y de esta manera responder a un muestreo probabilístico a fin de conocer la parte de una población que se debe indagar con el propósito de hacer inferencias sobre

la población. En el presente estudio, se consideró a todos los microempresarios informales del sector comercio del mercado de abastos del Distrito de los Baños del Inca, 2021, siendo 64 en total.

Respecto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas según la explicación de Domínguez y Sánchez (2009), una técnica se refiere a la obtención de información proveniente de un grupo o múltiples muestras, ya sea sobre ellos mismos o acerca de un tema específico. Estas técnicas pueden adoptar la forma de comunicación oral o escrita. En consecuencia, las técnicas son consideradas como procedimientos y recursos esenciales utilizados por los investigadores para recolectar información y acercarse a los hechos con el objetivo de adquirir conocimiento sobre ellos. Por lo tanto, la técnica que emplearemos para la recolección de datos de la presente investigación fue la encuesta que se aplicará a los 55 usuarios de las MYPES comerciales del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca.

Respecto a los instrumentos Orellana y Sánchez (2006), indica que un instrumentos de medición es el medio que el investigador realiza, a fin de dar solución a sus problemas y obtener información o datos sobre las variables de su investigación o el tema que se tiene en mente, algunos de los instrumentos para la recolección de la información se tiene, la guía de entrevista, el cuestionario, los tes, las pruebas objetivas y las escalas de actitudes; por lo que, para la presente investigación se utilizará el cuestionario, según Meneses (2016), manifiesta que el cuestionario es un instrumento o técnica estandarizada, que se emplea con la finalidad de la recolección de datos o información, en un periodo de la labor de campo de investigaciones cuantitativas, especialmente, las que trabajan con metodologías de encuestas. Es así que, se empleo un cuestionario para la variable cultura tributaria y otro para la variable formalización de MYPES, con respuesta de tipo cerradas para seleccionar una sola alternativa, el cuestionario de la variable cultura tributaria contó con 10 interrogantes, en las cuales se abordó la información referente a las dimensiones: conciencia tributaria, educación tributaria y orientación tributaria, con opciones de respuesta en escala Likert (1=Nunca, 2= Casi nunca, 3=A veces, 4=Casi siempre, 5= Siempre). El cuestionario de la variable formalización de MYPES también con 10 interrogantes, en las cuales se abordó la información referente a las dimensiones: formalización jurídica, crecimiento empresarial y obligaciones tributarias, con opciones de respuesta en escala Likert (1=Nunca, 2= Casi nunca, 3=A veces, 4=Casi siempre, 5= Siempre). La validez tiene el grado de satisfacción del instrumento que se pretende alcanzar mediante su medición.

Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos, se utilizará la opinión y el visto bueno de expertos en el tema de la carrera profesional de Contabilidad y Finanzas, de nuestra casa superior de estudios sede Cajamarca. Es de esta manera que se tomó los instrumentos de la investigación, la cultura tributaria se relaciona con la Formalización de las MYPES comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca 2021. Cuyo objetivo es determinar la relación de la Cultura Tributaria con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021, donde se contó con el criterio del juicio de tres (03) de los expertos para la evaluación de la matriz de validación, los mismos que dispusieron de acuerdo con sus calificaciones el valor real del instrumento.

Tabla 1

Evaluación de la Matriz de Validación

Ítem	Nombres y Apellidos	Especialidad
1	Robert Manuel Hernández Mendoza	Contador público colegiado
2	Salomón Saldaña Cerna	Contador público colegiado
3	Rogelio Regalado Villegas	Contador público colegiado

En este Sentido, Hernández et. al. (2010), manifiestan que la confiabilidad de un instrumento de medición es a través de diferentes técnicas que buscan la aplicación repetida al mismo objetivo generando resultados similares, con la finalidad si la información obtenida es confiable. Asimismo, precisan que el coeficiente del alfa de Cronbach toma valores entre 0 y 1, cuanto más se aproxime al número 1 mayor será la fiabilidad del instrumento, pudiendo ser usado para cualquier cantidad de alternativas ya sea pares o impares; por lo que, con respecto a la confiabilidad del instrumento para la variable cultura tributaria y formalización de MYPES, se aplicó por medio del coeficiente del alfa de Cronbach, siendo los siguientes resultados:

Tabla 2

Escala de confiabilidad

Escala	Categoría para confiabilidad
$r = 1$	Perfecta
$0.90 \leq r \leq 0.99$	Muy alta
$0.70 \leq r \leq 0.89$	Alta
$0.60 \leq r \leq 0.69$	Aceptable
$0.60 \leq r \leq 0.69$	Moderada
$0.30 \leq r \leq 0.39$	Baja
$0.10 \leq r \leq 0.29$	Muy Baja
$0.01 \leq r \leq 0.09$	Despreciable
$r = 0$	Nula

Nota. Tomado de la Estadística Aplicada a la Investigación. Córdova (2013)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{ST^2} \right]$$

Donde,

k = El número de ítems

$\sum s^2$ = Sumatoria de varianzas de los ítems.

ST^2 = Varianza de la suma de los ítems.

α = Coeficiente de alfa de Cronbach

Nota.

Podemos observar que, una vez aplicado el cuestionario a las 64 microempresas del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños de Inca. La base de datos que fue elaborada en el programa Informático Microsoft Excel, luego de su análisis de estos se hizo uso del paquete estadístico SPSS para analizar la relación y correlación de las variables (cultura tributaria y formalización de MYPES). Proporcionando un resultado de una confiabilidad de 0.898, comparado con los criterios determinados según la escala.

En cuanto al procedimientos de recolección, análisis y procesamiento de datos, se procedió al recojo de datos de la presente investigación, principalmente se procedió identificar a los elementos de la muestra con el fin de contactarnos con los mismos de manera presencial. Asimismo, los cuestionarios fueron aplicados de forma escrita a cada uno de los colaboradores del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca. Una vez aplicados y obtenidos los 64 cuestionarios, se procedió a ordenar en el programa Informático Microsoft Excel cada una de las respuestas de acuerdo con las dimensiones e indicadores de las variables en estudio, construyendo así una base de datos.

Para el procedimiento de análisis y procesamiento de datos, la base de datos fue elaborada en el programa Informático Microsoft Excel, luego de su análisis de estos se hizo uso del paquete estadístico SPSS para analizar la relación y correlación de las variables (cultura tributaria y formalización de MYPES). Los resultados obtenidos serán presentados en tabla simples, tablas de doble entrada o figuras según sea el caso, los mismos que contarán sus respectivas interpretaciones. Esto permitirá elaborar las tabulaciones por cada una de las preguntas de la dimensión del cuadro de Operacionalización de variables. Finalmente, en cuanto al análisis de datos, una vez obtenidas las respuestas de los cuestionarios aplicados, estos serán codificados e insertados en una matriz de datos y mediante el programa SPSS mediremos la relación de las variables en estudio.

En los aspectos éticos, para la presente investigación, se está citando las fuentes que ha sido consultadas y consideradas en esta investigación. Asimismo, se cuenta con la autorización de las MYPES en estudio, para la recolección de toda la información necesaria, basándonos en el método científico y sin dejar de lado los valores que un investigador debe observar, todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

Toda la información y datos recolectados del presente estudio fue recogido por el mismo investigador, así mismo, ha sido procesada sin la manipulación intencional de los datos informativos; como también la técnica de instrumento que se empleo ha sido construida mediante las variables de la investigación. La presente investigación fue realizada en las MYPES comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, año 2021. Como se puede apreciar las encuestas que se realizaron a los encargados de las MYPES, fueron anónimas.

CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que se muestran a continuación fueron obtenidos y analizados en función a los objetivos e hipótesis planteadas en esta investigación; utilizando para ello la estadística descriptiva e inferencial. Esto con el propósito de determinar la relación de la Cultura Tributaria y las Formalización de las Mypes Comerciales de Abastos del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Para recabar y analizar la información pertinente, se aplicó un cuestionario, que se recogió los datos relacionados con la variable y dimensiones. La presentación y análisis de los resultados se muestran en las figuras siguientes:

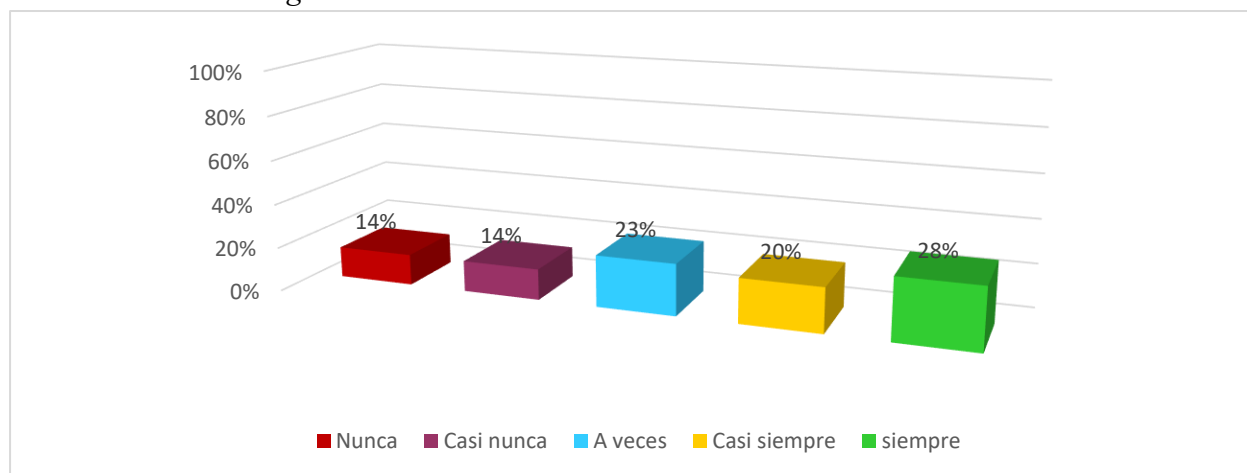
Análisis descriptivo

VI Cultura Tributaria

D1. Dimensión 1. Conciencia Tributaria

Figura 2

Considera usted que el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región



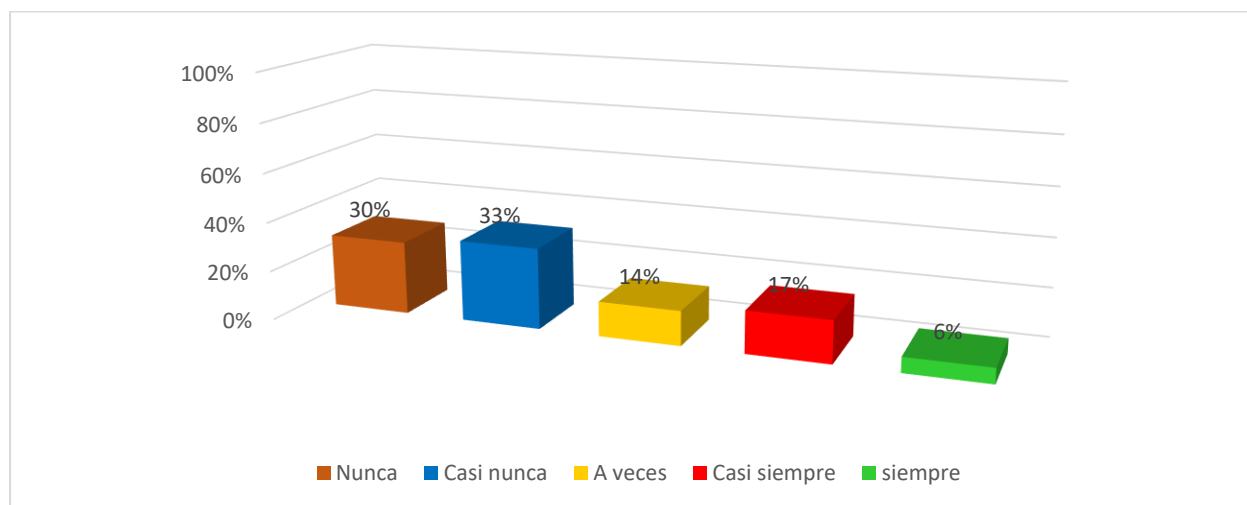
Nota. Elaboración propia

En la figura 2 se muestra que el 14% de los encuestados consideran que nunca y casi nunca el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región, pues consideran que no es importantes; el 23% de los encuestados consideran que a veces el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región, ya que contribuye a la recaudación de ingresos necesarios para el mejoramiento de los servicios públicos y para el desarrollo de proyectos, obras o políticas que mejoran las condiciones

de la gente en la región. El 20% y 28% consideran que casi siempre y siempre, pues el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias también promueve el desarrollo de la economía local, al permitir que el Estado cuente con recursos para invertir en proyectos de infraestructura, desarrollo productivo y otros sectores.

Figura 3

Con qué frecuencia realiza usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias

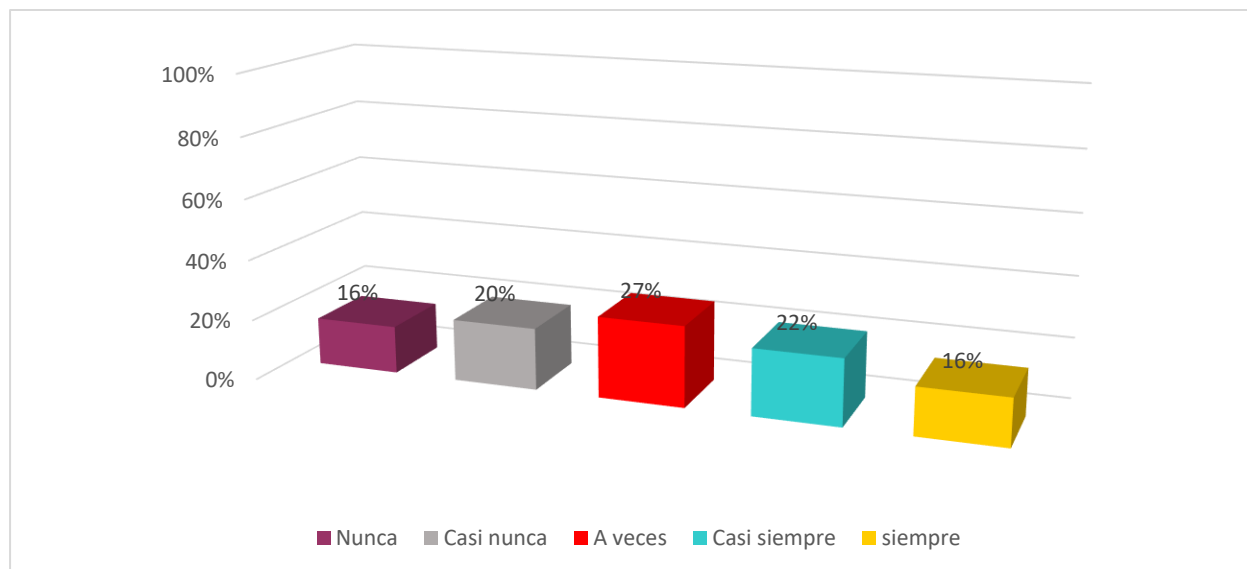


Nota. Elaboración propia

En la figura 3 se muestra que el 30% y 33% de los encuestados consideran que nunca y casi nunca realizan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues consideran que el sistema tributario es complicado, aunque mayoritariamente reconocen la importancia de cumplir con los tributos; el 14% los encuestados consideran a veces, pues hay un grupo de personas que realiza el cumplimiento adecuado de sus obligaciones, mientras que otro grupo realiza sólo un cumplimiento parcial o nulo y el 17% y 6% consideran casi siempre y siempre, es decir ellos tienen mayor responsabilidad con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Figura 4

Usted estaría interesado en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla

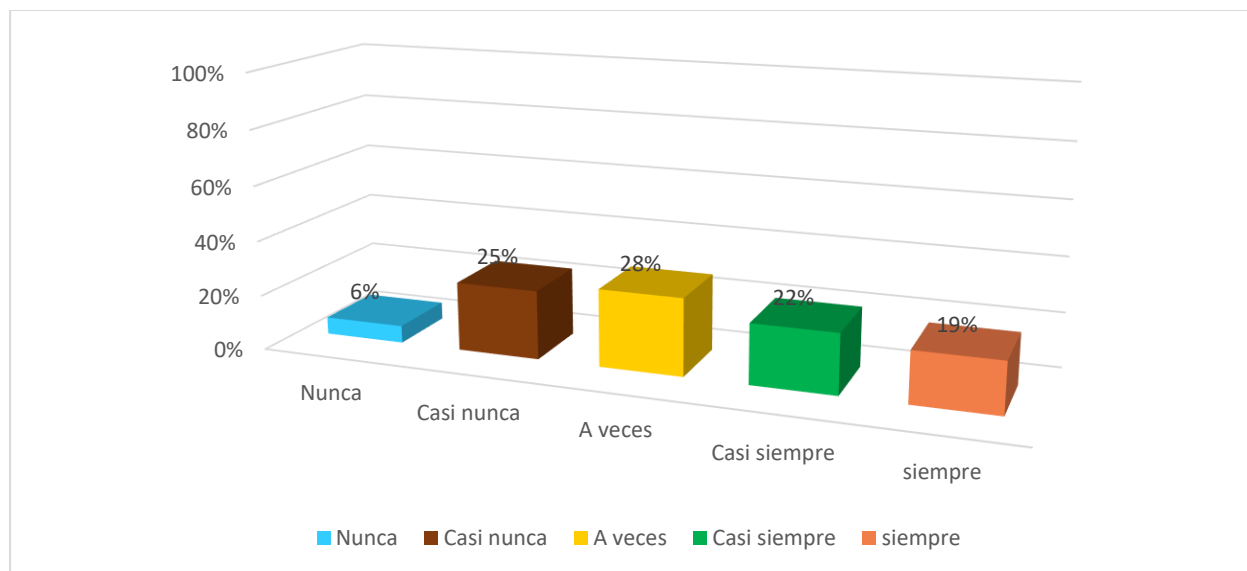


Nota. Elaboración propia

En la figura 4 se muestra que el 16% y 20% de los encuestados consideran que nunca y casi nunca están interesados en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla, ya que muchos encuentran que se trata de contenidos muy aburridos y confusos, para mejorar esta situación, SUNAT debería considerar desarrollar charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que sean más atractivas para sus clientes; el 27% de los encuestados consideran que a veces están interesados en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla, pues les resultan útiles para el desarrollo de sus actividades laborales; el 22% y 16% de los encuestados consideran que casi siempre y siempre están interesados en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla, encuentran que es una excelente herramienta para mantenerse al día y conocer los cambios que se van presentando en el ámbito de las leyes tributarias, por lo tanto, esta es una práctica en la que los contribuyentes están siempre interesados.

Figura 5

Considera usted que es importante los beneficios tributarios para su negocio



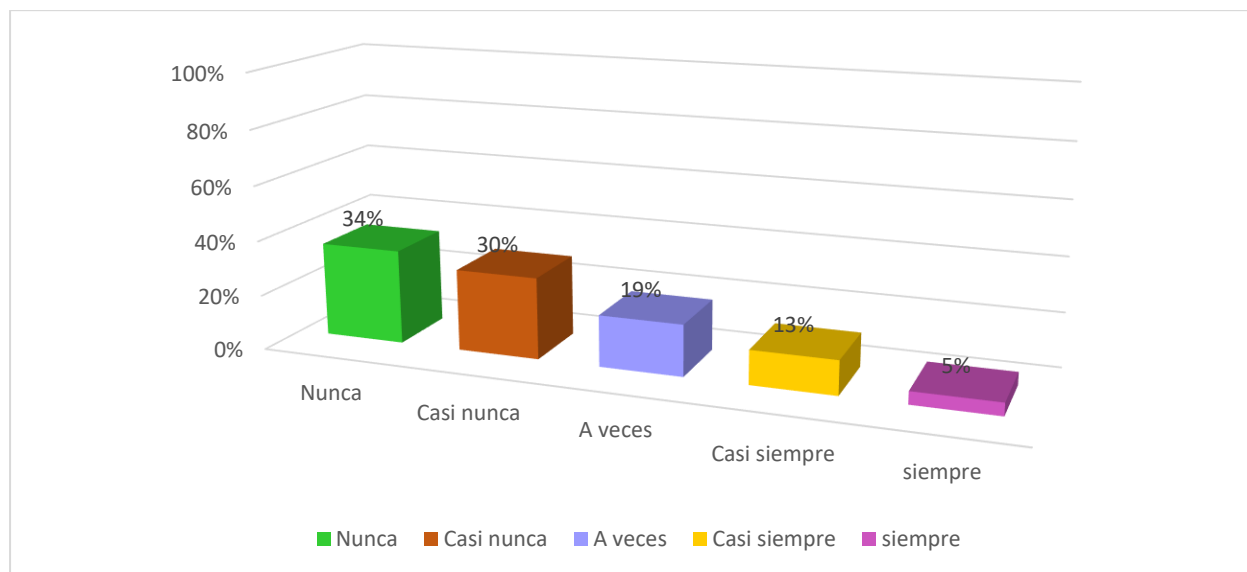
Nota. Elaboración propia

En la figura 5 se muestra que el 6% y 25% de los encuestados considera que nunca y casi nunca es importante los beneficios tributarios para su negocio, pues es algo que es poco relevante para ellos; en la mayoría de los casos, es especialmente importante para aquellos que están comenzando un negocio y desean aprovechar todas las ventajas que se ofrecen; el 28% los encuestados considera que a veces es importante los beneficios tributarios para su negocio, ya que pueden ayudar a reducir los costos y aumentar la rentabilidad en el largo plazo; el 22% y 19% de los encuestados considera que nunca y casi nunca es importante los beneficios tributarios para su negocio, pues creen que los beneficios tributarios también pueden ser esenciales para la competitividad, ya que les pueden dar una ventaja sobre los competidores; es importante tener en cuenta que muchos encuestados creen que la obtención de beneficios tributarios requiere tiempo y esfuerzo, y que no hay una solución mágica para obtenerlos, ellos apoyan el cumplimiento de las reglas fiscales y participar activamente en el sistema tributario.

D2. Dimensión 2. Educación Tributaria

Figura 6

Considera usted que el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes

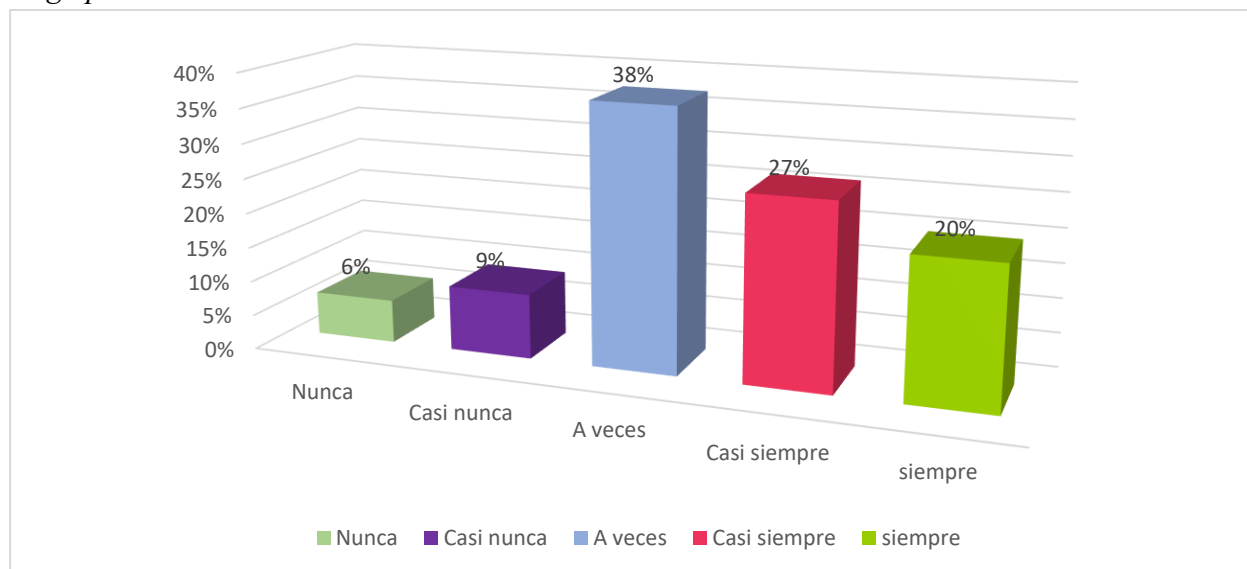


Nota. Elaboración propia

En la figura 6 se muestra que el 34% y 30% de los encuestados considera que nunca y casi nunca el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes, pues considera que es complejo y poco transparente, además de que resulta abrumador y poco accesible para la mayoría de la gente; el 19% los encuestados considera que a veces el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes, ya que consideran que el sistema tributario les ofrece formas de declarar sus impuestos un poco más fáciles y comprensibles para la mayoría de las personas; el 13% y 5% de los encuestados considera que casi siempre y siempre el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes, pues en la mayoría de los casos, el sistema tributario está diseñado con el fin de lograr un equilibrio entre la necesidad de recaudar impuestos y ofrecer a los contribuyentes las herramientas que necesitan para calcular sus obligaciones tributarias.

Figura 7

Considera usted que los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo

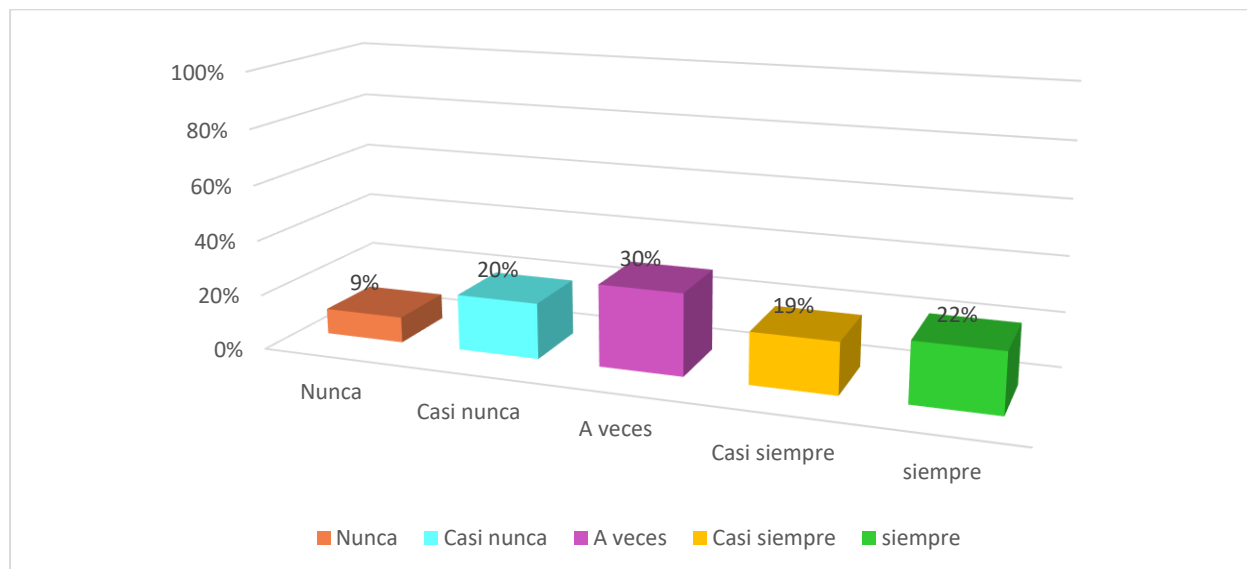


Nota. Elaboración propia

En la figura 6 se muestra que el 6% y 9% de los encuestados considera que nunca y casi nunca los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo, ya que no logran incentivar entre la población la participación en cuestiones tributarias, principalmente porque estas actividades son ajenas a su vida cotidiana, lo que hace difícil para los agentes tributarios motivar a la sociedad para que se interese en este tema; el 38% de los encuestados considera que a veces los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo, pues al mismo tiempo cuentan con la colaboración de los contribuyentes, quienes son los responsables de recopilar, declarar y pagar todos los tributos debidamente; el 27% y 20% de los encuestados considera que casi siempre y siempre los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo, ya que esto les permite saber más de la importancia de cumplir con sus responsabilidades tributarias y servir de ejemplo para los demás, de esta forma, los contribuyentes adoptarán una cultura más responsable.

Figura 8

Considera usted que cumplir con nuestras obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad



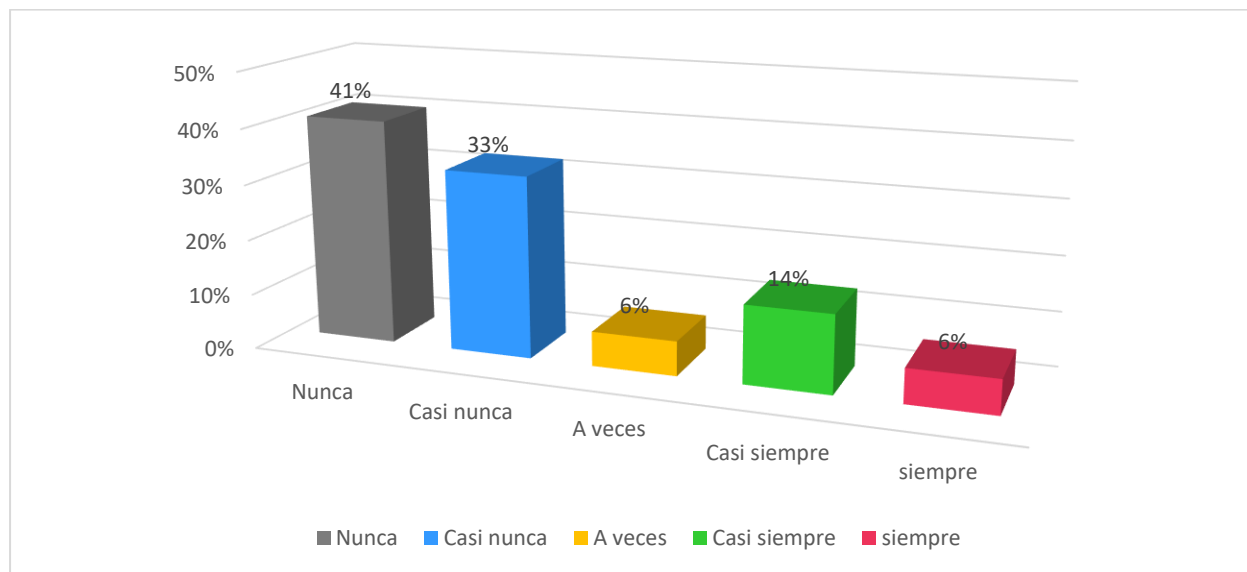
Nota. Elaboración propia

En la figura 8 se muestra que el 9% y 20% de los encuestados considera que nunca y casi nunca cumplir con sus obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad, ya que no estarían contribuyendo de forma equitativa al desarrollo económico; el 30% los encuestados considera que a veces cumplir con sus obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad, ya que las personas que pagan impuestos están contribuyendo con los fondos necesarios para financiar la educación, la salud y otros servicios públicos; el 19% y 22 los encuestados considera que casi siempre y siempre cumplir con sus obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad, pues la mayoría de los encuestados cree que pagando impuestos se están contribuyendo a la creación de empleo así como a la mejora de los servicios públicos, lo que contribuye a un mejor entorno para la vida económica, los impuestos también ayudan a mantener al gobierno y a financiar proyectos que mejoran la calidad de vida de todos.

Dimensión 3: Orientación Tributaria

Figura 9

Usted ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT

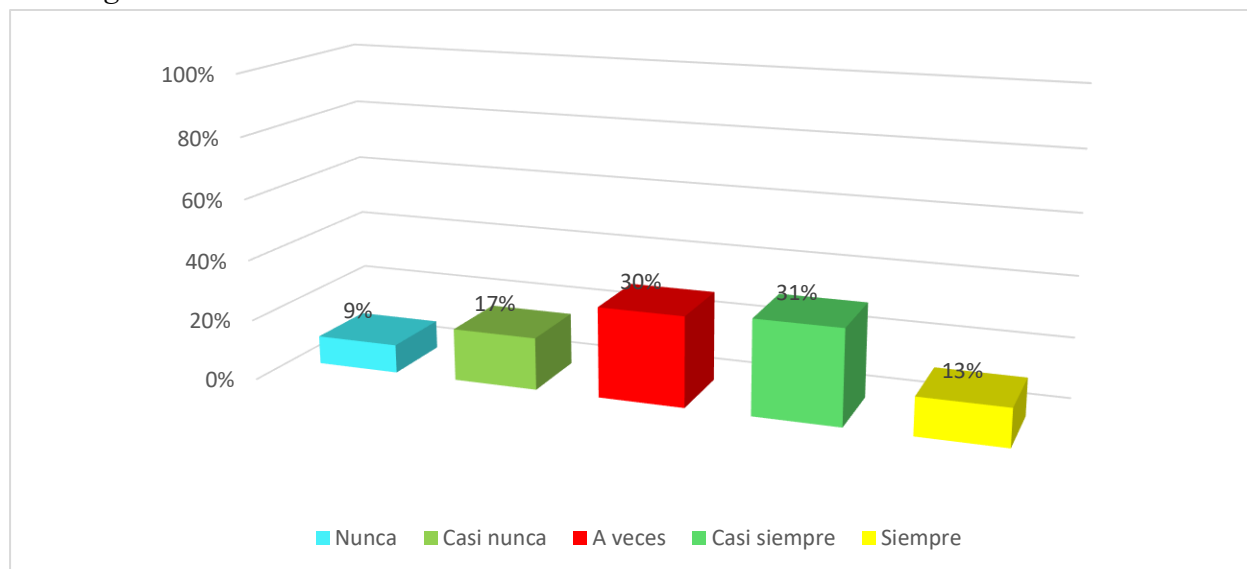


Nota. Elaboración propia

En la figura 9 se muestra que el 41% y 33% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT, lo cual nos demuestra que la falta de comunicación que existe entre estas dos partes puede afectar la percepción que la población tiene de la SUNAT; el 6% de los encuestados manifiestan que a veces ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT, la asistencia recibida ha sido principalmente en forma de información acerca de los requisitos y procedimientos a seguir para presentar los impuestos, y acerca de la información de declaraciones, devoluciones y pagos; el 14% y 6% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT, pues esto beneficia a los contribuyentes ya que les permite obtener información clara y directa acerca de sus obligaciones tributarias, además de contar con asesores para la solución de sus problemas.

Figura 10

Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias

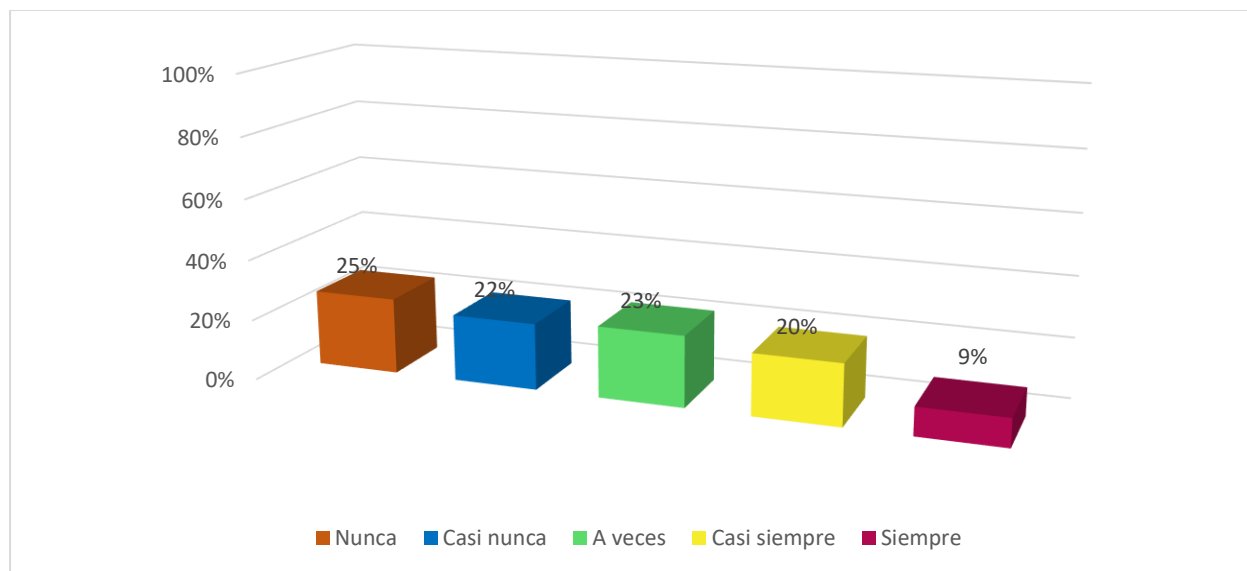


Nota. Elaboración propia

En la figura 10 se muestra que el 9% y 17% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues los factores motivacionales más comunes para cumplir con las obligaciones tributarias son temor a las sanciones y multas de la autoridad; el 30% de los encuestados manifiestan que a veces la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que esta conciencia abarca aspectos como el respeto de la ley, el pago de los tributos establecidos y la evitación de la elusión y la evasión; el 31% y 13% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues la conciencia tributaria significa el compromiso de la sociedad con el estado para contribuir a la creación de un desarrollo equitativo y sostenible.

Figura 11

Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias



Nota. Elaboración propia

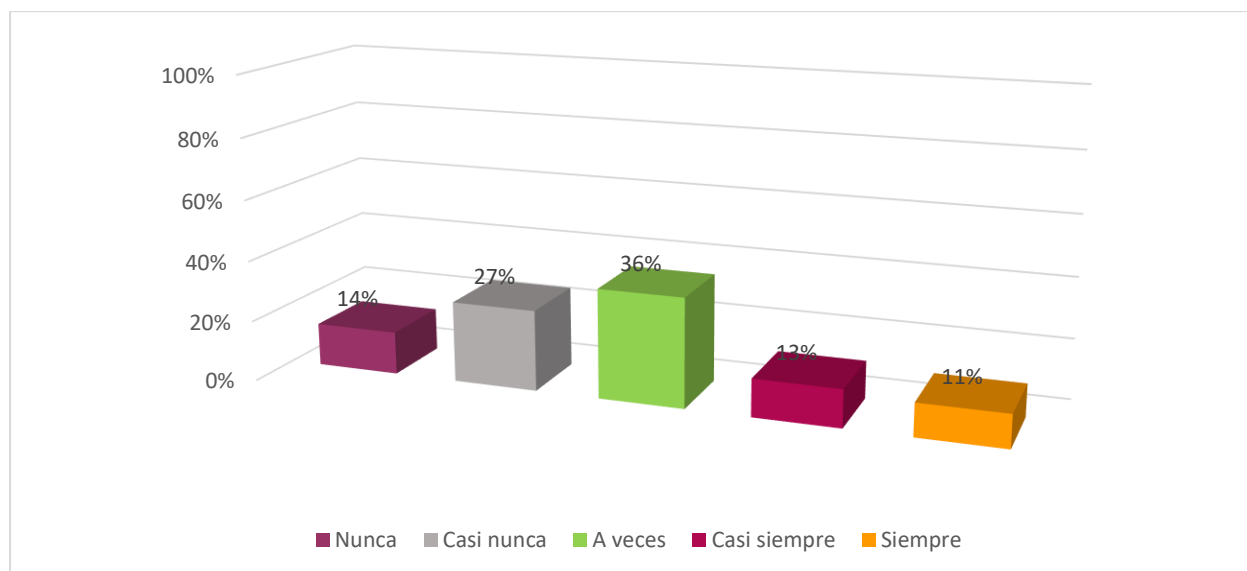
En la figura 11 se muestra que el 25% y 22% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias, pues los tributos requieren ciertos conocimientos y con frecuencia se trata de un tema complejo que muchos contribuyentes desconocen, esta desinformación significa que los contribuyentes no tienen conciencia ni responsabilidad tributaria; el 23% de los encuestados manifiestan que a veces los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias, pero no siempre se atienen a las mismas, esto se debe a la falta de conocimiento sobre los aspectos fiscales, a la falta de información acerca de reconsideraciones, devoluciones y descargos existentes, y también a la falta de herramientas para llevar a cabo los trámites correspondientes; el 20% y 9% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias, pues estos se encuentran regulados por ley, y cualquier persona puede tener acceso a ellos para su conocimiento.

V2 Formalización de Mypes

Dimensión 1: Formalización Jurídica

Figura 12

La Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC

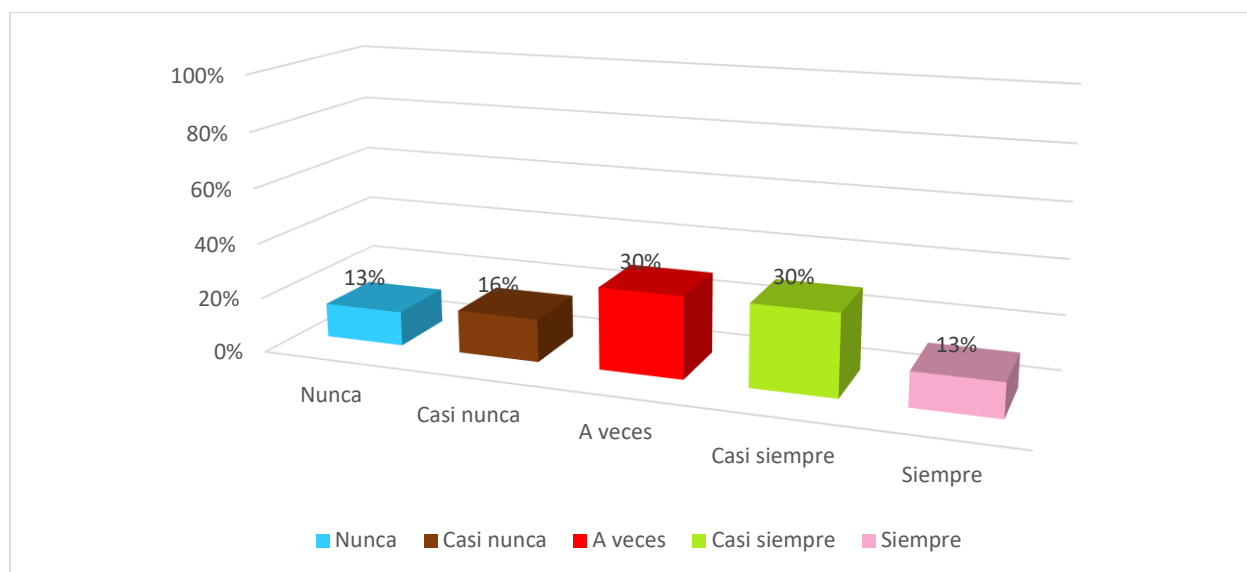


Nota. Elaboración propia

En la figura 12 se muestra que el 14% y 27% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca la Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC, ya que la formalización jurídica no siempre exige que los contribuyentes se inscriban en el RUC, esto depende de la calidad de contribuyente que tengan; el 36% de los encuestados manifiestan que a veces la Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC, pues es un documento elemental en la relación entre una entidad o persona con el Estado, es obligatorio para todos los clientes y proveedores que emitan facturas y para las entidades que desarrollan actividades laborales y comerciales; el 13% y 11% los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre la Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC, consideran que una formalización jurídica obliga a inscribirse en el RUC por ser un requisito necesario para desarrollar cualquier tipo de actividad.

Figura 13

La formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos

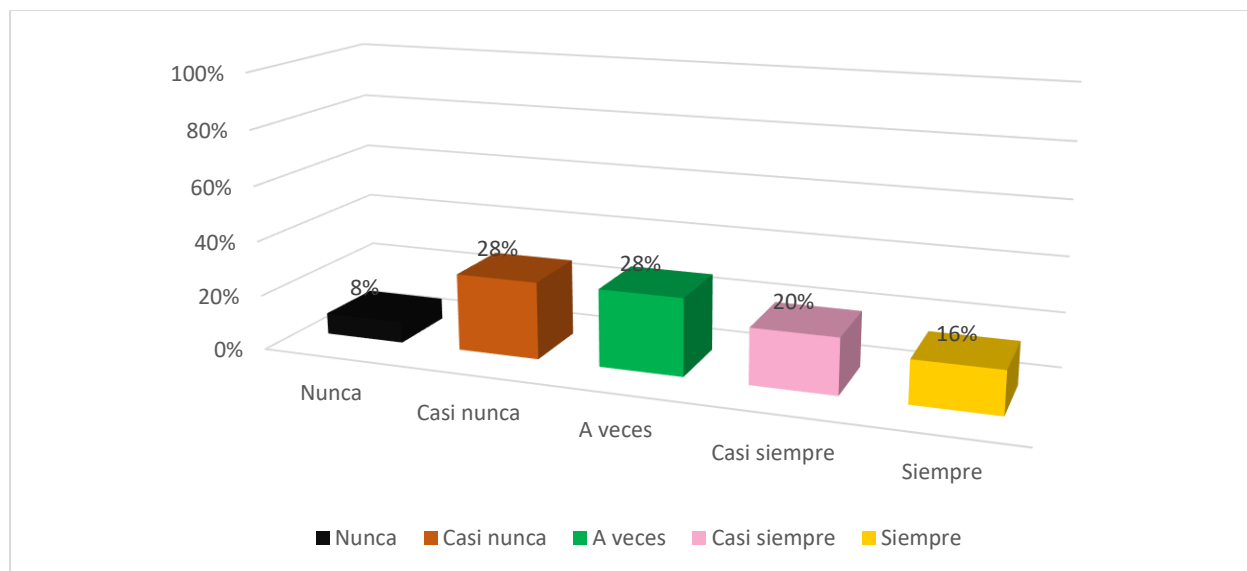


Nota. Elaboración propia

En la figura 13 se muestra que el 13% y 16% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca la formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos, pues en muchas situaciones es imposibilidad debido a los altos costos que implica este proceso; el 30% de los encuestados manifiestan que a veces la formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos, ya que éstos constituyen un medio a través del cual el gobierno puede vigilar la aplicación de ciertas leyes para evitar el fraude de empresas ilegales; el 30% y 13% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre la formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos, pues esto les permitiría acomodarse a lo establecido en la ley, así como evitar consecuencias legales, fiscalmente y financieramente por proceder de la manera correcta, esta formalización también les permitirá celebrar contratos con otros agentes económicos y usar sus servicios para generar mayor seguridad para el negocio.

Figura 14

Los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente

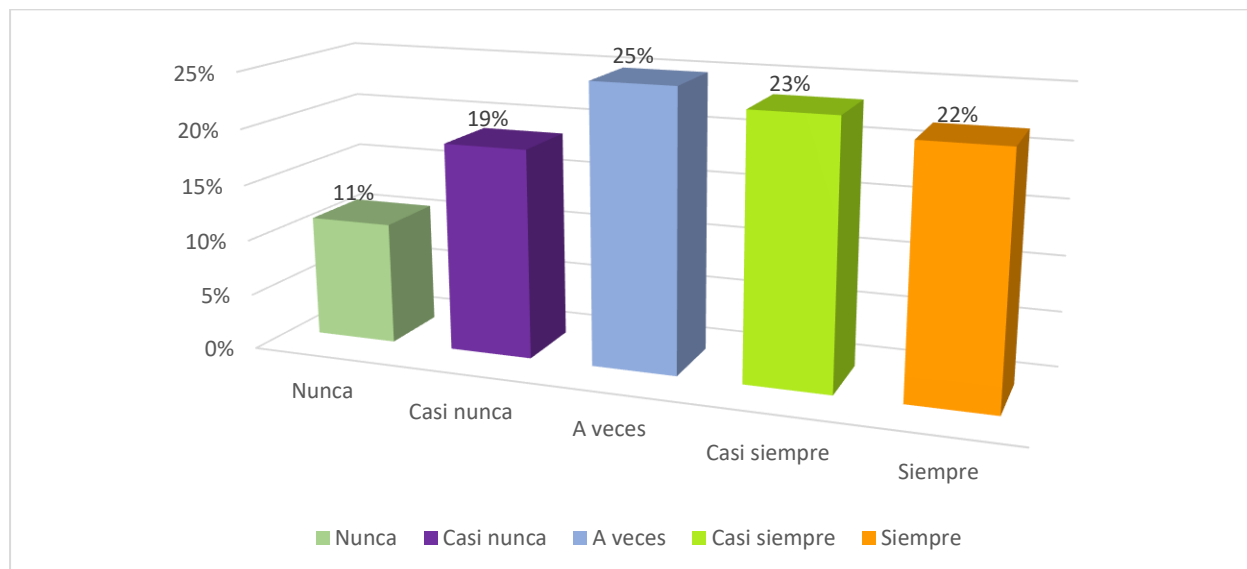


Nota. Elaboración propia

En la figura 14 se muestra que el 8% y 28% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente, ya que algunos mencionan que es por desinterés y otros que la mayoría de los trámites se encuentran de manera digitalizada; el 28% de los encuestados manifiestan que a veces los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente, pues permiten que una firma se convierta en una entidad sin ánimo de lucro; el 20% y 16% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente, pues estos contienen información relevante sobre la empresa, además es importante para que la empresa realice transacciones seguras y legítimas, así como para evitar fraudes, lavado de dinero y actividades ilegales.

Figura 15

Cree usted que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES

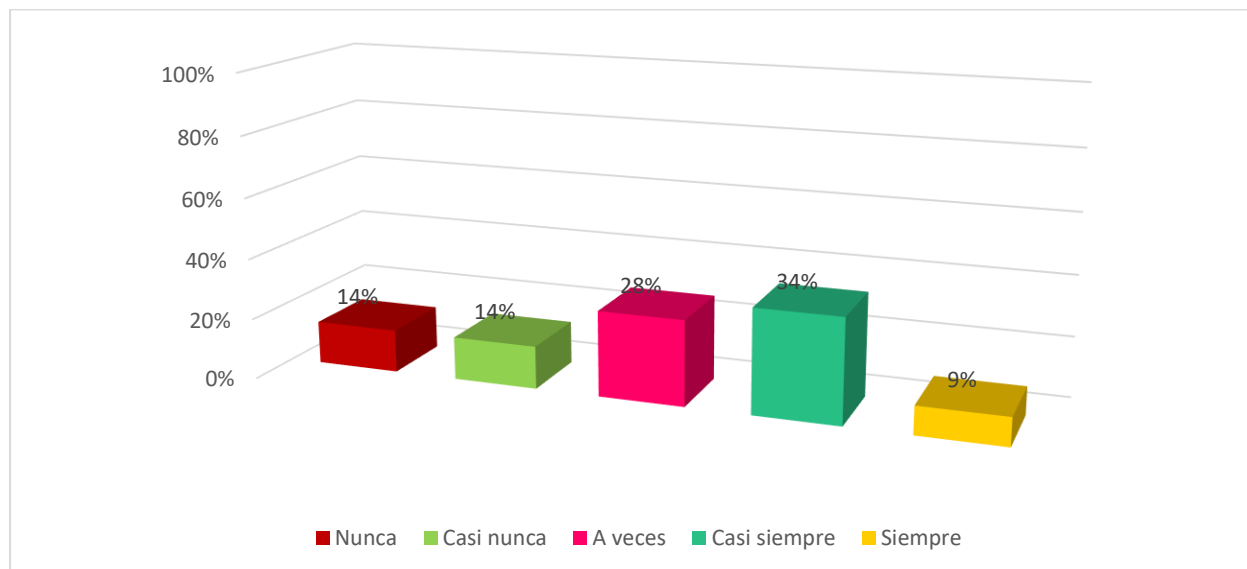


Nota. Elaboración propia

En la figura 15 se muestra que el 11% y 19% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca creen que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES, ya que generalmente no hay recursos disponibles para el desarrollo de este aspecto; el 25% de los encuestados manifiestan que a veces creen que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES, el crecimiento empresarial trae consigo nuevas oportunidades de mercado, atrae la inversión y el capital, desarrolla la iniciativa empresarial y crea una mayor demanda de servicios y productos; el 23% y 22% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre creen que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES, se destacan como principales motivos los procesos y servicios, para el desarrollo de sus operaciones.

Figura 16

Cree usted que el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario

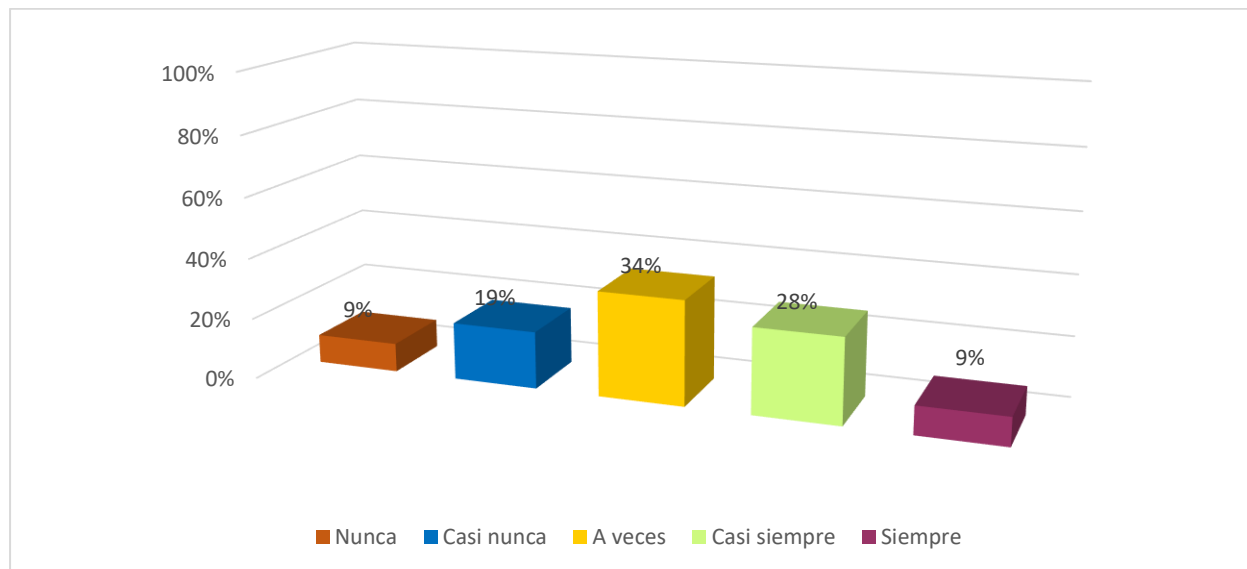


Nota. Elaboración propia

En la figura 16 se muestra que el 14% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario, pues los bancos le dan más importancia a los aspectos económicos y financieros que relaciona al negocio y su capacidad de pago; el 28% de los encuestados manifiestan que a veces el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario, ya que muchas entidades bancarias solicitan un historial de éxito para otorgar un crédito, el desarrollo y crecimiento comercial muestran si el negocio es exitoso para poder ofrecer garantía para el prestamos; el 34% y 9% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario, ya que está relacionado con el nivel de confiabilidad de la empresa. Una vez obtenida la confiabilidad, se evalúan otros factores como la capacidad de pago y el uso del crédito ofrecido.

Figura 17

Considera usted que al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico

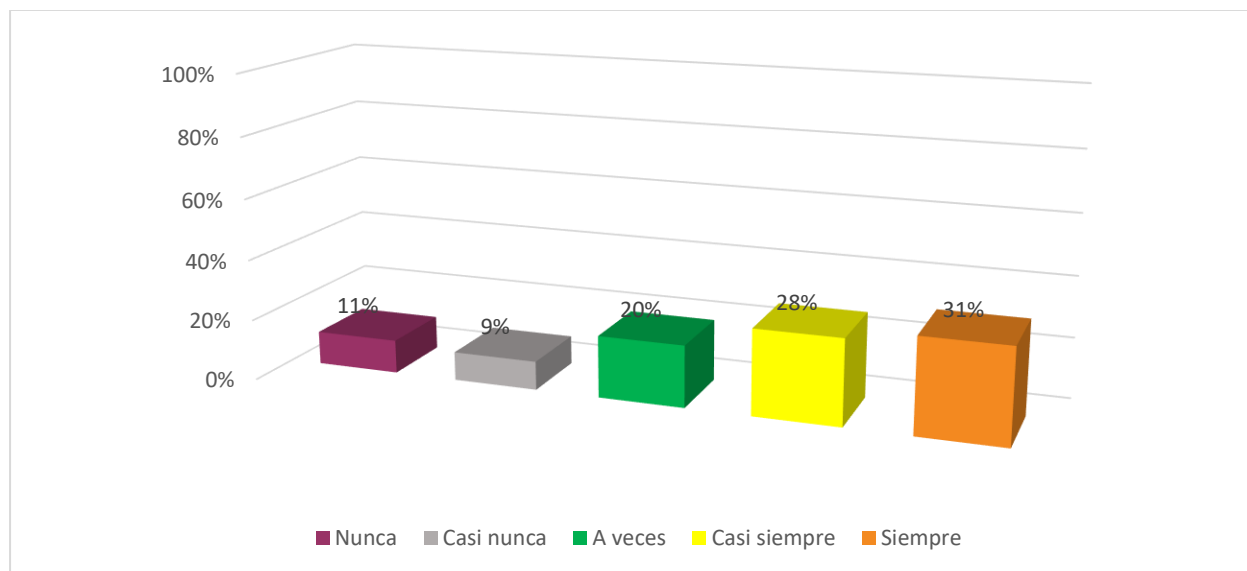


Nota. Elaboración propia

En la figura 17 se muestra que el 9% y 19% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico, pues se deben tener habilidades empresariales, conocimiento y confianza en sí mismo, además de foco y disciplina para conseguir objetivos; el 34% los encuestados manifiestan que a veces al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico, ya que podrán realizar inversiones en mejoras en los procesos productivos, obtener maquinarias más modernas para su producción, contratar personal calificado y después vender los productos en los diferentes mercados; el 28% y 9% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico, pues con él hay mayores recursos para invertir en publicidad, productos e infraestructura.

Figura 18

Considera usted que es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos

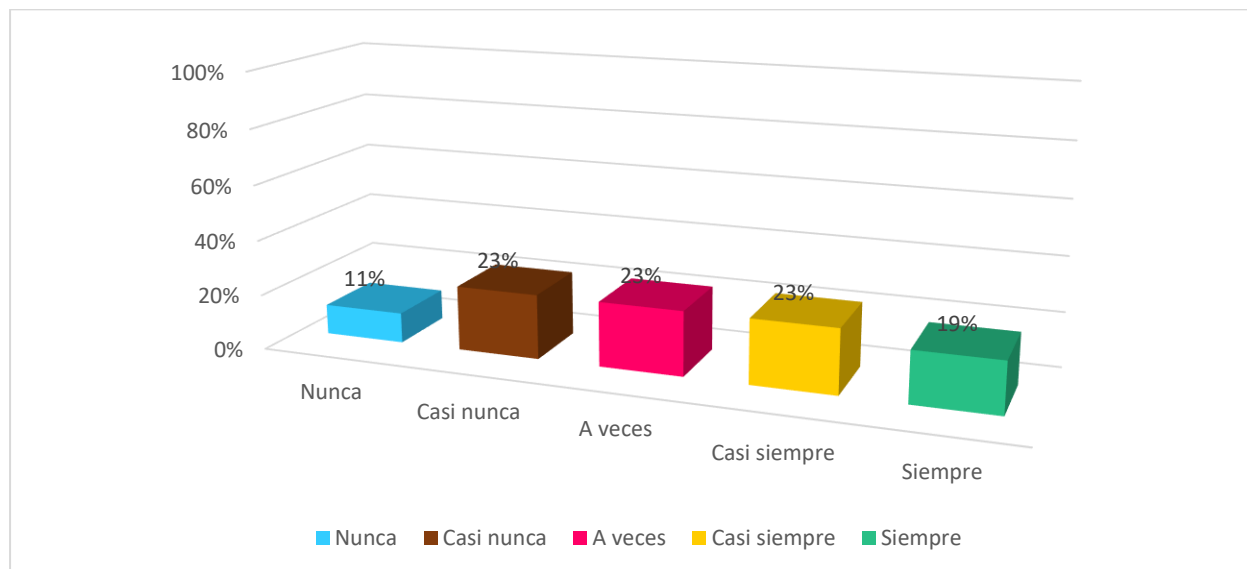


Nota. Elaboración propia

En la figura 18 se muestra que el 11% y 9% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos, pues éstos pueden llegar a ser costosos para su empresa, esto significa que la empresa tendrá que lidiar con una mayor cantidad de deudas, lo cual se traduce en una mayor carga financiera y administrativa, el 20% de los encuestados manifiestan que a veces es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos, ya que esa información los puede ayudar a mejorar sus finanzas y les puede proporcionar opciones para ampliar su negocio; el 28% y 31% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos, pues les permite conocer los diversos productos que hay en el mercado para obtener la mejor oferta disponible para su empresa.

Figura 19

Considera usted que se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias

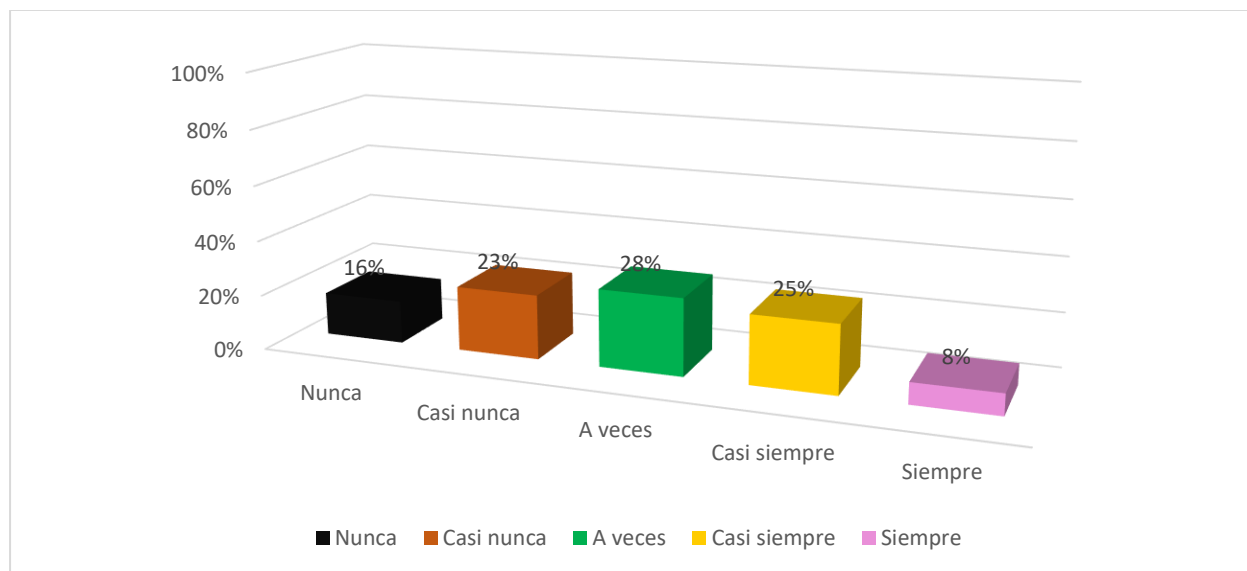


Nota. Elaboración propia

En la figura 19 se muestra que el 11% y 23% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues esta medida sería contraria al principio de equidad, ya que consideran que no alejaría la brecha entre establecimientos de mayor y menor tamaño, generando simples complicaciones y evasión fiscal; el 23% de los encuestados manifiestan que a veces se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pues los impuestos existentes tienen muchas excepciones o silogismos que dificultan entender el régimen tributario; el 23% y 19% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que de esta forma se minimizan errores que puedan conducir a sanciones y se facilita la recolección de los impuestos.

Figura 20

La formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales

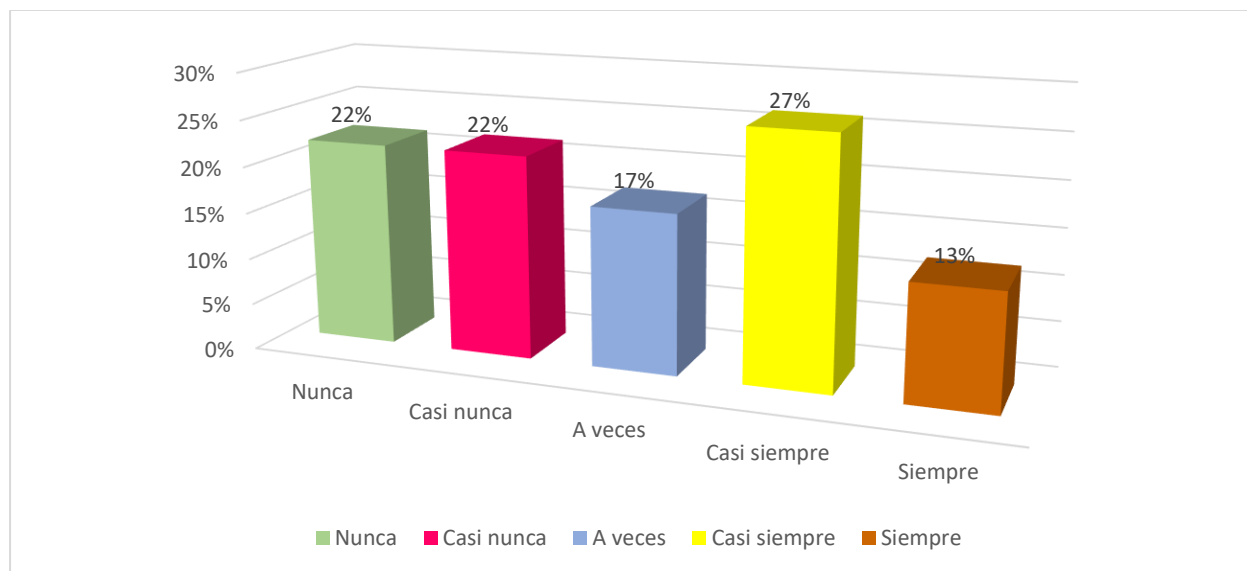


Nota. Elaboración propia

En la figura 20 se muestra que el 16% y 23% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca la formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales, pues la mayoría de los contribuyentes solo la presentan anualmente, esto es debido a que los contribuyentes tienen la posibilidad de hacer ajustes en su base imponible y estar a cargo de contribuciones menores al año siguiente; el 28% de los encuestados manifiestan que a veces la formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales, pues deben hacerse constar los bienes y servicios que han utilizado durante el mes para luego liquidar el impuesto correspondiente; el 25% y 8% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre la formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales, ya que es algo obligatorio para cumplir con la ley, esto les brinda tranquilidad, ya que se aseguran de cumplir con las obligaciones fiscales por lo que evitan recibir algún tipo de multa.

Figura 21

Conoce usted los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES



Nota. Elaboración propia

En la figura 21 se muestra que el 22% de los encuestados manifiestan que nunca y casi nunca conocen los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES, ya que generalmente una persona sólo recibe el servicio y presupuesto de la Micro, Pequeña o Mediana empresa (MYPE) sin mayores trámites; el 17% de los encuestados manifiestan que a veces conocen los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES, pues esta información se encuentra disponible desde diversas fuentes, entre ellas, la plataforma web de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, La Superintendencia de Banca y Seguros, Los Ministerios de Economía y Finanzas, el Ministerio de Trabajo; el 27% y 23% de los encuestados manifiestan que casi siempre y siempre conocen los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES, estos son requerimientos establecidos por la ley, los comprobantes de pago corresponden a documentos emitidos por el proveedor de productos o servicios, por la venta, arriendo, intercambio o suscripción de bienes, uso de recursos naturales, prestación de servicios, etc.

Análisis inferencial

La prueba de normalidad es fundamental, para saber si los datos de una muestra tienen una distribución normal o a normal, con el fin de saber qué tipo de corrección aplicar en la investigación, por lo tanto, se empleará la prueba Kolmogorov-Smirnova, ya que la muestra es mayor a 50 sujetos.

Tabla 3

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: Cultura Tributaria	,271	64	,000
V2: Formalización de Mypes	,255	64	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Objetivo general

Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Hipótesis general

H₀: La Cultura Tributaria no se relaciona con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

H₁: La Cultura Tributaria se relaciona con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Regla de decisión

$P > 0.05$: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

$P < 0.05$: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Tabla 4

Correlación de las variables cultura tributaria y formalización de MYPES

				V2:	
		V1: Cultura Tributaria		Cultura	Formalización de Mypes
Rho Spearman	de V1: Cultura Tributaria	Coefficiente de correlación	de	1,000	,570**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		64	64
	V2: Formalización de Mypes	Coefficiente de correlación	de	,570**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		64	64

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

Nota.

En la tabla 5, se observa que el valor de significancia es de 0,000, llegando a ser menor a 0,05, por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Con una relación significativa entre cultura tributaria y formalización de MYPES, el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.570, lo que indica que hay una correlación alta entre las variables cultura tributaria y la formalización de las MYPES comerciales del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca. En conclusión, se puede decir que si existe una relación positiva alta entre las variables cultura tributaria y formalización, que nos da entender que a mayor cultura tributaria mejora la formalización.

Objetivo específico 1

Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021

Hipótesis Especifica 1:

H0: La Cultura Tributaria no se relaciona con la formalización jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

H1: La Cultura Tributaria se relaciona con la formalización jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Regla de decisión

$P > 0.05$: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

$P < 0.05$: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Tabla 3

Correlación de Cultura Tributaria y Formalización Jurídica

		Cultura Tributaria	Formalización Jurídica
Cultura Tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,571**
Rho de Spearman	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	64	64
Formalización Jurídica	Coefficiente de correlación	,571**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	64	64

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

Nota.

En la tabla 6 se puede apreciar que el valor de significancia es 0.000, menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Existiendo una relación positiva alta entre la cultura tributaria y la formalización jurídica, donde el coeficiente Rho de Spearman es de 0.571, lo que indica que hay una correlación alta entre la cultura tributaria y formalización jurídica. Existiendo una relación entre la cultura tributaria con la formalización jurídica de las MYPES comerciales del mercado de abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca. En conclusión,

se puede decir que, si existe una relación positiva alta entre la cultura tributaria y la formalización jurídica, nos da entender que a mayor cultura tributaria mayor será la formalización jurídica.

Objetivo específico 2

Hallar la relación de la Cultura Tributaria con el Crecimiento Empresaria de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Hipótesis Específica 2:

H0: La Cultura Tributaria no se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

H1: La Cultura Tributaria se relaciona con el crecimiento empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Regla de decisión

$P > 0.05$: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

$P < 0.05$: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Tabla 4

Correlación de Cultura Tributaria y Crecimiento Empresarial

			Cultura Tributaria	Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,477**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	64	64
	Crecimiento Empresarial	Coefficiente de correlación	,477**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	64	64

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

Nota.

Según muestra el cuadro, para validar la hipótesis el Sig. (bilateral) debe ser menor al nivel de significancia de 0,05, en este caso se cumple la lógica planteada por lo que se rechaza la hipótesis nula. Además, se obtiene un coeficiente de Correlación de Rho de Spearman 0,477, que representa una correlación positiva alta entre la variable cultura tributaria y crecimiento empresarial. Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna ya que la relación es significativa, es decir que a un mayor grado de cultura tributaria se incrementara el crecimiento empresaria de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021.

Objetivo específico 3

Determinar la relación de la Cultura Tributaria con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Hipótesis Especifica 3

H0: La Cultura Tributaria no se relaciona con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

H1: La Cultura Tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

Regla de decisión

$P > 0.05$: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna

$P < 0.05$: Se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula

Tabla 5

Correlación de Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias

			Cultura Tributaria	Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Cultura Tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	,419**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	64	64
	Obligaciones Tributarias	Coefficiente de correlación	,419**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	64	64

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

Nota.

El valor del estadístico Rho de Spearman llega a ser de 0.419, quiere decir que tiene una correlación positiva moderada. Por lo que, se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna ya que la relación es significativa. Se considera estadísticamente una correlación positiva media entre las variables en estudio, es decir, al tener un mayor grado de cultura tributaria mayor será el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

El propósito principal de la investigación fue determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Ante ello es necesario mencionar que en el desarrollo de la investigación se presentaron algunas limitaciones las cuales son: se identificó desconfianza de algunos comerciantes, por lo que limitaron a responder los cuestionarios, para ello se accedió a otras personas que deseaban colaborar; por lo que con mucho esfuerzo, dedicación y coordinación se pudo superar y de esa manera cumplir con los objetivos trazados lo cual condujo a la obtención de los siguientes resultados: existe una relación positiva alta entre las variables cultura tributaria y formalización, que nos da entender que a mayor cultura tributaria mejora la formalización de las MYPES, el valor estadístico es de 0.570, lo que indica que hay una correlación alta entre las variables. Esto conllevó a realizar una interpretación comparativa con el estudio de Acaro (2020) quien señala que hay un alto índice de desconocimiento sobre la normativa tributaria y por ende de sus obligaciones tributarias, por lo que, en muchas ocasiones son acreedores de fuertes multas por parte de la Administración Tributaria, pues se coincide, ya que la información es cambiante debido a la frecuente modificación en la legislación tributaria por lo que se requiere una constante actualización para conocer todas las novedades que pueden afectar a los contribuyentes. Así mismo se contrasta con el estudio de Ortiz (2020) quien indica que la mayoría de los ciudadanos tienen secundaria completa, pero que lamentablemente tienen un desconocimiento total de los reglamentos y de la normativa, por ello, son catalogados como ciudadanos con un nivel de cultura baja; se coincide puesto que es una realidad que no es ajena al ámbito de estudio.

Del mismo modo se contrasta con el estudio de Gabriel (2021) quien menciona que la cultura tributaria cumple un rol importante en la formalización empresarial, pues se coincide ya que la cultura tributaria es fundamental para el buen funcionamiento de un sistema tributario, pues la actitud, el conocimiento y las creencias de los ciudadanos y las empresas en relación con el sistema tributario de un país, incluye la comprensión de las obligaciones fiscales, la disposición para cumplir con ellas y la percepción sobre la equidad y eficiencia del sistema. Así también se contrasta con el estudio de Mamani y Espinoza (2021) quienes señalan que con una adecuada difusión de cultura tributaria se tendrá resultados favorables respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya que los contribuyentes estarán mejor informados sobre sus responsabilidades y derechos fiscales, una difusión adecuada de la cultura tributaria puede incluir campañas de

educación fiscal, talleres y charlas informativas, material didáctico, publicaciones en medios de comunicación, entre otros.

En tanto se contrasta con el estudio de Panduro (2020) quien indica que no existe relación significativa entre cultura tributaria y formalización de MYPES, pues se discrepa ya que estas dos variables están relacionadas, ya que la formalización implica que las empresas cumplan con todas las obligaciones legales, incluyendo el registro, la emisión de facturas y el pago de impuestos. Así también se contrasta con el estudio de Vílchez y Yarlequé (2019) quienes mencionan que los microempresarios no cumplen con lo establecido en las normas tributarias, es por la falta de desconocimiento de la cultura tributaria, por lo que se tiene que ofrecer mejores y mayores beneficios tributarios a las micro y pequeñas empresas, se coincide con la afirmación del autor ya que efectivamente, la falta de cumplimiento de las normas tributarias por parte de los microempresarios puede estar relacionada con el desconocimiento de la cultura tributaria. Muchos emprendedores pueden tener dificultades para comprender y cumplir con las complejas regulaciones fiscales, especialmente si no tienen una formación específica en el área contable o tributaria.

Del mismo modo se contrasta con el estudio de Valdez y Burgos (2018) ellos indican que la recaudación en contribuyentes tercera categoría y la evasión tributaria, se encuentran estadísticamente relacionados, se coincide con ellos ya que sí, existe una relación estadística entre la recaudación en contribuyentes de tercera categoría y la evasión tributaria. La evasión tributaria se refiere a la práctica de evitar o eludir el pago de impuestos, ya sea mediante la omisión de declaraciones de ingresos o activos, la subvaluación de bienes o servicios, o la manipulación de registros contables, entre otras estrategias.

Así mismo, estos resultados son corroborados luego de aplicar el instrumento del cual se obtuvo las diferentes respuestas, donde el 28% de los encuestados consideran que siempre el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región; el 33% de los encuestados consideran que casi nunca realizan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que se tiene que seguir mejorando; así mismo el 27% de los encuestados consideran que a veces están interesados en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla; el 28% los encuestados considera que a veces es importante los beneficios tributarios para su negocio; del mismo modo el 34% de los encuestados considera que nunca el sistema tributario es amigable y sencillo con los

contribuyentes, por lo que se debe trabajar en el aspecto mencionado; el 38% de los encuestados considera que a veces los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo; del mismo modo el 30% los encuestados considera que a veces cumplir con sus obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad; el 41% de los encuestados manifiestan que nunca ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT; el 31% de los encuestados manifiestan que casi siempre la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias; así también el 25% de los encuestados manifiestan que nunca los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias; el 36% de los encuestados manifiestan que a veces la Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC; en tanto el 30% de los encuestados manifiestan que casi siempre la formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos; el 28% de los encuestados manifiestan que a veces los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente; el 25% de los encuestados manifiestan que a veces creen que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES; así también el 34% de los encuestados manifiestan que casi siempre el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario; el 34% los encuestados manifiestan que a veces al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico; del mismo modo el 31% de los encuestados manifiestan que siempre es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos; el 23% de los encuestados manifiestan que casi siempre se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; el 28% de los encuestados manifiestan que a veces la formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales; en tanto el 27% de los encuestados manifiestan que casi siempre conocen los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES.

Esto es respaldado con las teorías de las variables de estudio donde la cultura tributaria es un dispositivo que fortalece al sistema tributario, con el objetivo de orientar a los integrantes de una sociedad a cumplir con sus obligaciones tributarias; realizando diferentes estrategias de información, educación para promover el cumplimiento voluntario a efectuar lo establecido en las normas tributarias y la Formalización de MYPES las unidades económicas reconocidas por la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa; según el art. 2 de la Ley N° 28015 (julio de 2003), las MYPES se definen como unidades económicas conformadas por una persona natural o jurídica, que operan bajo diversas formas de organización o gestión, y tienen como

objetivo desarrollar actividades relacionadas con la extracción, producción, transformación, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Finalmente, en cuanto a sus implicaciones, cabe señalar que este estudio permitió aumentar el conocimiento a nivel teórico y metodológico sobre las variables en los contextos considerados; sobre cultura tributaria y Formalización de MYPES la recaudación de impuestos prediales que contribuyan a la generación de nuevos conocimientos y sirvan de base para futuras investigaciones. Además, será una herramienta para otros investigadores que juegan un papel importante en la sociedad. Esto ayudará a las instituciones a identificar los factores que influyen en sus procesos y resultados, ayudándolas a desarrollar las mejores prácticas y políticas. Las actividades de investigación ayudan a combinar la teoría y la práctica y brindan una base confiable para la investigación actual y futura. Esto puede ser muy útil para comprender las tendencias y patrones en su comunidad para que pueda guiar los planes de acción y tomar las decisiones correctas para lograr soluciones y resultados exitosos.

Se considera que el presente estudio de investigación ayudará a complementar el Marco Teórico existe concerniente con la aplicación de la Cultura Tributaria y la Formalización de las MYPES, para que en futuros estudios que se realice cuenten con más información respecto al tema, así también servirá para concientizar, no solo a los microempresarios, sino a toda la ciudadanía en general, sobre lo fundamental que es tener un adecuado nivel de conocimiento de la cultura tributaria. En cuanto a las implicancias metodológicas, el presente estudio, se respetaron todos los aspectos metodológicos implicados en una investigación, considerando que la tesis tiene un enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva, con un diseño no experimental, de corte transversal. Así como, se respetó todo lo concerniente a la valides y confiabilidad del instrumento de investigación, con el cual se realizó el levantamiento de la información y recolección de datos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

En la presente investigación, y conforme al planteamiento del problema y objetivos, se concluye lo siguiente:

Con relación al objetivo general planteado fue determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Se concluye que existe una relación positiva alta entre las variables cultura tributaria y formalización, que nos da entender que a mayor cultura tributaria mejora la formalización de las MYPES, el valor estadístico es de 0.570, lo que indica que hay una correlación alta entre las variables.

Respecto al objetivo específico uno determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Se concluye que existe una relación positiva alta entre la cultura tributaria y la formalización jurídica, nos da entender que a mayor cultura tributaria mayor será la formalización jurídica, existiendo una relación positiva alta entre la cultura tributaria y la formalización jurídica, donde el coeficiente r Pearson es de 0.571, lo que indica que hay una correlación alta.

Respecto al objetivo específico dos determinar la relación de la Cultura Tributaria con el Crecimiento Empresaria de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Se concluye que la relación es significativa, es decir que a un mayor grado de cultura tributaria se incrementara el crecimiento empresarial, donde se obtiene un coeficiente de Correlación de 0,477, que representa una correlación positiva.

En relación al objetivo específico tres determinar la relación de la Cultura Tributaria con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Se concluye que existe una relación significativa entre las variables, con un valor de 0.419, quiere decir que tiene una correlación positiva moderada.

REFERENCIAS

- Acaro Jumbo, Y. I. (2020). NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL CIUDAD DE CARIAMANGA 2019-2019. *Licenciatura*. UNIVERSIDAD DEL AZUAY, Cuenca – Ecuador. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10182/1/15812.pdf>
- Administración, T. S. (2023). *Superintendencia de Administración Tributaria*. Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>
- Alaya Huallpa , O. W., & Cori Soto, H. F. (2018). Cultura Tributaria y formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del Centro Comercial Mossuto, Arequipa, año 2018. 2020. Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua. Obtenido de http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/904/Oscar-Hugo_tesis_titulo_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Armas , M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. Obtenido de <file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210.pdf>
- Armas , M., & Colmenares , M. (2009). Educación para el Desarrollo de la Cultura Trbutariia. *REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*. Obtenido de [file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-EducacionParaElDesarrolloDeLaCulturaTributaria-2937210%20(4).pdf)
- Barron, M. (30 de Junio de 2020). Business training programs and microenterprise formalization in Peru. *Cogent Economics & Finance*,. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/23322039.2020.1791546?needAccess=true&role=button>
- BLANCA ISABEL., V. (2019). *CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA FORMALIZACIÓN DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN PUEBLO NUEVO*

- DE COLÁL PALTA*. Universidad Nacional de Piura, Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2819>
- Bonilla Sebá , E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal. *Revista Ciudades, estados y política 1 (1):21-35*. Obtenido de <file:///C:/Users/DELL/Downloads/revcep,+v1n1a03.pdf>
- Bravo Salas, F. (Junio de 2011). Los valores personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú. *Centro Interamericano de Administraciones Tributarias ISSN 1684-9434*. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=conciencia+tributaria&btnG=&oq=conciencia+tributaria
- Burgos , J. (2003). Lecturas complementarias de apoyo a la unidad curricular didáctica. Trabajo presentado para optar a la categoría de profesor titular. *Universidad del Zulia. Programa Humanidades y Educación*.
- Calderón de la Cruz, E., & Jondec Lingán , S. (2016). *Cultura Tributaria y su Incidencia en el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en las Empresas del Sector Hotelero, Distrito de Cajamarca, Primer Trimestre*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/530/Cont0033.pdf?sequence=1>
- Camex Peru. (2021). Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-comexperu-001.pdf>
- CAMPOS MENDOZA, F. (2016). *a cultura tributaria y la formalización tributaria de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, Rio Seco*. Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/337>
- Carlos Alberto , H. (2018). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Hinojosa-Salazar/publication/350518803_Cultura_tributaria_para_el_incremento_de_los_ingresos_a_los_comerciantes_del_mercado_modelo_Chachapoyas_2018/links/63db0b3b62d2a24f92e99adc/Cultura-tributaria-para-el-incre

- Carranza Vásquez, E. (2020). *Nivel de conocimiento tributario y su incidencia en la formalización de los microempresarios del mercado modelo Chicayo*. UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO, Chiclayo. Obtenido de http://repositorio.unprg.edu.pe:8080/bitstream/handle/20.500.12893/8876/Carranza_V%C3%A1squez_Elvia.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Carrasco Díaz , S. (2019). *Metodología de la investigación científica*. Lima. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-QJWsYugBV/view>
- Castillo Bueno , A. (2008). *Manual de la Micro y Pequeña Empresa–MYPE*. Ediciones Caballero Bustamante. (E. C. SAC, Ed.) Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Castillo%2C+J.%2C+Bueno%2C+A.+Y+Ben%3%ADtez%2C+J.+%282008%29.+Micro+y+peque%3%B1a+Empresa+Mype&btnG=
- Chana Garcia , E. H. (2022). *Cultura tributaria y desarrollo empresarial en la Asociación de Comerciantes la Unión de Ilo,2022*. Universidad César Vallejo, Trujillo . Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98452/Chana_GEH-SD.pdf?sequence=4
- CORTÁZAR VELARDE, J. (2000). *Estrategias educativas para el desarrollo de una cultura tributaria en América Latin. experiencias y líneas de acción. Reforma y Democracia*.
- Cosciani, & C. (1969). *El impuesto al valor agregado*. 336.56/C834iE).
- Cumpa LLontop, Agustin Salvado. (2020). *Formalización y cultura tributaria para los comerciantes del Centro Poblado de Sipán, Zaña*. Uniersidad César Vallejo, Chiclayo. Obtenido de repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54888/Cumpa_ÑAS-SD.pdf?sequence=1
- De Lucas Martinez , A. (2016). *Bases de economía para la función directiva del ingeniero químico*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla La Mancha. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rAanDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Bases+de+econom%3%ADa+para+la+funci%3%B3n+directiva+del+ingeniero+qu%C3%ADmico&ots=k0X4we7CzK&sig=VvQn>

- Del Perú, C. (1993). Constitución política del Per. Obtenido de <http://www.alertainformativa.com.pe/modulos/documentos/archivos/c1a71afafbcfe5796d8c18391dcac3.pdf>
- Domínguez Gutiérrez , S., & Sánchez Ruiz, E. (2009). *Guá para Elaborar una Tesis*. México: México . Obtenido de <file:///C:/Users/DELL/Downloads/DominguezSanchez-GuiaparaElaborarunaTesis.pdf>
- Eder & Chancasanampa Mayta, A. (2018). *Cultura Tributaria y Evación Tributaria en las Micro y Pequeñas Empresas del Mercado Modelo de Chupaca*. Universida Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5612/T010_43408942_T.pdf?sequence=1
- Eduardo , I. (2021). Estimación de la informalidad en México a nivel de subnacional. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46789/1/S2000736_es.pdf
- Felicia, B. (2011). Los valores personales no Alcanzan para explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú. *Administración Tributaria*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37070265/revista_ebook_31_2011-libre.pdf?1427038949=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRevista_de_Centro_Interamericano_de_Admi.pdf&Expires=1683957116&Signature=F9YljRAF0sjI0V9FpJJNGnjy4WiBY-nF7kUOpdfW
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Creencia, actitud, intención y comportamiento: una introducción a la teoría y la investigación. *Executive Summary*. Obtenido de <https://philarchive.org/archive/FISBAI>
- Galindo Borja, D. (2018). *La cultura tributaria como medio para disminuir la evasión tributaria en la asociación de propietarios del mercado mayorista y minorista Yuly Aprommy Ate*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23946/Galindo_BDS.PDF?sequence=1
- García, J. (13 de 06 de 2017). *Elevemos la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>

Giarrizzo, V., & Scolnic, N. (2011). *Percepciones de Injusticia y Corrupción: El Castigo de los Evasores*. Estudios Económicos. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-PercepcionesDeInjusticiaYCorrupcion-5318725.pdf

Grabiél Rosales , T. K. (2021). *La Cultura Tributaria y la Formalización Empresarial de los Comerciantes del Mercado Modelo Privado de la Ciudad de Huánuco 2021*. Universidad de Huanuco, Huánuco. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=LA+CULTURA+TRIBUTARIA+Y+LA+FORMALIZACION+EMPRESARIAL+DE+LOS+COMERCIENTES+DEL+MERCADO+MODELO+PRIVADO+DE+LA+CIUDAD+DE+HUANO+2021&btnG=

Guzmán Rodríguez, M. (2014). La cultura tributaria como el raciocinio de los evasores contributivos. *Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-LaCulturaTributariaComoElRaciocinioDeLosEvasoresCo-6025685%20(5).pdf

Hernández Sampiere , R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: DERECHOS RESERVADOS © 2018 respecto a la primera edición por: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/82354154/METODOLOGIA_SAMPIERI_2018-libre.pdf?1647698613=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1684867056&Signature=HmImDoumRmZVMmfyc9EZP5qVXc7K~2UjIMpl

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6 Edición). México.

Herrera Ventura, Y. L. (10 de Agosto de 2018). La Conciencia Tributaria en la Población de Lima Metropolitana y su Relación con el Principio de Solidaridad. *Quipukamayo, Vol. 26 N° 51, 44*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/descarga%20(2).pdf

Herrero, F., & Monge, G. (2002). Grandes retos de la política tributaria. *Jaguar*.

- Huamán, M. B. (2016). *Cultura Tributaria e Influencia en al Disminución de Infracciones mas Frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes Régimen General Sunat Cajamarca 2015*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10651/Mar%C3%ADn%20Bola%C3%B1os%20J%C3%BAver%20Edgar%20-%20Trauco%20Huam%C3%A1n%20Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huere Navaro, X., & Muña Rodriguez, A. (2016). *Cultura tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la provincia de Huancayo*.
- HUERE NAVARRO MUÑA RODRIGUEZ, X. I. (2016). *Cultura Tributaria para la Formalización de las Mypes de los Mecador de la Provincia Huancayo*. Universidad del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1607/INFORME_TESIS.pdf?sequence=1
- Hure Navaro, X. I., & Muña Rodriguez , A. Z. (2016). *Cultura Tributaria para la Formalización de las MYPES de los Mercados de la Provincia de Huancayo*. Universidad Nacional del Centro del Pero, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1607/INFORME_TESIS.pdf?sequence=1
- Jorratt, M. (1996). Evaluación del sistema tributario y de la administración tributaria. *Ediciones CIA*.
- Julcamoro Ocas, A. (2017). *Influencia de la Cultura Tributaria en la Evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galería Arcángel Cajamarca 2017*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12799/Julcamoro%20Ocas,%20Ayde%20del%20Socorro%20-%20Machuca%20Tirado,%20Milagros%20Soledad.pdf?sequence=8>
- Lecturas complementarias de apoyo a la unidad curricular didáctica. Trabajo presentado para optar a la categoría de profesor titular. (2003). *Universidad del Zulia Programa Humanidades y Educación*.

Lindo Ramos , D. L., & Palpán Vilca, E. S. (2011). *Programa Educativo Tributario y Valores Ciudadanos en Pre Escolares de Cinco años de la Institución Educativa Primaria "Isabel la Católica"*. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/2901/Lindo%20Ramos%20-%20Palcan%20Vilca.pdf?sequence=1>

Lira Briceño, P. (Junio de 2009). Finanzas y Financiamiento las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer. *USAID del Pueblo de los Estados Unidos de America*. Obtenido de <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-FINANZAS-3.pdf>

Manani Caceres , H. M., & Espinoza Coa, O. M. (2021). *Cultura Tributaria y Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes del Mercado de Pacocha -llo 2021*. Universidad Continental, Pacocha. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12217/1/IV_FCE_310_TE_Mamani_Espinoza_2022.pdf

Manuel , A. (15 de Octubre de 2015). Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting*. Obtenido de [file:///C:/Users/DELL/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20(5).pdf)

Mary Thais, V., Egañez, R., & Fidel Moreno, B. (2010). Etica y Cultura Tributaria en el Contribuyente. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)* . 2010, Vol. 5 Issue 1, p58-73. 16p. Obtenido de <https://web.s.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=1870557X&AN=48757528&h=ymRQXc3sk1wy3kH9YUgnCT4hGP5mxBzCQqiB%2bp9tFOUaPVMKIVpOrHkk1F2OEqS15DhqE6u4gd09Bn%2bGwju0pQ%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal>

Mendoza Robles Palomino Cano, R. (2016). CORRELACIÓN ENTRE CULTURA TRIBUTARIA Y EDUCACIÓN TRIBUTARIA UNIVERSITARIA: CASO UNIVERSIDAD ESTATAL DE SONORA. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n1-2016/RGN-V4N1-2016-5.pdf>

- Mendoza Shaw, F. A., Palomino Cano, R., Robles Encinas, J. E., & Ramírez Guardado, S. R. (2016). Correlación entre la Cultura Tributaria y Educación Tributaria Universitaria: Caso Universidad Estatal de Sonora. *Revista Global de Negocios*, 63. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v4n1-2016/RGN-V4N1-2016-5.pdf>
- Meneses, J. (2016). *El Cuestionario*. Catalunya. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2018). Guía de Formalización. *Formaliza Perú*. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/262973/Gui%CC%81a_de_la_formalizacio%CC%81n_21-11.pdf
- Mogollón Díaz, V. (2014). *Nivel de Cultura Tributaria en los Comerciantes de la Ciudad de Chiclayo en el Periodo 2012 para Mejorar la Recaudación Pasiva de la Región Chichayo, Perú*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Escuela de Contabilidad, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/202/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf
- Montoya, K. (2018). *La evasión tributaria y su influencia en la recaudación fiscal de las mypes del mercado "San Antonio", Cajamarca 2018*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22366/Montoya%20Crisologo%20Karen%20Iris.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MORALES PACORA, V. (2019). *Incidencia de la Cultura Tributaria en el Cumplimiento del Pago de los Impuestos en las Empresas Comerciales del Distrito de Huacho*. Universidad Nacional Huacho, Huacho. Obtenido de [http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3636/FORMATO%20APPA.-%20TESIS%20FINAL%20VICTOR%20\(2\)%20PDF.pdf?sequence=1](http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3636/FORMATO%20APPA.-%20TESIS%20FINAL%20VICTOR%20(2)%20PDF.pdf?sequence=1)
- Niemirowski, P., Baldwin, S., & Wearing, A. (2003). Tax related behaviours, beliefs, attitudes and values and taxpayer compliance in Australia. *Journal of Australian Taxation*. Obtenido de <https://search.informit.org/doi/epdf/10.3316/agispt.20033877>

Orellana López , D., & Sánchez Gómez, C. (2006). Técnicas de Recolección de Datos en Entornos Virtuales más Usadas en la Investigación Cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*.
Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/97661-Texto%20del%20art%C3%ADculo-392921-1-10-20100310.pdf

ORTIZ LOPEZ, C. (2020). CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN ELOY DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS. *Lincenciatura*. Pontificia Universidad católica, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2273/1/ORTIZ%20LOPEZ%20C HARLIE%20RAYNEIRO.pdf>

Panduro Salas , G. (2020). *Cultura Tributaria y Formalización de Mypes del Rubro de Restaurantes en la Zona Urbana de Pucallpa, 2020*. Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa. Obtenido de http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5094/B72_UNU_MAESTRIA_2021_TM_GUILLERMO-PANDURO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez Huete , J. (2015). Educación financiera y educación tributaria. *eXtoikos (17)*, 21-23. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-EducacionFinancieraYEducacionTributaria-5555390.pdf

Prieto Jano, J. (1994). Medidas para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias: Las amnistías fiscales. *Las amnistías fiscales. In Anales de estudios económicos y empresariales*, (No. 9, pp. 219-242). Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-MedidasParaMejorarElCumplimientoDeLasObligacionesT-116379%20(1).pdf

Raymond Bara, J. (1987). Tipos impositivos y evasión fiscal en España: un análisis empírico. *Papeles de economía española*, p. 154-169. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=224588>

Rimarachin, R. (2017). *EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTES*. Chiclayo: Vallejos, Universidad Cesar. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27678/Rimarachin_PRL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas Cárdenas , G. (2021). Educación Tributaria en el Perú: Una Alternativa para Mejorar el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias. *In Crescendo*, 2020; 11(2): 241-258. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/2307-8372-1-PB%20(4).pdf

Rojas Cardenas , G. (2021). La Educación Tributaria en el Perú: Una Alternativa para Mejorar el Cumplimiento de Las Ogligaciones Tributarias. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/2307-8372-1-PB.pdf

Rosas Prado , C. E., & Castro Asencio, O. F. (11 de Juio de 2016). Programa para incrementar la conciencia tributaria. *UCV-hacer. Revista de Investigación y Cultura*, 5(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5217/521754663014/521754663014.pdf>

Samoilikova, A. (2020). Financial Policy of Innovation Development Providing: The Impact Formalization. *Markets, Institutions and Risks*. Obtenido de <https://armgpublishing.com/wp-content/uploads/2020/07/1-1.pdf>

Sandy Tatiana, M. (2019). Evasión tributaria, una revisión. *Revista activos*. Obtenido de file:///C:/Users/DELL/Downloads/michaeldiazj,+Activos17(1)+167-194+Patin%E2%95%A0%C3%A2o%20(1).pdf

Santos Robles , L. (2018). *Cultura Tributaria y la Formalización de las MYPES Comerciales Textiles de Gamarra*. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33058/SantosRLE.pdf?sequence=1>

Sarduy González, M., & Gancedo Gaspar, I. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin Habana*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n1/cofin10116.pdf>

Shubert, A. (2013). Los emprendedores informales tienden a estancarse si no formalizan sus negocios. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/emprendedores-informales-tienden-estancarse-formalizan-negocios-49670-noticia/>

- Silva Bazán , G. (2016). *La Cultura Tributaria en la Gestión de las Micro y Pequeñas Empresas Formales en el distrito de Celendín: Una Estrategia de Mejora*. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Obtenido de <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/1244/LA%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20GESTI%C3%93N%20DE%20LAS%20MICRO%20Y%20PEQUE%C3%91AS%20EMPRESAS%20FORMALES%20%20EN%20EL%20DISTRITO%20%20DE.pdf?sequence=1>
- Suarez Villavicencio, P. (2018). *La Cultura Tributaria y el Desarrollo Empresarial en las Microempresas del Sector Textil la Victoria - 2018*. Universidad Autónoma del Perú, Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/709/Suarez%20Villavicencio%20C%20Patrick.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sucle Puma , R. (2016). *Conciencia Tributaria y Evasión Tributaria en los Comerciantes de Abarrotes del Distrito de Laberinto, Madre de Dios*. Universidad Andina de Cusco Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/1105/Roxana_Tesis_bachelor_2017.pdf?sequence=3
- Tributaria, S. N. (03 de Julio de 2003). LEY N° 28015 LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Valdez, M., & Burgos, V. (2018). “*LA EVACIÓN TRIBUTARIA INFLUYE EN LA RECAUDACION EN CONTRIBUYENTES DE TERCERA CATEGORIA VENTA DE COMBUSTIBLES EN LA PROVINCIA DE SAN PABLO EN EL AÑO2018*”. Cajamarca: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22048/Burgos%20Infante%20Victoriano%20Leonides%20-%20Valdez%20Malca%20Mirtha%20Cecibel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valero, M., & Ramírez , E. (2010). Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente. *Revista Daena (Revista Internacional de Buena Conciencia)*.

VELA NAVARRO, V. (2017). *Cultura Tributaria y su Influencia en la Evasión de Impuestos de los Microempresarios en Lima Metropolitana Años 2015-2016*. Universidad Ricardo Palma, Lima. Obtenido de https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/1468/T030_41367227_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vilchez Pacherez, B., & Yarlequé Aguilar, L. (2019). *Cultura Tributaria y su Impacto en la Formaización de las Micro y Pequeñas Empresas en Pueblo Nuevo Colán - Paita, año 2019*. Universidad Nacional de Piura, Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/2819/CCFI-VIL-YAR-2021.pdf?sequence=5>

Viteri, J., & Paredes, M. (2017). *La evasión tributaria y la recaudación generada por los comerciantes informales de ropa del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/26186>

Zapata Carlos, A. (2017). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el. Obtenido de [file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-LaCulturaTributariaYSuIncidenciaEnLaRecaudacionDeL-6326643%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-LaCulturaTributariaYSuIncidenciaEnLaRecaudacionDeL-6326643%20(2).pdf)

Zapata Rotundo, G. (2015). El tamaño y la estructura de la organización: un estudio teórico y empírico con el enfoque contingente. *Revista Ciencias Estratégicas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151350864003>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 6. *Cultura Tributaria como medio de Formalización en las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTEIS	VARIABLES E INDICADORES				
			Variable 1: Cultura Tributaria				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Valores	Nivel.es o Rangos
<p><u>Problema General:</u></p> <p>¿Cuál es la relación entre la Cultura Tributaria y la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021?</p> <p><u>Problemas Específicos:</u></p> <p>¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con la formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021?</p> <p>¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con el Crecimiento Empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021?</p> <p>¿De qué manera la Cultura Tributaria se relaciona con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021?</p>	<p><u>Objetivo General:</u></p> <p>Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p><u>Objetivos Específicos:</u></p> <p>Determinar la relación de la Cultura Tributaria con la Formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p>Determinar la relaciona de la Cultura Tributaria con el Crecimiento Empresaria de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p>Determinar la relación de la Cultura Tributaria con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p>Hipótesis Específicos:</p> <p>La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con la formalización Jurídica de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p>La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con el Crecimiento Empresarial de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p> <p>La Cultura Tributaria se relaciona positivamente con las Obligaciones Tributarias de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.</p>	Conciencia Tributaria	Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributaria. Actitud Tributaria Valores Tributarios	1 - 4		
			Educación Tributaria	Sistema Tributario. Programas de Educación Tributario. Beneficio Común para la sociedad.	5 - 7	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3)	Baja Media Alta
			Orientación Tributaria	Orientación y asistencia al contribuyente	8 - 10	Casi siempre (4) Siempre (5)	
				Formación de una conciencia y moral tributaria. Conocimiento de Derechos y Obligaciones	1 - 4		

					Variable 2: FORMALIZACIÓN DE MYPES				
					Dimensiones	Indicadores	Items	Escala Valores	Niveles o Rangos
					Formalización Jurídica	Inscripción al RUC	1 - 3		
						Registros Públicos			
					Crecimiento Empresarial	Volumen de ventas	4 - 7	Nunca (1)	
						Nivel de Crédito Bancario		Casi nunca (2)	
						Régimen Tributario	8 - 10	A veces (3)	Baja
						Declaración de Impuestos Emitir		Casi siempre (4)	Media
					Obligaciones Tributarias	Comprobantes de pago		Siempre (5)	Alta

ANEXO 2. METODOLOGÍA APLICADA

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	P TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL
<p>SEGÚN SU PROPÓSITO: Cuantitativa</p> <p>NIVEL: Descriptivo correlacional</p> <p>DISEÑO: No experimental - Transversal</p>	<p>Población: 64 microempresarios del mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca.</p> <p>Muestra: 64 microempresarios del mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario de Cultura Tributaria Cuestionario de Formalización de MYPES</p>	<p>DESCRIPTIVA: Tablas de frecuencia, Figuras estadísticas</p> <p>INFERENCIAL: Para la prueba de Hipótesis se realizará el coeficiente de correlación R Pearson.</p>

ANEXO 3. INSTRUMENTOS

Cuestionario de Cultura Tributaria

La presente encuesta se realiza como instrumento de investigación, con el único objetivo de determinar la relación de la Cultura Tributaria con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021. Para ello, solicitamos respuesta, marcando con una (X), la alternativa que crea conveniente. Debe seleccionar sólo una alternativa por cada pregunta. La información que usted proporcione es de vital importancia para la presente investigación, por lo que, le agradecemos de antemano su gentil colaboración.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Ítems			Escala de Medición				
	Variable 1: Cultura Tributaria		Indicadores	1	2	3	4	5
	D1	Conciencia Tributaria	Cumplimiento voluntario de las Obligaciones tributaria.					
			Actitud Tributaria					
			Valores Tributarios					
			Beneficios tributarios					
1	¿Considera usted que el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias es importante para el desarrollo de la Región?							
2	¿Con qué frecuencia realiza usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias?							
3	¿Usted estaría interesado en participar en charlas y capacitaciones sobre temas tributarios que la SUNAT desarrolla?							
4	¿Considera usted que es importante los beneficios tributarios para su negocio?							
	D2	Educación Tributaria	Sistema Tributario	1	2	3	4	5
			Programas de Educación Tributario.					
			Beneficio Común para la sociedad.					
5	¿Considera usted que el sistema tributario es amigable y sencillo con los contribuyentes?							
6	¿Considera usted que los programas de educación tributaria impulsan a una cultura tributaria a largo plazo?							
7	¿Considera usted que cumplir con nuestras obligaciones tributarias es de beneficio común para la sociedad?							
	D3	Orientación Tributaria	Orientación y asistencia al contribuyente	1	2	3	4	5
			Formación de una conciencia y moral tributaria.					
			Conocimiento de Derechos y Obligaciones					
8	¿Usted ha recibido asistencia de parte de la Administración tributaria SUNAT?							
9	¿Considera usted que la conciencia y la moral tributaria es importante para el cumplimiento de las obligaciones tributarias?							
10	¿Cree usted que los contribuyentes conocen sus derechos y obligaciones tributarias?							

Cuestionario de Cultura Tributaria

La presente encuesta se realiza como instrumento de investigación, con el único objetivo de determinar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con la formalización de las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, Año 2021. Para ello, solicitamos responda, marcando con una (X), la alternativa que crea conveniente. Debe seleccionar sólo una alternativa por cada pregunta. La información que usted proporcione es de vital importancia para la presente investigación, por lo que, le agradecemos de antemano su gentil colaboración.

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Ítems		Escala de Medición					
	Variable 1: Formalización de MYPES	Indicadores	1	2	3	4	5	
	D1	Formalización Jurídica	Inscripción al Ruc					
			Registro Públicos					
1	¿La Formalización Jurídica Obliga a Inscribirse en el RUC?							
2	¿La formalización jurídica implica inscribir a su empresa en registros públicos?							
3	¿Los registros públicos son importantes para que la empresa pueda formalizarse jurídicamente?							
	D2	Crecimiento Empresarial	Volumen de ventas	1	2	3	4	5
			Nivel de Crédito Bancario					
			Financiamiento					
			Préstamos					
4	¿Cree usted que el crecimiento empresarial permite incrementar el volumen de ventas mensual en las MYPES?							
5	¿Cree usted que el crecimiento empresarial es importante para poder acceder a un crédito Bancario?							
6	¿Considera usted que al tener un mayor financiamiento su negocio tendrá un mayor crecimiento económico?							
7	¿Considera usted que es beneficioso para su negocio tener información acerca de préstamos							
	D3	Obligaciones Tributarias	Régimen tributario	1	2	3	4	5
			Declaración de Impuestos					
			Emitir Comprobantes de pago.					
8	¿Considera usted que se debería de simplificar los regímenes tributarios para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias?							
9	¿La formalización tributaria obliga a presentar sus declaraciones de impuestos mensuales?							
10	¿Conoce usted los comprobantes de pago que debe emitir las MYPES							

ANEXO 4. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Ficha para validación del instrumento – Roberto Manuel Hernández Mendoza



Cultura Tributaria como Medio de Formalización en los MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021

FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : CPCC. Robert Manuel Hernández Mendoza
 1.2. Especialidad : Contador Público
 1.3. Cargo actual : Docente a tiempo parcial
 1.4. Grado académico : Magister
 1.5. Institución : Universidad Privada del Norte
 1.6. Tipo de institución : Cuestionario
 1.7. Lugar y fecha : Cajamarca, 29 de abril 2023
 1.8. Título de la tesis : Cultura Tributaria como Medio de Formalización en las MYPES Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir la variable.	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.	X					
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
TOTAL		50					

Coefficiente de valoración porcentual: c=50/50

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES



CPCC. Robert Manuel Hernández Mendoza
Firma y sello del Experto

ANEXO 5. FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO – SALOMÓN SALDAÑA CERNA

FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : CPCC Salomón Saldaña Cerna
- 1.2. Especialidad : Contador Público
- 1.3. Cargo actual : Gerente
- 1.4. Grado académico : Estudios Universitarios
- 1.5. Institución :
- 1.6. Tipo de institución : Cuestionario
- 1.7. Lugar y fecha : Cajamarca, 29 de abril 2023
- 1.8. Título de la tesis : Cultura Tributaria como Medio de Formalización en las Mypes Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

Nº	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir la variable.	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.	X					
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
TOTAL		50					

Coefficiente de valoración porcentual: $c=50/50$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

.....


 CPC. CPCC Salomón Saldaña Cerna

Firma y sello del Experto

ANEXO 6. FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO – CPCC. ROGELIO



Cultura Tributaria como Medio de Formalización en las Mypes Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de Los Baños del Inca, 2021

FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- 1.1. Experto : **ROGELIO REGALADO VILLEGAS**
 1.2. Especialidad : **CONTADOR PUBLICO**
 1.3. Cargo actual : **DOCENTE A TIEMPO PARCIAL**
 1.4. Grado académico : **CONTADOR PUBLICO COLEGIADO**
 1.5. Institución : **UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE**
 1.6. Tipo de institución : **Cuestionario**
 1.7. Lugar y fecha : **Cajamarca, 29 de abril 2023**
 1.8. Título de la tesis : **Cultura Tributaria como Medio de Formalización en las Mypes Comerciales del Mercado de Abastos Atahualpa del Distrito de los Baños del Inca, 2021.**

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

Nº	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir la variable.	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.	X					
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
TOTAL		50					

Coefficiente de valoración porcentual: $c=50/50$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES

COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS
DE CAJAMARCA
CPCC. Rogelio Regalado Villegas
Mm. N° 12-346

CPC. Rogelio Regalado Villegas
Firma y sello del Experto

REGLADO VILLEGAS

ANEXO 7. BASE DE DATOS

Tabla 7.

Base de datos de la cultura tributaria

ENC	VARIABLE 1: CULTURA TRIBUTARIA									
	CONCIENCIA TRIBUTARIA				EDUCACIÓN TRIBUTARIA			ORIENTACIÓN TRIBUTARIA		
	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10
Enc-1	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5
Enc-2	4	3	4	2	2	4	4	4	4	5
Enc-3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	2
Enc-4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3
Enc-5	1	2	2	2	1	3	2	1	2	1
Enc-6	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4
Enc-7	3	1	3	4	1	3	2	1	3	2
Enc-8	5	3	4	3	1	4	5	1	4	4
Enc-9	5	1	4	2	1	3	4	1	2	1
Enc-10	2	1	4	2	3	5	5	1	4	2
Enc-11	3	2	3	5	4	4	3	2	3	2
Enc-12	3	1	3	4	1	4	3	1	3	3
Enc-13	3	4	4	3	2	4	4	5	4	4
Enc-14	4	2	3	3	2	3	2	1	2	2
Enc-15	1	1	2	4	1	3	3	2	3	3
Enc-16	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3
Enc-17	3	2	1	3	1	3	3	1	4	3
Enc-18	5	1	5	4	1	5	4	1	3	2
Enc-19	5	1	1	3	1	3	3	1	4	3
Enc-20	5	4	5	3	3	2	4	4	5	5
Enc-21	4	3	1	3	2	3	3	1	2	3
Enc-22	3	1	1	2	3	1	3	2	1	3
Enc-23	3	2	3	1	1	3	2	2	2	1
Enc-24	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
Enc-25	1	2	2	3	2	1	2	1	3	1
Enc-26	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
Enc-27	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1
Enc-28	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
Enc-29	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Enc-30	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1
Enc-31	5	4	5	2	3	4	2	2	5	1
Enc-32	3	4	3	5	1	3	4	2	4	4

Enc-33	5	4	3	5	3	5	5	4	4	4
Enc-34	4	4	2	4	2	5	3	4	4	2
Enc-35	5	4	4	3	4	5	3	2	3	4
Enc-36	5	3	5	5	1	5	3	4	4	3
Enc-37	3	1	2	3	2	4	5	1	3	2
Enc-38	2	1	2	5	1	3	4	2	3	2
Enc-39	3	1	1	3	1	5	3	2	3	4
Enc-40	5	2	1	5	1	3	2	1	2	1
Enc-41	4	5	5	3	5	4	5	1	5	3
Enc-42	4	5	3	5	3	5	5	5	3	1
Enc-43	5	2	2	4	1	3	5	1	3	3
Enc-44	2	2	4	4	3	3	4	2	3	4
Enc-45	2	3	5	2	3	5	5	1	5	1
Enc-46	5	1	1	5	1	3	4	1	2	1
Enc-47	5	2	5	5	1	3	4	1	3	3
Enc-48	5	2	3	5	4	5	5	2	4	5
Enc-49	5	2	4	1	2	5	3	2	4	3
Enc-50	3	2	5	3	1	5	3	1	2	3
Enc-51	2	2	3	4	2	3	5	2	4	1
Enc-52	3	2	3	4	1	4	5	2	4	1
Enc-53	4	4	3	2	3	4	3	2	4	2
Enc-54	4	2	3	2	2	2	1	2	5	2
Enc-55	4	4	4	4	2	3	5	2	3	3
Enc-56	2	3	4	2	4	4	5	3	4	5
Enc-57	5	2	3	3	4	4	5	4	5	4
Enc-58	4	3	3	5	4	4	3	5	4	2
Enc-59	4	2	4	2	5	4	3	2	5	4
Enc-60	3	2	5	4	1	3	2	4	4	5
Enc-61	2	5	4	3	4	3	4	4	3	4
Enc-62	5	4	2	4	3	4	2	1	2	4
Enc-63	1	3	5	4	2	3	2	4	3	4
Enc-64	5	4	2	3	4	5	2	3	4	2

Base de datos - Formalización MYPES

VARIABLE 2: FORMALIZACIÓN MYPES									
FORMALIZACIÓN JURÍDICA			CRECIMIENTO EMPRESARIAL				OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		
Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
3	5	5	4	4	4	5	4	4	2
3	3	2	3	4	3	4	4	3	3
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3
1	1	3	2	3	4	3	2	3	2
3	4	3	4	5	3	4	4	3	1
2	3	4	4	5	3	5	3	4	2
2	3	2	5	4	4	5	3	4	3
3	4	2	5	3	4	3	3	3	3
3	3	4	5	3	4	5	4	3	3
2	3	4	4	5	3	4	5	5	2
5	4	4	4	4	3	5	4	3	4
3	4	2	3	4	5	5	5	3	4
3	1	2	2	2	1	1	1	2	1
2	3	2	1	3	3	4	4	3	3
1	4	5	5	4	5	4	4	3	5
3	4	5	5	5	3	5	3	4	4
2	3	4	3	4	3	5	3	4	5
3	4	5	5	3	4	3	5	5	5
1	3	4	2	4	3	5	5	4	5
3	2	2	3	4	3	3	1	1	2
2	1	3	3	4	1	2	2	3	1
2	1	1	1	1	2	1	1	2	2
1	3	2	1	3	1	2	2	1	1
1	1	2	1	2	3	1	1	1	1
2	2	2	1	1	3	2	2	1	2
1	2	1	2	1	2	3	1	2	2
1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
2	1	2	1	1	2	3	2	1	1
2	2	2	1	2	1	3	1	2	2
5	4	3	5	3	5	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	3	4	2
5	3	4	3	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	2	3	5	4	3	4
3	4	5	3	4	4	5	3	4	3
2	3	4	3	2	3	4	3	4	2

2	3	4	3	4	3	4	2	3	4
1	2	3	2	3	2	4	5	3	4
3	5	4	3	3	5	2	5	3	5
1	3	5	2	1	2	1	4	2	1
3	4	3	4	4	3	5	3	4	4
2	4	3	4	3	4	5	5	2	4
5	3	1	2	2	3	5	3	3	5
2	3	4	5	3	4	5	5	2	1
4	3	2	2	3	4	3	5	2	1
3	2	3	4	4	3	5	3	4	2
3	3	4	3	4	5	3	4	5	4
3	4	5	3	4	4	5	2	3	2
4	5	3	5	3	2	1	5	1	2
4	5	3	2	1	2	4	1	2	1
2	1	3	5	3	2	1	3	2	1
3	2	3	4	3	1	4	4	2	1
2	4	1	3	1	2	3	2	2	3
3	2	3	4	3	2	4	2	4	3
3	2	2	2	1	3	4	2	1	5
5	3	2	5	5	4	2	4	5	4
3	4	5	2	4	5	3	2	1	4
4	5	2	3	1	4	5	2	3	1
5	2	3	4	2	4	5	2	4	3
4	5	2	4	4	3	4	2	1	4
5	3	4	4	5	2	3	4	2	4
4	5	2	3	4	2	4	5	2	4
4	5	3	5	3	4	2	4	5	5
2	4	5	5	2	3	4	5	2	3

ANEXO 9. PANEL FOTOGRÁFICO



Imagen1. *Recolección de datos por medio de encuestas*



Imagen2. *Recolección de datos por medio de encuestas*



Imagen 3. *Recolección de datos por medio de encuestas*