



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL PERÚ:
CASO “PANADERÍA Y PASTELERÍA MARCELINA” -
AYACUCHO, 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA

PARIONA CISNEROS, MARIBEL
ORCID: 0000-0002-7386-6580

ASESOR

VÁSQUEZ PACHECO, FERNANDO
ORCID: 0000-0002-4217-1217

AYACUCHO – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Pariona Cisneros, Maribel

ORCID: 0000-0002-7386-6580

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho - Perú

ASESOR

Vásquez Pacheco, Fernando

ORCID: 0000-0002-4217-1217

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Contabilidad, Ayacucho - Perú

JURADO

Baila Gemín, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Montano Barbuda, Julio Javier

ORCID: 0000-0002-1620-5946

Manrique Plácido, Juana Maribel

ORCID: 0000-0002-6880-1141

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. BAILA GEMÍN, JUAN MARCO

PRESIDENTE

Mgtr. MONTANO BARBUDA, JULIO JAVIER

MIEMBRO

Mgtr. MANRIQUE PLÁCIDO, JUANA MARIBEL

MIEMBRO

Mgtr. VÁSQUEZ PACHECO, FERNANDO

ASESOR

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por cuidarme durante todo mi camino y por darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo extenso de toda mi vida.

Agradezco igualmente la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Gracias a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la ejecución de este proyecto.

Maribel

DEDICATORIAS

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado apreciar cada día más. De igual forma, dedico esta tesis a mi madre que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ayudo para seguir adelante en los momentos más difíciles.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Y a dos amigas, Tania y Katy que, gracias a su apoyo, y conocimientos hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

A los docentes, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transfirieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Maribel

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general describir las características de la cultura tributaria y rentabilidad de las Mypes del sector industrial del Perú y de la Panadería y Pastelería Marcelina de Ayacucho, 2022. El diseño de investigación fue no experimental-descriptivo- bibliográfico-documental y de caso; para el recojo de la información se aplicó la encuesta y un cuestionario de preguntas cerradas. Encontrando los siguientes resultados. Respecto al objetivo específico 1: Según la indagación recopilada de los autores nacionales, regionales y locales revisados, establecen que la cultura tributaria incide de manera directa en la rentabilidad de las empresas estudiadas por cada uno de ellos; asimismo, algunos de ellos muestran un nivel de correlación positiva, ratificando la incidencia entre ambas variables. Respecto al objetivo específico 2: según el cuestionario aplicado al gerente de la empresa, ratifica que la cultura tributaria incide en la rentabilidad de la empresa, ya que un conocimiento sobre la cultura tributaria, permite tener control sobre los gastos tributarios, y por ende en la rentabilidad de la misma. En conclusión, la cultura tributaria influye de manera directa en la rentabilidad de las empresas estudiadas; es decir, las Mypes conocen y cumplen con los requisitos y beneficios del pertenecer a un régimen tributario, lo cual conlleva a maximizar la rentabilidad de la misma. Sin embargo, se evidencia que el nivel de la cultura tributaria en las empresas es muy bajo por el alto índice de falta de conocimiento de tributar.

Palabras clave: Cultura tributaria, rentabilidad, Mypes.

ABSTRACT

The general objective of the research was to describe the characteristics of the tax culture and profitability of the Mypes of the industrial sector of Peru and of the Panadería y Pastelería Marcelina de Ayacucho, 2022. The research design was non-experimental-descriptive-bibliographic-documentary and of case; For the collection of information, the survey and a questionnaire of closed questions were applied. Finding the following results. Regarding specific objective 1: According to the information compiled from the national, regional and local authors reviewed, they establish that the tax culture directly affects the profitability of the companies studied by each of them; likewise, some of them show a level of positive correlation, ratifying the incidence between both variables. Regarding specific objective 2: according to the questionnaire applied to the manager of the company, it confirms that the tax culture affects the profitability of the company, since knowledge about the tax culture allows control over tax expenditures, and therefore in its profitability. In conclusion, the tax culture directly influences the profitability of the companies studied; that is, Mypes know and comply with the requirements and benefits of belonging to a tax regime, which leads to maximizing their profitability. However, it is evident that the level of tax culture in companies is very low due to the high rate of lack of knowledge of taxation.

Keywords: Tax culture, profitability, Mypes.

CONTENIDO

| | |
|---|------|
| CARÁTULA..... | i |
| CONTRA CARÁTULA..... | ii |
| EQUIPO DE TRABAJO | iii |
| JURADO EVALUADOR Y ASESOR..... | iv |
| AGRADECIMIENTOS | v |
| DEDICATORIAS | vi |
| RESUMEN | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| CONTENIDO | ix |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS | xiii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 14 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA | 19 |
| 2. 1. Antecedentes: | 19 |
| 2.1.1 Internacionales | 19 |
| 2.1.2 Nacionales..... | 23 |
| 2.1.3 Regionales..... | 29 |
| 2.1.4 Locales | 31 |
| 2. 2. Bases teóricas: | 33 |
| 2.2.1 Teoría de la cultura tributaria..... | 33 |
| 2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria..... | 35 |

| | | |
|----------|--|----|
| 2.2.1.2 | Características de la cultura tributaria | 36 |
| 2.2.1.3 | Elementos de la cultura tributaria | 37 |
| 2.2.1.4 | Beneficios tributarios..... | 38 |
| 2.2.2 | Teoría de la rentabilidad | 38 |
| 2.2.2.1. | Clasificación de la rentabilidad | 38 |
| 2.2.2.2. | Ratios de rentabilidad | 39 |
| 2.2.3 | Teoría de la empresa | 43 |
| 2.2.3.1 | Clasificación de la empresa | 44 |
| 2.2.4 | Teoría de las micro y pequeñas empresas | 48 |
| 2.2.4.1. | Importancia de las Mypes..... | 49 |
| 2.2.4.2. | Características de las Mypes..... | 50 |
| 2.2.4.3. | Beneficios de la Mype | 51 |
| 2.2.5 | Teorías de los sectores económico - productivos..... | 53 |
| 2.2.5.1 | Clasificación de los sectores productivos | 54 |
| 2.2.6 | Descripción de la empresa del caso de estudio | 55 |
| 2. 3. | Marco conceptual: | 55 |
| 2.3.1 | Definiciones de cultura tributaria: | 55 |
| 2.3.2 | Definiciones de la rentabilidad..... | 56 |
| 2.3.3 | Definiciones de la empresa..... | 57 |
| 2.3.4 | Definiciones de las micro y pequeñas empresas | 58 |
| 2.3.5 | Definición del sector económico | 59 |

| | |
|---|----|
| 2.3.6 Definición del sector industrial | 59 |
| III. HIPÓTESIS | 61 |
| IV. METODOLOGÍA | 62 |
| 4.1. Diseño de investigación..... | 62 |
| 4.2. Población y muestra | 62 |
| 4.3. Definición y operacionalización de la variable | 63 |
| 4.4. Técnicas e instrumentos | 67 |
| 4.5. Plan de análisis | 67 |
| 4.6. Matriz de consistencia | 69 |
| 4.7. Principios éticos | 70 |
| V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS..... | 72 |
| 5.1. Resultados: | 72 |
| 5.1.1. Respecto al objetivo específico 1: | 72 |
| 5.1.2. Respecto al objetivo específico 2: | 76 |
| 5.1.3. Respecto al objetivo específico 3: | 77 |
| 5.2. Análisis de resultados:..... | 82 |
| 5.2.1. Respecto al objetivo específico 1: | 82 |
| 5.2.2. Respecto al objetivo específico 2: | 82 |
| 5.2.3. Respecto al objetivo específico 3: | 83 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 84 |
| 6.1. Respecto al objetivo específico 1: | 84 |

| | |
|---|----|
| 6.2. Respecto al objetivo específico 2: | 84 |
| 6.3. Respecto al objetivo específico 3: | 84 |
| 6.4. Respecto al objetivo general..... | 85 |
| VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS | 86 |
| 7.1. Referencias bibliográficas: | 86 |
| 7.2. Anexos:..... | 96 |
| 7.2.1. Anexo 1: Modelos de fichas bibliográficas..... | 96 |
| 7.2.2. Anexo 2: Cuestionario de recojo de información | 97 |
| 7.2.3. Anexo 3: Consentimiento informado | 99 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADROS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: resultados del objetivo específico 1 ----- | 72 |
| Tabla 2: resultados del objetivo específico 2 ----- | 76 |
| Tabla 3: resultados del objetivo específico 3 ----- | 77 |

I. INTRODUCCIÓN

La pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) desencadenó la crisis económica y social más grave de la historia reciente de América Latina y el Caribe. Se estima que el producto cayó un 7,7% en 2020, lo que representa la mayor contracción de los últimos 120 años. Los choques que afectaron la oferta y la demanda, que se reforzaron mutuamente, conllevaron importantes efectos negativos en la estructura productiva, el empleo, la pobreza y la desigualdad. El cierre masivo de empresas, particularmente de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES), provocó un fuerte aumento de la tasa de desocupación, que se estima pasó de un 8,1% en 2019 a un 10,7% en 2020. A su vez, la pérdida de empleo y la caída concomitante de los ingresos de los hogares dio como resultado un aumento sin precedentes de los niveles de pobreza. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) estima que la tasa de pobreza aumentó de un 30,5% en 2019 a un 33,7% en 2020, y que la de pobreza extrema pasó de un 11,3% a un 12,5%. Ante la gravedad de la situación, en los países de la región se tomaron importantes medidas fiscales expansivas para atenuar el impacto social, productivo y económico de la pandemia (CEPAL, 2021).

En el último cuarto de siglo, la política tributaria en América Latina ha sido objeto de continuo tratamiento, si bien no siempre se profundizó lo suficiente en la evaluación de sus repercusiones económicas. Su interacción con las políticas macroeconómicas, sus efectos sobre el ahorro y la inversión, y su impacto en la distribución de los ingresos son temas sobre los que aún hay un

amplio margen de incertidumbre, si bien se encuentran estudios sobre la situación de países determinados. Históricamente, estos sistemas tributarios se han caracterizado por la escasez de los recursos que generan, necesarios tanto para proveer bienes públicos como para financiar políticas que mejoren la distribución del ingreso (Gómez, 2006).

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MYPE) es un sector grande que aportan al crecimiento y desarrollo de la economía peruana. La escasa mejora de tributación y formalización está generando problemas económicos al Estado, en ese sentido, el presente estudio tiene como propósito determinar la importancia de la cultura tributaria en la formalización de las MYPES en el Perú. El estudio emplea los métodos de análisis y síntesis para lograr un mejor estudio y comprensión de los constructos en base a la revisión bibliográfica de diversos autores. La revisión de diversos estudios y teorías permite concluir que la falta de cultura tributaria genera grandes problemas como la evasión, elusión e informalidad de las MYPE, además, la falta de educación tributaria en los contribuyentes afecta la ética profesional que las autoridades demuestran a los ciudadanos; por tal razón el estado peruano y las universidades están llamados a cambiar la cultura tributaria y reducir el índice de informalidad en las MYPE (Gamboa, 2019).

Camacho (2017) en su trabajo de investigación nos menciona que, el arte de hacer rentable en una empresa, señala que hoy en día nos hallamos viviendo en un universo completamente globalizado donde la competitividad abunda por todos lados, es por ello que las sociedades grandes e importantes toman

medidas drásticas y estratégicas con el fin de ser rentable cada año, para ello también se les recomienda a las empresas pequeñas que recién se encuentran acoplándose al mercado llenarse de información y no caer en el primer intento, ya que una empresa no es buena gracias a sus ventas ni a sus lucros, es buena cuando es rentable y la rentabilidad debe comprenderse como la justificación de que una empresa sea un buen negocio, no todas las empresas pueden considerarse un buen negocio aunque generen utilidades, porque para considerarlas rentables sus utilidades deben ser suficiente.

Así mismo, la educación tributaria es el conocimiento que tienen los ciudadanos acerca de los tributos y sus ocupaciones, siendo preciso que logren una buena cultura tributaria para la ejecución de las leyes de manera responsable, ética ante la sociedad. La educación tributaria ha causado que las empresas no cuenten con rentabilidad y de esta manera afecta de manera directa a sus resultados. En base a esta situación nos exige soluciones que permita a la empresa tener un mejor rendimiento (Coico, 2021).

Las empresas del rubro panadero han sido afectadas en gran parte en sus ventas, y de esta problemática no escapa la panadería y pastelería Marcelina, afectando directamente a los dueños y trabajadores.

Finalmente, la empresa del caso de estudio tuvo problemas por falta de conocimiento tributario, por ende, se hace el siguiente enunciado del problema: ¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022? Así mismo, planteamos como objetivo

general: Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. También, planteamos los siguientes objetivos específicos: 1. Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú, 2022. 2. Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. 3. Realizar un análisis comparativo de la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022.

La investigación se justifica porque nos ha permitido acceder a conocer y describir la influencia de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho. Asimismo, se evidencia la falta de conocimiento y el interés sobre lo importante de la cultura tributaria ya que, para tener una buena rentabilidad, siempre tiene que estar relacionado con el conocimiento, para así no se vea perjudicado el negocio por falta de la cultura tributaria.

Además, la investigación se justifica ya que la educación tributaria es fundamental tanto para el desarrollo económico como para cubrir diversas funciones en la sociedad. Cabe destacar que la cultura tributaria implica el conocimiento reflexivo por parte del ciudadano de los deberes y obligaciones en el ámbito tributario, concibiéndolos como un deber propio, reflejándose en

la percepción que tiene el colectivo del cumplimiento fiel de sus obligaciones en la materia contraídas bien sea.

Asimismo, la investigación se justifica porque servirá como guía metodológica para otros investigadores realicen trabajos similares en otros ámbitos geográficos; asimismo, la investigación se justifica porque contribuirá a la práctica con la obtención de datos precisos, concretos y reales de la Mype del caso de estudio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2. 1. Antecedentes:

2.1.1 Internacionales

En esta investigación entiende por antecedentes internacionales a todo trabajo de investigación realizado por otros investigadores en cualquier ciudad del mundo, menos en Perú; que hayan utilizado la variable, unidad de análisis y el sector económico-productivo de nuestra investigación.

Romero & Vargas (2015) en su trabajo de investigación denominado: La Cultura Tributaria y su Incidencia en el Incumplimiento de las Obligaciones en los Comerciantes de la Bahía Mi Lindo Milagro del Cantón Milagro, tuvo como objetivo, analizar en qué medida la cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones de los comerciantes; mediante encuestas, para contribuir al desarrollo social del Cantón Milagro, para lo cual se condujo bajo un diseño no experimental de carácter transversal, asimismo se empleó como técnica de recolección de datos una encuesta. La investigación concluyó que la cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones, es decir, ante una escasa, inexistente y carente cultura tributaria de los comerciantes, no logran activar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Ante ello las estrategias planteadas posiblemente contribuirán en la generación de cultura tributaria y mejorar la calidad de información tributaria de los comerciantes.

Vanegas, (2016) en su proyecto de investigación titulado: Caracterización de Cultura Tributaria en Estudiantes de Grado Noveno, que tiene como finalidad caracterizar la cultura tributaria en los estudiantes de grado noveno del Colegio Externado Nacional de Colombia, El resultado obtenido es que el grado de conocimiento frente a la tributación es bajo, por lo que en el presente trabajo se proponen dos actividades para incrementar dicho conocimiento. El tipo de investigación está orientado a un estudio de campo tipo encuesta, además de la aplicación de un instrumento diagnóstico y otro de profundización. Estudio de campo en cuanto se analiza la realidad de los estudiantes frente al concepto de tributo y su uso. Como conclusión, se evidencia falta de conocimiento del tributo, además, de la procedencia y su aplicación en el contexto cotidiano. Durante la aplicación de las actividades diagnóstico y de profundización, se evidenció que los estudiantes pueden identificar y describir elementos teóricos para definir el tributo y uso en la vida cotidiana a través de gráficas y lecturas, como lo fueron el ciclo de la tributación, el Artículo 1° de la Constitución y el sistema tributario de Colombia. Por lo tanto, de la inexistente o equivocada cultura tributaria, se evidencia el desconocimiento de la población del Colegio Externado Nacional Camilo Torres hacia el correcto y oportuno pago de impuestos; la poca capacitación de estos temas, hacen que la cultura tributaria sea casi nula en la mayoría de la población.

Arévalo, (2015) en su tesis titulado: Análisis de la Evolución de la Cultura Tributaria en el Ecuador y su Incidencia en la Elusión del Impuesto a la Renta en las Personas Naturales no Obligadas a Llevar Contabilidad, Habitantes en el Sector Norte de Guayaquil en la Parroquia Tarqui. Que tiene como Objetivo General; Identificar la relación que existe entre la elusión fiscal con la cultura y la ética fiscal de los habitantes de la parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil. Cabe resaltar que la metodología también puede ser aplicada en el ámbito artístico, cuando se lleva a cabo una observación rigurosa. Por lo tanto, puede entenderse a la metodología como el conjunto de procedimientos que determinan una investigación de tipo científico o marcan el rumbo de una exposición doctrinal. El presente trabajo de investigación concluye, por ser un tema tributario y que estuvo encaminado a obtener información sobre la cultura tributaria de los contribuyentes de la Parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, tuvo múltiples restricciones por parte de los contribuyentes que fueron encuestados, pues al escuchar que se trataba de conocer sus opiniones en materia tributaria, se mostraban renuentes a facilitar la información inicialmente.

Zapata (2017) en su tesis titulada como: La Cultura Tributaria y su Incidencia en la Recaudación de los Tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos; La presente investigación tiene como objetivo contribuir al mejoramiento de una cultura tributaria y de un adecuado ingreso de recursos para el presupuesto general del estado y que de esta

manera mejorar la distribución de las rentas para esta provincia, a fin de que, se puedan realizar las obras sociales planificadas por cada ente seccional en pro de mejorar el nivel de vida del ciudadano, a través de plantear alternativas educativas con ayuda del SRI, para lograr una mejor educación en los contribuyentes y su compromiso tributario con el estado , y además de proponer capacitación sobre tributación a los estudiantes que desean tener una nueva profesión a través de los medios educativos y universitarios que existen en el sector. Resultado El 80% de los encuestados manifiesta que el documento habilitante es el RUC, esta respuesta contradice un poco a la pregunta anterior ya que, si conocen el documento habilitante, pero no conocen las obligaciones tributarias que obtienen al acceder a dicho documento; la metodología de la Investigación: Se realizará un estudio descriptivo, explicativo, propositivo que consiste en la observación y visita a los lugares seleccionados para la recolección de los datos a encuestar y llegando a una conclusión que es la formación de la cultura tributaria está estrechamente referida a la calidad de la información disponible sobre lo político y a su implicación en la visión de la ciudadanía sobre el Estado y sus instituciones.

Vargas (2015) en su tesis titulado: Factores que Inciden en la Rentabilidad de las Empresas que Conforman el Ipsa, Período 2010 al 2015. Obteniendo con objetivo determinar los factores económicos-financieros que inciden en la rentabilidad de las empresas que conforman el IPSA, período 2010 al 2015. El enfoque de la

investigación fue cuantitativa debido a la tendencia de este estudio, en base a la naturaleza de los datos, utilización y tratamiento de las variables internas y externas. Llegando a concluir la rentabilidad es una dimensión relevante en el mundo de los negocios, puesto que es un índice fuertemente perseguido por todos quienes desean el éxito en su compañía. Conocer las variables que influyen en ella, es fundamental para la toma de decisiones estratégicas de una firma en relación al aumento de su rendimiento. De acuerdo con los resultados del modelo, por un lado, se determinó que las variables financieras (internas) eran las más influyentes que las variables económicas (externas) en el rendimiento de las empresas. También, se obtuvo que el endeudamiento incidía de manera negativa en la rentabilidad de las empresas, lo cual se contrapone con la teoría, pero va de acorde a la evidencia empírica

2.1.2 Nacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales a todo trabajo de investigación realizado por otros investigadores en cualquier ciudad del Perú, menos en la región de Ayacucho; que hayan utilizado la variable, unidad de análisis y el sector económico-productivo de nuestra investigación.

Camacho (2017) en su tesis: Gestión Tributaria y su Influencia en la Rentabilidad de las Empresas del Sector de Calzado en el Mercado Modelo, Distrito de Chiclayo 2017, tuvo como objetivo principal determinar el nivel de influencia de la gestión tributaria en la

rentabilidad de las empresas del sector de calzado en el mercado Modelo, Chiclayo 2017. El investigador concluyó que la gestión tributaria influye de manera directa y significativa en la rentabilidad de las empresas comercializadoras del sector calzado, es decir, las Micro y Pequeñas Empresas conocen y cumplen con los requisitos y beneficios del pertenecer a un régimen tributario, lo cual conlleva a maximizar la rentabilidad de la misma. Sin embargo, el manejo de la gestión tributaria por parte de los comerciantes del sector calzado no resulta eficiente, ya que el 85.2% de dicho sector considera que la cancelación de impuestos es excesiva generando retrasos en la cancelación de dicha suma.

Dávila (2016) en su trabajo de investigación titulado: La Cultura Tributaria y su Relación con la Evasión de Impuestos en las Empresas Industriales Dedicadas a la Elaboración de Productos de Panadería en el Distrito de Tarapoto, Año 2016. Teniendo Objetivo general, Evaluar la relación entre la cultura tributaria con la evasión de impuestos de las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto, año 2016. se concluyó que la cultura tributaria se relaciona directamente con la evasión de impuestos, demostrando estadísticamente por la correlación de Pearson, el cual nos muestra que el nivel de significancia es de 0.000 y el método que utilizo en la investigación perseguido es el deductivo, cuando se habla del método deductivo se refiere a aquel método donde se va de lo general a lo específico. De acuerdo a los resultados

encontrados en cuanto a la variable cultura tributaria, vemos en cuanto a la dimensión de valores de contribución, normas y sanciones, estrategias de desarrollo de la educación tributaria, se encuentran en un nivel regular.

Espinoza (2019) en su tesis titulado: Cultura Tributaria y la Rentabilidad en el Mercado Modelo, Distrito de Barranca, 2019, tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelos del distrito de barranca, 2019, se concluyó que la cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad del mercado modelo, debido a que se evidencio un p-valor = 0.000 y un $r_s=450$, es decir tiene una relación positiva débil y directamente proporcional, a ello se le atribuye que ante mayor conocimiento de la cultura tributaria y el beneficio que se logra cumplir el pago de tributos, asimismo se emplee diferentes fuentes de financiamiento, se logrará que la rentabilidad de cada uno de los comerciantes de dicho mercado se incremente de manera sostenible durante el tiempo.

Meregildo (2018) en su tesis denominado: La Cultura Tributaria y Rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte 2017, la investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y la rentabilidad de los Centros Comerciales de Lima Norte 2017, se concluyó que existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en dichos centros comerciales, obteniéndose

un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.790 y un p-valor = 0.000, lo cual indica un nivel de correlación positiva alta, es decir, que a mayor cultura tributaria en los centro comerciales, se tendrá una mejora en la rentabilidad, o viceversa, a menor cultura tributaria en los Centros Comerciales, estos obtendrán menos rentabilidad.

Manayalle (2017) en su trabajo titulado como: Aplicación de los Regímenes Tributarios para Mypes en el Sector Industrial y su Impacto en la Rentabilidad de la Microempresa Panadería y Pastelería Delipan Periodo 2014. tiene como principal propósito el análisis de los regímenes tributarios y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa Panadería y Pastelería Delipan de la ciudad de Chiclayo. El método de investigación que se realizo fue analítico-comparativo, porque se analizó todos los puntos del tema y comparo entre los regímenes tributarios para ver las diferencias o similitudes que estos tengan respecto al tema, concluye que del total de contribuyentes activos, 114 270 son considerados personales naturales o jurídicas con negocio los cuales tributan como Tercera Categoría, es decir, tienen la condición de Empresa; en tanto, 51 912 personas naturales son contribuyentes que tributan en la Primera, Segunda, Cuarta y Quinta Categoría, por lo que se considera que no tienen la condición de empresa.

Figueroa (2018) en su tesis denominado: La Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los

Comerciantes de la Galería Polvos Azules - Huánuco 2017; teniendo como Objetivo general determinar de qué manera la cultura tributaria influye en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la galería Polvos Azules - Huánuco 2017 con una metodología de investigación de acuerdo al fin que persigue es aplicada, este tipo de investigación busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación. Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables. Y así llegando a concluir que determinó que los comerciantes tienen conocimientos básicos de tributación, lo cual influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la galería Polvos Azules de manera que el 95% emite sus comprobantes de pago y el 80% paga su impuesto en los plazos establecidos.

Zamata (2017) en su trabajo denominado La Cultura Tributaria y la Responsabilidad Tributaria de los Comerciantes del Mercado Modelo, Puerto Maldonado 2016; Tiene como Objetivo general Establecer la relación entre la cultura tributaria y la responsabilidad tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Puerto Maldonado departamento de Madre de Dios, 2016 y la presente investigación posee un enfoque cuantitativo, porque se analizó e investigó y se basó en la toma de la encuesta. Además, se aplicó un estadístico para la obtención de los resultados. La investigación es de un nivel descriptiva-correlacional,

porque se va describir y se va explicar la contrastación de las hipótesis. concluyendo que la cultura tributaria no se relaciona con la responsabilidad tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo de Puerto Maldonado departamento de Madre de Dios, 2016. El análisis de correlación determina que las variables: Cultura tributaria y responsabilidad tributaria no se relacionan con $r = 0,237$, siendo este valor resultado que no se encuentra dentro de los niveles aceptables por lo que la relación que presenta las variables es baja, y no determina el sustento estadístico. Por otro lado, el $\text{sig.} = 0.140 >$ demuestra que las variables en estudio no se relacionan directamente de manera que estos resultados contrastan la hipótesis en estudio y determinan que las variables no presentan relación, por lo que se rechaza.

Tadeo (2018) nos da conocer su trabajo que lleva por título: Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Panaderías en la Provincia de Huaraz Periodo – 2016; y para dar respuesta al problema se planteó por objetivo general, determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro panaderías en la provincia de Huaraz. La investigación fue de tipo cuantitativo porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se ha utilizado procedimientos estadísticos e instrumento de medición, donde se obtuvo información sobre las micro y pequeñas empresas de la ciudad, a fin de brindar conocimiento sobre el Financiamiento,

Capacitación y Rentabilidad de las empresas panaderas en la provincia de Huaraz llegando a concluir que el 100% de los representantes afirman que la capacitación perfeccionó la rentabilidad empresarial por lo cual tuvieron una utilidad más relevante . El 48% tienen buena rentabilidad en la actualidad, el 35% tienen muy buena rentabilidad en la actualidad y el 17% tienen mala rentabilidad.

2.1.3 Regionales

Dado que no se ha podido encontrar antecedentes regionales en el sector industrial, se consideró en el sector comercial.

Huamani & Ñaupari (2019) En su tesis titulado como: Cultura Tributaria y su Influencia en la Recaudación Tributaria en los Restaurantes del Distrito de El Tambo - 2019; teniendo como objetivo general determinar de qué manera la cultura tributaria influye en la recaudación tributaria en los restaurantes del Distrito de el Tambo; así mismo utilizando la metodología que fue aplicada se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. Llegando al resultado de investigación que los contribuyentes del sector restaurantes por desinterés, desconocimiento y falta de información no cumplen con sus obligaciones tributarios sustanciales y formales, al no realizar correctamente la determinación y pago oportuno de obligaciones tributarias, a la vez muchos no cumplen con la emisión de sus comprobantes de pago, con declarar dentro del plazo de vencimiento.

Gutierrez (2020) en su tesis que lleva por título: La Cultura Tributaria y su Influencia en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio del Perú: Caso Empresa Restaurant Bar El Concolón S.A.C - Cañete 2020, con el objetivo principal Describir la Cultura Tributaria y su influencia en las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Servicio del Perú: Caso Empresa Restaurant Bar El Concolón S.A.C. – Cañete, 2020; De acuerdo al propósito de la investigación el diseño de la investigación fue no experimental- descriptivo bibliográfico documental y de caso. se determina ausencia de conocimiento, conciencia y orientación tributaria, por lo tanto, concluyendo que no tienen una buena educación tributaria ya que nunca han recibido capacitaciones por parte de la administración tributaria y tienen un nivel de conciencia baja, pagan sus impuestos por temor ser sancionados y no consideran importante los pagos de impuesto.

Valero (2017) en su tesis titulada: Influencia de la Política Tributaria en la Cultura Tributaria en las Pymes del Centro Comercial Gamarra Huanca – Huancayo, 2017; teniendo como objetivo principal establecer si la Política Tributaria va influir en la cultura tributaria de las PYMES del Centro Comercial “Gamarra Huanca” de la ciudad de Huancayo – 2017; El diseño que se aplico fue no experimental. Mediante este método todo lo que se indica en este trabajo no requiere demostración. Se logró determinar cómo la cultura tributaria vigente en las PYMES del Centro Comercial “Gamarra Huanca” de Huancayo viene propiciando la evasión tributaria para lo cual ponen diferentes justificaciones como que la evasión tributaria que encontramos en el país siempre se presenta por la desigualdad y

complicado sistema tributario, a la existencia de corrupción de las autoridades, que se presenta por la ineficiencia e ineficacia del Gobierno en brindarle servicios de calidad. Según las encuestas realizadas a las PYMES.

2.1.4 Locales

Dado que no se ha podido encontrar antecedentes locales en el sector industrial, se consideró el sector comercial.

Juscamaita (2017) en su tesis titulado como: La Cultura Tributaria para las Obligaciones del Régimen Mype Tributario de las Empresas Ferreteras y su Incidencia en la Recaudación Fiscal en el Distrito de Ayacucho, 2017; teniendo como objetivo principal determinar que la cultura tributaria incide en el cumplimiento de las obligaciones del Régimen MYPE Tributario en las empresas ferreteras el mismo que mejora la recaudación fiscal en el distrito de Ayacucho, 2017. Método utilizado investigación fue Cualitativo – Descriptivo- Bibliográfico-Documental de caso. Llegando a una conclusión de que el 67% de la encuesta realizada manifiestan que la cultura tributaria incide para el cumplimiento de las obligaciones del Régimen MYPE Tributario en las empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho. el 100% de los encuestados afirmaron rotundamente que se deben realizar charlas de concientización sobre tributación y el 43 % de los encuestados manifiestan que los empresarios ferreteros no entregan los comprobantes de pago, por la venta que realizan.

Zarate (2017) en su trabajo titulado: El Financiamiento, la Innovación y su Influencia en la Rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas Ferreteras del Distrito de Ayacucho, 2017; cuyo objetivo es determinar y describir la influencia del financiamiento y la innovación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas ferreteras de Ayacucho, 2017, teniendo la metodología de la investigación fue cuantitativa y correlacional, debido a que buscó determinar si existe relación entre las variables de investigación, las que fueron medidas a través de él recibieron tratamiento a nivel descriptivo y estadístico. El diseño fue no experimental transversal, dado que no se manipularon ninguna de las variables, sino que fueron evaluadas en su estado natural; asimismo, la recolección de datos se realizó solo una vez, y llegando a concluir uno de ellos es Revisando los antecedentes y resultados el 93% consideran que el otorgamiento de crédito genera mucha rentabilidad financiera en las Mypes, El 76% confirman que el crédito otorgado si tiene incidencia en la rentabilidad financiera, el 56 % manifiesta que el crédito otorgado permite un crecimiento rentable en las ferreterías, esto quiere decir que el crédito es indispensable para la rentabilidad en las empresas ferreteras.

Olivera (2019) en trabajo titulado como: Financiamiento, Rentabilidad y Tributación de la Micro y Pequeña Empresa del Rubro Construcción Caso: Empresa S&T Contratistas y Servicios Múltiples S.R.L. Ayacucho, 2019. Que tiene por objetivo de identificar las características de financiamiento, rentabilidad y tributación en la micro y pequeña Empresa del rubro construcción caso: Empresa S&T Contratistas y Servicios Múltiples S.R.L.

Ayacucho - 2019. Sobre la metodología fue de nivel cualitativo, tipo no experimental, diseño descriptivo. Los resultados se demostraron mediante el análisis del objetivo específico 1, a los autores internacionales, nacionales, regionales y locales; en el objetivo específico 2, con un análisis a la empresa en estudio mediante una entrevista al gerente a través de un rol de preguntas.

2. 2. Bases teóricas:

2.2.1 Teoría de la cultura tributaria

(Ramirez, 2009) Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación

(García J. L., 2017) La cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Esta cultura encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes compartidas por una sociedad respecto a la tributación y a la observancia de las leyes. Esto va de la mano con la confianza y credibilidad al gobierno.

- **Pre-Inca y/o inca.** - Los individuos en esta época Inca habían desarrollado formas de tributar aproximadamente de las cuales se organizaba su vida económica y social, principalmente, en la obtención del bienestar y la acumulación de riqueza. El aporte de mano de obra o bienes les daba la condición de runas (gente) y los

convertía en sujetos de beneficios, como de obras públicas, servicios de protección y obsequios se puede decir que la tributación se basaba en los principios de solidaridad y reciprocidad.

- **Colonia.** - El método tributario colonial fue instituido y organizado para conservar un sistema económico mercantilista y monopolístico. Este método, para asentarse en el Perú produjo fuertes lazos de relación que unían a las sociedades nativas, su sistema de reciprocidad y su gran capacidad organizativa, y convirtió a los gobernadores en recaudadores de impuestos.

- **Gobierno del Siglo XIX - XX.**- A inicios de la República, la principal característica del Perú fue la crisis económica y política que vivía, generada por la lucha de la independencia, la guerra de los caudillos y el caos fiscal. En esas circunstancias, en el aspecto tributario se mantuvieron las leyes y prácticas de la colonia, en cuanto al tributo indígena y el de aduanas, siendo especialmente beneficiados los gobiernos locales, quienes tenían el encargo de recaudar, pero no daban cuenta de esto al Gobierno Central. En 1855 con la bonanza del guano y el salitre, Castilla pudo suprimir el tributo indígena. El guano llegó a cubrir el 80% de los ingresos peruanos (1861-62). El sistema tributario dependía de los beneficios del guano, habiéndose abolido algunos impuestos y la tributación indígena, sin ser reemplazados por otros. Los impuestos

estaban dados por la contribución personal, sin considerarse capitales, rentas ni la riqueza del contribuyente, la finalidad de los impuestos era abastecer al Estado del dinero necesario para la defensa nacional, la conservación del orden estatal y la administración de sus diferentes servicios.

- **En el Siglo XXI.-** En la presente época el sistema tributario en el Perú se identifica, por la aclaración, habiéndose anulado una diversidad de impuestos y privilegios tributarios, concentrándose en el cobro del Impuesto General a las Ventas y el Impuesto a la Renta.

2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria

(Montano, s.f.) Lo más importante de la creación de una Cultura Tributaria fuerte es que los ciudadanos entiendan la importancia de los impuestos. Eso debe llevar a que vean sus aportaciones como algo positivo y no, como ocurre muchas veces, como un castigo. Sin el dinero recaudado, el Estado no podría hacer frente a las obligaciones contraídas con los ciudadanos. Las cantidades obtenidas se utilizan en pagas a los maestros, médicos, bomberos y otros funcionarios. Igualmente, para construir nuevos hospitales o mejorar las carreteras y otros transportes.

Uno de los objetivos de la formación fiscal debe ser, precisamente, romper ese círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no sólo es una obligación legal, sino un compromiso de cada persona ante

la sociedad. Además, se le debe convencer de que cumplir con tal compromiso le confiere la autoridad moral necesaria para exigir al Estado que haga un uso correcto y claro de los recursos públicos.

2.2.1.2 Características de la cultura tributaria

Según (Montano, s.f.) Un tributo es, en resumidas cuentas, el pago en dinero al Estado que las leyes correspondientes establecen con el fin de que se destine al mantenimiento de sus estructuras.

Carácter coactivo. - Los tributos son impuestos de manera unilateral por las autoridades. Estas se tienen que regir por las normas aprobadas para que los importes no resulten abusivos y exista proporcionalidad con las ganancias de cada persona. Como se comentaba, hay una serie de recursos judiciales y legislativos para obligar a que todos cumplan la legislación tributaria.

Carácter pecuniario. - En otras épocas históricas existieron algunos tipos de tributos no pagados con dinero. Eran frecuentes los que exigían parte de las cosechas, por poner un ejemplo. En la actualidad, eso ya no sucede. Los impuestos modernos han de ser abonados en la moneda correspondiente de cada país.

Carácter contributivo. - Un aspecto muy importante a la hora de crear una buena cultura tributaria es que los tributos cumplan su carácter contributivo. Esto significa que el dinero recaudado debe usarse para la financiación de servicios que redunden en el bien común. Cada

ciudadano tiene la obligación de contribuir al mantenimiento del Estado. Si no se percibe así o el dinero se malgasta, los contribuyentes serán reacios a pagar lo que les corresponde.

2.2.1.3 Elementos de la cultura tributaria

Nos da a conocer (Calmet, 2016) considera que los elementos que conforman de la cultura tributaria están constituidos principalmente por lo siguiente

- **Honestidad:** esto va en referencia a las responsabilidades que tiene una persona o las empresas en cuanto al cumplimiento y respeto a los deberes que tienen ante la sociedad o la nación, siempre a lo establecido por las normas legales, al respeto de los valores que posee una persona y al fortalecimiento de sus conductas morales y sociales ante la sociedad.
- **Integridad:** va referido a obrar acciones con la debida estima y respeto hacia la misma persona y hacia los demás, siempre respetando las normas sociales y morales.
- **Solidaridad:** esta referenciado a los sentimientos que tienen las personas basadas en la unión y búsqueda de metas e intereses comunes para el beneficio de la sociedad. Además, menciona que la solidaridad esta referenciado a los lazos existentes en la sociedad que confraterniza a todos los miembros en todo momento.

2.2.1.4 Beneficios tributarios

Según (IPE, s.f.) los beneficios tributarios están constituidos por aquellas exoneraciones, deducciones y tratamientos tributarios especiales que implican una reducción en las obligaciones tributarias para ciertos contribuyentes. Estas herramientas significan una reducción en los recaudos del Estado. Sin embargo, su aplicación está vinculada a ciertos objetivos como el desarrollo de algunas regiones, la promoción de algunos sectores económicos, la generación de empleo y el fomento de la inversión extranjera y nacional.

2.2.2 Teoría de la rentabilidad

Schultz (2008) La rentabilidad expresada como ROI por sus siglas en inglés Return on Investment, muestra en el juego de Cashflow 101 creado por Robert Kiyosaki y en la vida real, una tasa a obtener por cualquier inversión y la cual debe ser mayor a la tasa libre de riesgo que puede dar el banco si invirtiéramos ahí para compensar el riesgo que se está asumiendo. El porcentaje que viene en las tarjetas de oportunidades, se determina tomando el cashflow que señala la tarjeta y multiplicándolo por doce, luego se divide entre el monto que el jugador dio de enganche.

2.2.2.1. Clasificación de la rentabilidad

(Alter, s.f.) Nos da a conocer que se clasifican en la rentabilidad económica y rentabilidad financiera, son realmente importantes para las empresas.

Esto se debe a que se constituyen como indicadores de las diferentes inversiones que una empresa acomete. Nos referimos a la capacidad de una inversión determinada de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un período de tiempo.

Rentabilidad económica.

Según (raisin, s.f.) La rentabilidad económica sirve para medir la capacidad de una empresa de generar beneficios mediante sus activos y capital invertido, independientemente de la estructura financiera de la empresa.

Rentabilidad financiera.

(Alter, s.f.) A la rentabilidad financiera también se le llama ROE, procedente del inglés Return On Equity. La ROE se calcula dividiendo al beneficio después de impuestos (beneficio neto) de un negocio entre los fondos propios de éste. De esta manera, se trata de una fórmula que relaciona al beneficio de una empresa con los recursos que han sido invertidos para obtener dicho beneficio.

2.2.2.2. Ratios de rentabilidad

Santolaria (2002) nos dice que los ratios de rentabilidad corresponden a un conjunto de indicadores financieros y económicos que buscan determinar si la empresa es o no rentable. Los ratios de rentabilidad son indicadores financieros que comparan distintas partidas del balance o de la cuenta de resultados de una empresa. Buscan responder a la

pregunta de si la empresa es capaz de generar suficientes recursos para pagar sus costes y remunerar a sus propietarios.

➤ **Para qué sirven los ratios**

Según (PYMES, 2014) Las ratios de rentabilidad valen para estar al tanto si es o no beneficioso perseguir con un ejercicio. Además, ayuda a establecer si la sociedad está siendo manejada de manera eficiente. Lo anterior significa que la utilización de sus activos, insumos y el esfuerzo de sus trabajadores logra compensar la inversión incurrida y los costes enfrentados.

Son de mucha utilidad para obtener una visión general. Es decir, con tan solo un vistazo a uno de estos ratios podemos obtener información muy valiosa sobre la situación financiera de la empresa.

2.2.2.2.1.- Tipos de ratios de rentabilidad

EDENRED (2014) Nos da conocer que existen diversos ratios que son utilizados para el análisis de rentabilidad, entre ellos se encuentran:

a) **Beneficio neto sobre recursos propios**

Mide el beneficio del accionista sobre el valor en libros de los recursos propios (el capital y las reservas). También se conoce con el nombre de ROE (Return On Equity). Este ratio se esperaría que fuera mayor que la rentabilidad que obtendría el accionista si destina sus recursos a una

inversión sin riesgo (por ejemplo, bonos del gobierno). La fórmula de cálculo es:

$ROE = \text{Beneficio neto} / \text{Fondos propios (o patrimonio neto de la sociedad)}$

b) **Beneficio neto sobre ventas**

Refleja la rentabilidad final de las ventas, esto es, descontando amortizaciones, intereses e impuestos. Mientras más alto, mayor es el beneficio por venta, lo que usualmente se espera en empresas con bajos costes marginales. Se calcula como:

$\text{Beneficio neto sobre ventas} = \text{Beneficio neto} / \text{Ventas}$

c) **Rentabilidad económica**

Es la rentabilidad que obtiene la empresa sobre los activos totales. El tamaño esperado de este indicador depende de la actividad de la empresa. La fórmula de la rentabilidad económica es:

$\text{Rentabilidad económica} = \text{Beneficio bruto} / \text{Activo total}$

Donde el beneficio bruto es beneficio antes de impuestos e intereses.

d) **Rentabilidad de la empresa**

Mide la rentabilidad del negocio en sí mismo. A mayor valor del ratio, mejor es la perspectiva del negocio. Se calcula como:

$\text{Rentabilidad de la empresa} = \text{Beneficio bruto} / \text{Activo total neto}$

También se podría calcular como:

Rentabilidad de la empresa = (Ingresos explotación - gastos explotación) / (Activo-amortización-provisiones)

e) **Rentabilidad Financiera (ROE)**

Mide qué tan rentables están siendo los fondos propios de una empresa.

También se denomina como ROE, por sus siglas en inglés «Return on Equity». Se estima como:

ROE = Beneficio neto / Fondos propios = (Beneficio-Impuestos) / Fondos propios

f) **Rentabilidad de las ventas.** – Relacionados con el importe de las ventas con su precio marginal. A mayor es el indicador, más rentable son las ventas. El indicador es:

Rentabilidad de venta = Beneficio bruto y/o Ventas

g) **Rentabilidad por dividendos.** - Miden la relación entre el dividendo repartido entre los accionistas y el precio de la acción. Lo anterior se calcula como:

Rentabilidad por dividendo = Dividendo/Acción

h) **Rentabilidad bursátil de la sociedad.** - Relaciona el beneficio neto con la capitalización bursátil. Así tenemos:

Rentabilidad bursátil de la sociedad = Beneficio neto/ Capitalización bursátil

- i) **Beneficio por acción (BPA).** - Mide el beneficio que obtiene la empresa repartida entre el número de acciones en que se divide su capital social. La fórmula del BPA es: $BPA = \text{Beneficio neto} / \text{número de acciones}$

2.2.3 Teoría de la empresa

Westreicher (2022) busca dar respuestas a un conjunto de temas en torno a las organizaciones empresariales. Ella pretende entender la razón por la cual nacen o surgen las empresas, cómo estas se desarrollan en el tiempo, cómo coordinan los factores productivos, buscan conocer su periferia o frontera en cuanto a tamaño y crecimiento, etc. Todas las teorías sobre la empresa edificadas hasta ahora son extraordinarias aportaciones sobre su importancia, su existencia, sus límites y sus características. Las principales teorías que han trascendido son las siguientes:

- **Teoría neoclásica:** La teoría neoclásica resalta la importancia que posee el mercado y limitan el papel de la empresa a la manipulación de los factores productivos. Es decir, las empresas deben concentrar profundamente su objetivo en maximizar el uso de los factores productivos (tierra, capital, trabajo y tecnología), minimizando los costes de producción. La principal crítica que se hace a la teoría neoclásica está

fundamentada en el hecho que expone sobre el funcionamiento de esta, pero no considera los aspectos relacionados con la estructura de la empresa. Asimismo, la perspectiva neoclásica entiende que el mercado funciona de manera automática. Sin embargo, esto no sucede así, como señala Coase con el concepto de costos de transacción que explicaremos a continuación.

- **Teoría de los costos de transacción:** Es una respuesta a la teoría neoclásica. Según esta teoría, las empresas se estructuran y actúan como tal cuando los costos de coordinación no superan los costos de transacción. Es decir, cuando los costos en los que incurre la empresa son menores que el emplear el mecanismo del mercado. Visto de otro modo, es más eficiente que exista una empresa que fabrique botellas de gaseosa a que el consumidor tenga que fabricarlas por él mismo cada vez que quiere una.

2.2.3.1 Clasificación de la empresa

Peña (2020) nos dice que existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos diferentes, a continuación, se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos y su producción.

2.2.3.1.1 Clasificación por su naturaleza

Empresas Industriales: Se dedican a la transformación de la materia prima en productos terminados como:

- Son las que producen bienes o servicios a partir de su extracción o producción.
- Agricultura e industria.

Empresas Comerciales: Se dedican a la venta y distribución de los productos terminados.

- No producen, se encargan de la venta de los bienes y servicios.
- Son intermediarios mayoristas o minoristas.

Empresas de Servicios: Se encargan de la prestación o venta de diversos servicios.

- Ofrecen servicios gracias al capital humano y a los medios materiales.
- Empresas de transporte, asesoramiento, enseñanza y sanitaria.

2.2.3.1.2 Clasificación según la propiedad de capital

Empresas Públicas: Son aquellas que su capital pertenece al Estado o sector público. Una empresa pública es aquella donde el estado tiene la participación total o mayoritaria. Son creadas para ofrecer bienes y servicios a la población, sobre todo de primera necesidad.

Sus principales características son:

- Más del 50% del capital social pertenece al Estado o a cualquier nivel de descentralización (provincial o municipal)
- Suelen ofrecer servicios básicos y de primera necesidad
- Aparecen en sectores de comunicaciones para ofrecer información de interés público
- Estas empresas pueden competir o no con empresas privadas

Empresas Privadas: Su capital pertenece a personas naturales y jurídicas, es decir el sector privado. Una empresa privada es aquella que el capital proviene de personas particulares, es decir, de sociedades mercantiles. También son una alternativa a las entidades de crédito, ya que, pueden ofrecer préstamos a todo tipo de clientes, tanto negocios como particulares.

Empresas Mixtas: Su capital pertenece tanto al sector público como al sector privado. Son empresas que combinan capital público con capital privado, es decir, tendrán inversionistas privados y al Estado, aunque normalmente, la mayoría de la inversión provienen del fondo público, ya que, sus objetivos están centrados en actividades de interés público.

Existen muchas empresas públicas que finalmente terminan convirtiéndose en mixtas debido a:

- Proviene de empresas públicas que se han ido privatizando poco a poco, como, por ejemplo, Iberia

- Empresas de nueva creación que optan por la colaboración del sector privado y el público, como, por ejemplo, empresas de servicios del ayuntamiento.

2.2.3.1.3 Clasificación según su sector económico

Dentro de esta clasificación de empresas destacamos las siguientes:

Sector primario: dedicados a obtener productos de la naturaleza, es el sector agrario, ganadero, pesquero y minero

Sector secundario: dedicados a la transformación de las materias primas, es decir, sector industrial, energético, construcción, etc.

Sector terciario: sector servicios como transporte, comunicaciones, comercio, turismo, etc.

Sector cuaternario: son servicios de información y creación, investigación y desarrollo e innovación.

2.2.3.1.4 Clasificación por su tamaño

Según (Fernández, 2022)

Grandes empresas: El número de personal en plantilla en las grandes empresas supera los 250 trabajadores. Algunas empresas se desarrollan como multinacionales que tienen sede en distintos países del mundo. Se trata de negocios en expansión internacional.

Medianas empresas: Ofrecen una mayor oferta de empleo al poder contratar entre 50 y 250 trabajadores. Se trata de un tipo de empresa que tiene una mayor estructura a partir de departamentos diferenciados. Las medianas empresas tienen mucha fuerza en la economía.

Pequeñas empresas: Las pequeñas empresas tienen un personal en plantilla de entre 11 y 49 trabajadores. Además, en su estructura organizacional también cuenta con una división del trabajo. En muchos casos, las pequeñas empresas son negocios familiares.

Microempresas: Es un negocio que tiene con menos de diez trabajadores, que puede ser administrado por un único profesional. Este tipo de proyectos tienen una gran influencia en la economía social al ser un medio de vida para los profesionales.

2.2.4 Teoría de las micro y pequeñas empresas

(Moreno, 2022) Para conceptualizar a la micro y pequeña empresa los especialistas utilizan diferentes criterios, se toma referencia la presencia del dueño al frente de la unidad productiva, haciendo las veces de todo y en segundos plano la clasificación por el número de empleados, por ser uno de los criterios de mayor aceptación internacional.

(Avolio) Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también

considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. Okpara y Wynn (2007) afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra.

2.2.4.1. Importancia de las Mypes

(Canepa, 2022) Las MYPES brindan empleo a casi el 80 % de la población, por lo que es importante que estas tengan un régimen especial tal como lo plantea la propuesta legislativa, logrando así aumentar la cantidad de las mismas en el territorio peruano. Su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

2.2.4.2. Características de las Mypes

SEGÚN LA LEY N.º 30056 (Ramos, 2016) nos da a conocer que, a partir del 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

MICROEMPRESA; según la ley N° 30056, las ventas anuales son hasta 150 Unidad Impositiva Tributaria (UIT), en número de trabajadores no ay límite.

PEQUEÑA EMPRESA; según la N° 30056, las ventas anuales son más de 150 Unidad Impositiva Tributaria (UIT) y hasta 1,700 Unidad Impositiva Tributaria (UIT), no ay limite en número de trabajadores.

MEDIANA EMPRESA; según la ley N° 30056, en cuanto a las ventas es más de 1700 Unidad Impositiva Tributaria (UIT) y hasta 2,300 Unidad Impositiva Tributaria (UIT), para ello no tiene límite de número de trabajadores

2.2.4.3. Beneficios de la Mype

(Cabrera, 2019) Los beneficios laborales son aquellos conceptos pecuniarios complementarios a la remuneración que el empleador está en la obligación de otorgar a sus colaboradores, conforme a ley. El Estado, buscando que las micro y pequeñas empresas formalicen su situación jurídica, les ha otorgado ciertas “facilidades” sobre todo las relacionadas a los aportes monetarios (beneficios laborales) que tendrían que otorgar a sus colaboradores, que es el aspecto más “temido”.

Beneficios tributarios.

- Las Personas Naturales que se registren en el RUS sólo efectuaran el pago de una cuota de 20 soles cuyo valor incluye el pago de impuesto a la renta e IGV.
- La microempresa que se inscriban en el Régimen Especial de Renta (RER), sólo pagaran el 1.5 por ciento de sus ingresos netos mensuales.
- Las MYPES serán exoneradas del pago de tasas a las Municipalidades por gestiones tales como renovación, actualización de datos entre otros relacionados a la misma, menos en el cambio de uso.
- Sólo tomarán el 30% de los derechos de pago por trámites ejecutados ante el Ministerio de Trabajo.

Beneficios financieros.

- Factoring, permitirá al microempresario, que efectúe sus operaciones de ventas al crédito, obtener efectivo inmediato a través de la venta de sus facturas.
- El Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) facilita los créditos otorgados.
- El Programa Especial de Apoyo Financiero para la MYPE (PROPYME) canaliza recursos, para el otorgamiento de créditos directos, a través de las entidades financieras.
- Acceso a líneas de crédito en los principales bancos del país y cajas de ahorro y crédito.

Beneficios laborales.

a) Para los Empleados:

- Tienen derecho a percibir una Remuneración Mínima Legal.
- Jornada Laboral de 8 horas.
- Tienen derecho a percibir remuneración por sobretiempo.
- Gozan de descanso semanal y en días feriados.
- El contribuir a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional.

b) Para el empleador:

- No hay obligación de realizar el pago por CTS.
- Los trabajadores sólo gozan de 15 días de vacaciones.
- No está obligada a pagar recarga del 35% por trabajo nocturno.
- No realiza pago de gratificaciones por Fiestas Patrias o Navidad.
- No hay obligación de pagar Asignación Familiar.
- Podrá escoger por el Sistema Integral de Salud (SIS) por el cual solo elaborará el pago mensual de 15 Nuevos Soles, ya que será subsidiado por el estado y cuya cobertura es de 12,000 soles anuales por enfermedad.
- El aportar a una Administradora Privada de Pensiones (AFP) o a la Oficina de Normalización Previsional (ONP), es opcional

2.2.5 Teorías de los sectores económico - productivos

Sandoval (2021) nos da a conocer que: Los sectores productivos, llamados también sectores económicos o del trabajo, establecen las divisiones o agrupación de las actividades económicas según sus características relacionadas con el tipo de proceso de producción que llevan a cabo.

2.2.5.1 Clasificación de los sectores productivos

Según la (Economía, 2013) no dice que la clasificación de la actividad económica en sectores de producción básicamente responde, a la consideración atenta de las especificidades que caracterizan los distintos tipos de procesos productivos, agrupados en función de semejanzas y afinidades.

a. El sector primario o agropecuario

Este sector está conformado a partir de sus actividades, obtiene el producto directamente de los recursos naturales, transformándolo en materias primas no elaboradas destinadas principalmente a la producción industrial y al abastecimiento de determinados tipos de servicios.

b. El sector secundario o industrial

Comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la extracción y la transformación industrial de materias primas en bienes o mercancías, que se utilizan tanto como base para la fabricación de nuevos productos como para abastecer directamente las necesidades del mercado, mediando en ello distribuidores y comerciantes o no, sobre todo a partir del surgimiento y la expansión.

c. El sector terciario o de servicios

Incluye todas las actividades que no producen una mercancía como tal, pero que se encargan de abastecer al mercado de bienes y servicios y que, por lo tanto, devienen necesarias y fundamentales para el correcto funcionamiento de la economía en general.

2.2.6 Descripción de la empresa del caso de estudio

La empresa “Panadería y Pastelería Marcelina” de Pariona Quispe Marcelina, con Ruc N° 10283026308, inició sus actividades el 06 de setiembre del año 2014, la cual se encuentra ubicada en asociación Quijano Mendivel Mz F Lt 30, en el distrito de Ayacucho. Perteneció al sector industrial y se dedica a la elaboración de productos de panadería.

2.3. Marco conceptual:

2.3.1 Definiciones de cultura tributaria:

(Amasifuen, 2015) La cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones. Se evidencia una desinformación acerca de las estrategias y planes que adelanta la administración tributaria en pos de educar al contribuyente. Entre las conclusiones más importantes se señalan las estrategias y programas educativos utilizados por el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) para desarrollar la cultura tributaria del contribuyente.

(SAT., 2022) Cultura tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal,

respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de todos. La importancia de recaudar impuestos para satisfacer las exigencias de la colectividad ha estado presente en el progreso en todas las formas en el país. Desde el punto de vista de la conciencia, no es idóneo recaudar sin una dirección clara, desde la perspectiva legal, es indispensable recaudar los impuestos con una aprobación voluntaria por parte de los contribuyentes.

(Solórzano) Conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación. En la mayoría de países latinoamericanos ha prevalecido una conducta social adversa al pago de impuestos, manifestándose en actitudes de rechazo, resistencia y evasión, o sea en diversas formas de incumplimiento. Dichas conductas intentan autojustificar, descalificando la gestión de la administración pública por la ineficiencia o falta de transparencia en el manejo de los recursos así como por la corrupción.

2.3.2 Definiciones de la rentabilidad

(Sosa, 2021) La rentabilidad es la capacidad que tiene un proyecto, institución e incluso a nivel particular el individuo, para generar cierto grado de beneficio o ganancia en contraste con sus egresos. Este indicador financiero se fundamenta en la cantidad de ingresos y egresos que se presentan en un determinado tiempo, por lo tanto decimos que

una empresa es rentable cuando genera una cantidad mayor de ingresos en contraste con los egresos que debe realizar para el funcionamiento de sus operaciones.

(Zamora, s.f.) nos dice que la rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

2.3.3 Definiciones de la empresa

Según (Sánchez, s.f.) Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

La empresa es una organización, de duración más o menos larga, cuyo objetivo es la consecución de un beneficio a través de la satisfacción de

una necesidad de mercado. La satisfacción de las necesidades que plantea el mercado se concreta en el ofrecimiento de productos (empresa agrícola o sector primario, industrial o sector secundario, servicios o sector terciario), con la contraprestación de un precio.

2.3.4 Definiciones de las micro y pequeñas empresas

MTPE (2021) Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

(Coll, s.f.) La micro y pequeñas empresas, en otras palabras, es un tipo de organización. Esta recibe su nombre porque presenta unas dimensiones reducidas frente a otras tipologías de empresa. Las microempresas son negocios en los que el número de trabajadores va de 1 a 10, mientras que en el caso de las pequeñas empresas de 1 a 100 trabajadores. Pese a lo anterior no es el número de empleados lo que es determinante para encasillar a una empresa como micro o pequeña, sino sus ventas anuales.

2.3.5 Definición del sector económico

(Sánchez, s.f.) Un sector económico es cada una de las partes resultantes de la división de la actividad económica de un país, generalmente, teniendo en cuenta diferentes factores como el valor añadido de los bienes o servicios producidos.

Según (Significados, 2019) Los sectores económicos corresponden a la división de la actividad económica de un Estado o territorio, e incluye todas las etapas de exploración de los recursos naturales, hasta la industrialización, la preparación para el consumo, la distribución, y la comercialización de bienes y servicios.

2.3.6 Definición del sector industrial

Caballero (2019) La industria es un sector cuya actividad es transformar materias primas en productos de consumo final o intermedio. La gran mayoría de actividades industriales se engloban dentro del sector secundario.

Definición de la Panadería - Pastelería

Portocarrero (2016) señala que el oficio de la panadería es considerado como un arte cuya aplicación y ejercicio conlleva a miles de años, a lo largo del tiempo y en el ámbito social estuvo presente en el cambio y evolución de las sociedades. Es por este ejercicio que se obtiene el pan, considerado en diversas culturas como parte de un régimen alimenticio, es decir base de la alimentación diaria esencial y principalmente como una expresión representativa cultural y religiosa. Este ejercicio está

influenciado por diversos factores como la cultura, la tradición y las características propias de los pueblos, respecto a las técnicas de fabricación e ingredientes utilizados para la elaboración del pan, logrando así un producto único.

Ríos (2009) en el Perú es importante la producción tradicional de panes cuyas varia antes regionales según sus denominaciones, tamaños, formas, sabores, consistencias y significados van de acuerdo con los gustos y costumbres de la clientela local. el término panadería tradicional hace referencia a la actividad artesanal de elaborar panes con diversas harinas e ingredientes complementarios. También panadería es el establecimiento donde se elabora y expende el pan. Hoy, el término panadería, está siendo sustituido por otro más moderno como panificadora, que alude a una actividad que no es netamente artesanal.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación no se planteó hipótesis porque se trata de una investigación descriptiva simple correlacional y de caso.

(Ramírez V., 2015) La hipótesis se relaciona directamente con nuestra pregunta de investigación, ya que esta será un supuesto o conjetura realizada con base en la reflexión empírica teórica de la investigación, que proporciona una primera respuesta a esa pregunta, la cual debemos de confirmar científicamente de su veracidad.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó fue no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso, es no experimental porque no se manejó a la variable y las unidades de análisis; es indicativo, la investigación no se limitó a relatar las características de la variable en las unidades de análisis en su argumento dado. Fue descriptivo por que la investigación se limitó a describir los aspectos más importantes de las variables en las unidades correspondientes. Fue bibliográfico ya que, para cumplir con los resultados del objetivo general, se hizo una revisión bibliográfica de las investigaciones, asimismo se utilizó documentos oficiales pertinentes.

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

La población fue todas las Mypes del sector industrial del Perú.

4.2.2. Muestra

La muestra fue la empresa “Panadería y Pastelería Marcelina” la misma que fue escogida de manera intencionada.

4.3. Definición y operacionalización de la variable

4.3.1 Matriz de operacionalización de la pertenencia de los antecedentes del objetivo específico 1:

| VARIABLE | ANTECEDENTES PERTINENTES | DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LOS ANTECEDENTES PERTINENTES | | | | | | | |
|----------------|---|--|--------------------------|----|----|----|----|----|--|
| | | ANTECEDENTES PERTINENTES | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | |
| Complementaria | Un antecedente es pertinente, si tiene las mismas: variable o variables, unidades de análisis y sector económico-productivo; así como también algún o algunos objetivos similares, las mismas técnicas e instrumentos de recojo de información, los resultados y/o conclusiones responden a los objetivos especificados; y finalmente, todo se cumple al mismo tiempo. Es decir, un antecedente es pertinente, si cumple con los criterios: C1, C2, C3, C4, C5 y C6 (Vásquez Pacheco, 2019). | NACIONAL | Camacho (2017) | | | | | | |
| | | | Dávila (2016) | | | | | | |
| | | | Espinoza (2019) | | | | | | |
| | | | Meregildo (2018) | | | | | | |
| | | REGIONAL | Huamani & Ñaupari (2019) | | | | | | |
| | | | Valero (2017) | | | | | | |
| | | LOCAL | Juscamaita (2017) | | | | | | |
| | | | Zarate (2017) | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia, en base a las matrices proporcionadas por **Vásquez Pacheco (2019)**.

Leyenda de los criterios:

C= criterios para determinar si los antecedentes son pertinentes o no.

C1= tiene que ver con el título del antecedente. El título tiene que tener: la variable(s), las unidades de análisis y el sector económico productivo parecido al de nuestro trabajo de investigación.

C2= tiene que ver con el objetivo del antecedente. Significa que, el antecedente debe tener algún objetivo parecido, por lo menos un objetivo parecido al de nuestro trabajo de investigación.

C3= tiene que ver con el resumen de la metodología del antecedente: en el antecedente se debe describir el resumen de la metodología, donde por lo menos, debe considerarse las técnicas e instrumentos de recojo de información

C4= tiene que ver con los resultados y/o conclusiones pertinentes del antecedente. En el antecedente se debe considerar los resultados y/o conclusiones que respondan al criterio C2.

C5= establece la coherencia lógica que debe haber entre el objetivo pertinente (C2) y los resultados y/o conclusiones pertinentes (C4).

C6= tiene que ver con la simultaneidad. Es decir, los cinco criterios procedentes, deben cumplirse simultáneamente.

Además, la matriz debe ser llenada con ceros y uno: 0, significa que no cumple con el criterio. 1, significa que, si cumple, con el criterio.

4.3.2 Matriz de operacionalización de la variable (s) del objetivo específico 2:

(Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022.)

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE | OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE | | |
|---------------------------|---|--|--|---|
| | | DIMENSIONES | SUB – DIMENSIONES | INDICADORES (PREGUNTAS) |
| Cultura tributaria | La Cultura Tributaria es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de todos. La importancia de recaudar impuestos para satisfacer las exigencias de la colectividad ha estado presente en el progreso en todas las formas en el país. | Cultura tributaria | <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos de la cultura tributaria | ¿Cree que la administración tributaria debería capacitar más sobre la cultura tributaria? |
| | | Definición de la cultura tributaria | <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la cultura tributaria • Beneficio de la cultura tributaria | ¿Sabe usted el destino de los tributos que desembolsa? ¿conoce los beneficios de tributar? |

Fuente: Elaboración propia, en base a las matrices proporcionadas por **Vásquez Pacheco (2019)**.

4.3.3 Matriz de operacionalización de la variable (s) del objetivo específico 2:

(Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022.)

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE | OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE | | |
|---------------------|---|--|---|--|
| | | DIMENSIONES | SUB – DIMENSIONES | INDICADORES (PREGUNTAS) |
| Rentabilidad | La rentabilidad es una medida del beneficio. Se utiliza para determinar si un negocio está produciendo suficientes beneficios para sostenerse y crecer o, por el contrario, está arrojando pérdidas. Hay algunos índices de rentabilidad diferentes que se pueden utilizar para medir distintos aspectos del éxito del negocio. | Tipos de rentabilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad económica • Rentabilidad financiera | ¿Ud. percibe la rentabilidad económica de su micro empresa? |
| | | Tipos de ratios de rentabilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Beneficio neto sobre recursos propios • Beneficio neto sobre ventas • Rentabilidad económica • Rentabilidad de las ventas. | ¿Cree que la rentabilidad mejoró en los últimos años? ¿La rentabilidad de su micro empresa es variable? |

Fuente: Elaboración propia, en base a las matrices proporcionadas por **Vásquez Pacheco (2019)**.

4.4. Técnicas e instrumentos

4.4.1. Técnicas

Para el recojo de la información se utilizó las siguientes técnicas: Revisión bibliográfica (objetivo específico 1), encuesta (objetivo específico 2) y análisis comparativo (objetivo específico 3).

4.4.2. Instrumentos

Para recojo de la información se utilizó las fichas bibliográficas y el cuestionario.

4.5. Plan de análisis

Para lograr los resultados del objetivo específico 1). Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú, 2022. La investigación se revisó la literatura para encontrar los antecedentes internacionales, nacionales, regionales y locales pertinentes a la investigación, los resultados y las conclusiones fueron extraídos de estos antecedentes y los mismos fueron mostrados en sus respectivos cuadros.

Para conseguir los resultados del objetivo específico 2). Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. Se utilizó la encuesta hecha en base a preguntas coherentes con las bases teóricas y antecedentes, el cual se empleó al gerente de la empresa del caso para poder llegar a los resultados óptimos.

Para obtener los resultados del objetivo específico 3). Realizar un análisis comparativo de la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. La investigación se hizo un análisis comparativo de los resultados de los objetivos específicos 1 y 2.

4.6. Matriz de consistencia

| TÍTULO DE LA TESIS | ENUNCIADO DEL PROBLEMA | OBJETIVO GENERAL | OBJETIVOS ESPECÍFICOS |
|--|--|---|---|
| La cultura tributaria y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú: caso “Panadería y Pastelería Marcelina” -Ayacucho, 2022. | ¿Cuál es la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022? | Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú, 2022. 2. Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. 3. Realizar un análisis comparativo de la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022. |

Fuente: Elaboración propia, en base a las matrices proporcionadas por **Vásquez Pacheco (2019)**.

4.7. Principios éticos

En las investigaciones se trabaja con personas que se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad los dueños deben participar voluntariamente y que dispongan de información adecuada respetando de sus derechos fundamentales. Así mismo se debe de respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, que debe tomar medidas para evitar daños.

Protección a las personas.

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.

La ética medio ambiental es una ética aplicada que reflexiona sobre los fundamentos de los deberes y responsabilidades del ser humano con la naturaleza, los seres vivos y las generaciones futuras.

Libre participación y derecho a estar informado.

Todas las personas que desarrollan esta actividad de investigación poseen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Beneficencia y no maleficencia.

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia.

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados.

Integridad científica.

La integridad científica alude al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y connota honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad. Por tanto, transmite las ideas de totalidad y consistencia morales. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1. Resultados:

5.1.1. Respecto al objetivo específico 1:

Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú, 2022.

Tabla 1: resultados del objetivo específico 1

| AUTOR | CONCLUSIONES Y/O RESULTADOS |
|-----------------------------------|--|
| Romero & Vargas (2015) | Afirma que, la cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones, es decir, ante una escasa, inexistente y carente cultura tributaria de los comerciantes, no logran activar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Ante ello las estrategias planteadas posiblemente contribuirán en la generación de cultura tributaria y mejorar la calidad de información tributaria de los comerciantes. |
| Meregildo (2018) | Confirma que existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en dichos centros comerciales, lo cual indica un nivel de correlación positiva alta, es decir, que, a mayor cultura tributaria en los centros comerciales, se tendrá una mejora en la rentabilidad, o viceversa, a menor cultura tributaria en los Centros Comerciales, estos obtendrán menos rentabilidad. |

| | |
|--------------------------|---|
| Arévalo, (2015) | Establece que, por ser un tema tributario y que estuvo orientado a obtener información sobre la cultura tributaria de los contribuyentes de la Parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, tuvo varias limitaciones por parte de los contribuyentes que fueron encuestados, pues al percibir que se trataba de conocer sus veredictos en materia tributaria, se manifestaban renuentes a facilitar la indagación, primeramente. |
| Figueroa, (2018) | Determinó que, los negociantes tienen conocimientos básicos de tributación, lo cual influye significativamente en el desempeño de las obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la galería Polvos Azules de manera que el 95% emite sus recibos de pago y el 80% paga su impuesto en los plazos determinados. |
| Paredes, (2015). | Llegando a concluir que la evasión tributaria estará siempre mientras estén las fallas de inspección y control por parte de la Administración Tributaria que el estado pone reduciendo de esta manera los fondos que el Estado pretende para cubrir las necesidades que el país socialmente exige, esto mismo provoca una deficiente atribución de los recursos. |
| Burga, (2015) | Llego a la conclusión que, la falta de atención en la conciencia tributaria en nuestra nación el cual no permite practicar con la programación de las obligaciones tributarias en las sociedades comerciales. El trabajo de investigación se enmarca perfectamente con lo que se desea investigar por lo que es necesario, tener como pertinente por el grado de similitud con lo que se desea investigar. |
| Juscamaita (2017) | Conclusión de que el 67% de la encuesta realizada manifiestan que la cultura tributaria incide para el cumplimiento de las obligaciones del Régimen MYPE Tributario en las empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho. el 100% de los encuestados afirmaron rotundamente que se deben realizar charlas de concientización sobre tributación y |

| | |
|------------------------|--|
| | el 43 % de los encuestados manifiestan que los empresarios ferreteros no entregan los comprobantes de pago, por la venta que realizan. |
| Vanegas, (2016) | Como conclusión, se evidencia la escasez de conocimiento del tributo, además, del origen y su aplicación en el contexto habitual. Por lo tanto, de la inexistente o errada cultura tributaria, se evidencia el desconocimiento de la población en los Colegios hacia el correcto y oportuno pago de impuestos; la poca capacitación de estos temas, hacen que la cultura tributaria sea casi revocada en la mayoría de la población. |
| Dávila (2016) | Se concluyó que la cultura tributaria se relaciona directamente con la evasión de impuestos, demostrando estadísticamente por la correlación de Pearson, el cual nos muestra que el nivel de significancia es de 0.000 y el método que utilizo en la investigación perseguido es el deductivo, cuando se habla del método deductivo se refiere a aquel método donde se va de lo general a lo específico |
| Tadeo (2018) | Afirma que, el 100% de los representantes afirman que la capacitación perfeccionó la rentabilidad empresarial por lo cual tuvieron una utilidad más relevante. El 48% tienen buena rentabilidad en la actualidad, el 35% tienen muy buena rentabilidad en la actualidad y el 17% tienen mala rentabilidad. |
| Vargas (2015) | Llegando a concluir la rentabilidad es una dimensión relevante en el mundo de los negocios, puesto que es un índice fuertemente perseguido por todos quienes desean el éxito en su compañía. Conocer las variables que influyen en ella, es fundamental para la toma de decisiones estratégicas de una firma en relación al aumento de su rendimiento. |

| | |
|------------------------|--|
| Zarate, (2017) | Concluye que, Revisando los antecedentes y resultados el 93% consideran que el otorgamiento de crédito genera mucha rentabilidad financiera en las Mypes, El 76% confirman que el crédito otorgado si tiene incidencia en la rentabilidad financiera, el 56 % manifiesta que el crédito otorgado permite un crecimiento rentable en las ferreterías, esto quiere decir que el crédito es indispensable para la rentabilidad en las empresas ferreteras. |
| Espinoza (2019) | Afirma que, la cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad del mercado modelo, es decir tiene una relación positiva débil y directamente proporcional, a ello se le atribuye que ante mayor conocimiento de la cultura tributaria y el beneficio que se logra cumplir el pago de tributos, asimismo se emplee diferentes fuentes de financiamiento, se logrará que la rentabilidad de cada uno de los comerciantes de dicho mercado se incremente de manera sostenible durante el tiempo. |
| Camacho (2017) | Concluyó que la gestión tributaria influye de manera directa y significativa en la rentabilidad de las empresas comercializadoras del sector calzado, es decir, las Micro y Pequeñas Empresas conocen y cumplen con los requisitos y beneficios del pertenecer a un régimen tributario, lo cual conlleva a maximizar la rentabilidad de la misma. Sin embargo, el manejo de la gestión tributaria por parte de los comerciantes del sector calzado no resulta eficiente, ya que el 85.2% de dicho sector considera que la cancelación de impuestos es excesiva generando retrasos en la cancelación de dicha suma. |

Fuente: Elaboración propia con la asesoría de DTI Vásquez Pacheco y en base a los antecedentes Internacionales, Regionales y Locales de la presente investigación.

5.1.2. Respecto al objetivo específico 2:

Describir la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de la

“Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022

Tabla 2: resultados del objetivo específico 2

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | |
|----|---|-----------|----|
| | | SI | NO |
| 1 | ¿Considera que la cultura tributaria incide en la rentabilidad de su empresa? | X | |
| 2 | ¿conoce los beneficios de tributar? | | X |
| 3 | ¿Usted sabe cuál es la relación de la tributación con rentabilidad? | | X |
| 4 | ¿Sabe usted el destino de los tributos que desembolsa? | | X |
| 5 | ¿Sabe de los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización? | | X |
| 6 | ¿Usted cumple con una correcta ejecución respecto a sus declaraciones mensuales? | X | |
| 7 | ¿Cree que la administración tributaria debería capacitar más sobre la cultura tributaria? | X | |
| 8 | ¿cree usted que hacen una buena recaudación de los tributos? | | X |
| 9 | ¿Considera el financiamiento como una ayuda en la rentabilidad del negocio? | X | |
| 10 | ¿Ud. percibe la rentabilidad económica de su micro empresa? | | X |
| 11 | ¿Cree que su negocio es rentable? | X | |
| 12 | ¿La determinación de la rentabilidad fue adecuado de acuerdo al financiamiento obtenido? | X | |
| 13 | ¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa? | | X |
| 14 | ¿Cree que la rentabilidad mejoró en los últimos años? | X | |
| 15 | ¿La rentabilidad de su micro empresa es variable? | X | |

Fuente: Elaboración propia en base al cuestionario aplicado al representante legal de la Empresa “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho.

5.1.3. Respecto al objetivo específico 3:

Realizar un análisis comparativo de la influencia de la cultura tributaria en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial del Perú y de la “Panadería y Pastelería Marcelina” de Ayacucho, 2022

Tabla 3: resultados del objetivo específico 3

| PROBLEMÁTICA | OBJETIVO 1 | OBJETIVO 2 | COINCIDENCIA |
|---|--|---|---------------------|
| Cultura tributaria y su incidencia en la rentabilidad | Afirma que, la cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones, es decir, ante una escasa, inexistente y carente cultura tributaria de los comerciantes, no logran activar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Ante ello las estrategias planteadas posiblemente contribuirán en la generación de cultura tributaria y mejorar la calidad de información tributaria de los comerciantes. | Si, porque un conocimiento sobre la cultura tributaria, permite tener control sobre los gastos tributarios, y por ende en la rentabilidad de la pastelería. | Si coincide |
| beneficio que se logra al cumplir con los tributos | Confirma que existe relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en dichos centros comerciales, lo cual indica un nivel de correlación positiva alta, es decir, que, a mayor cultura tributaria en los centros comerciales, se tendrá una mejora en la | NO, el Gerente desconoce sobre este tema | No coincide |

| | | | |
|---|---|---|-------------|
| | rentabilidad, o viceversa, a menor cultura tributaria en los Centros Comerciales, estos obtendrán menos rentabilidad. | | |
| relación que tiene la cultura tributaria y rentabilidad | Establece que, la cultura tributaria se relaciona directamente con la evasión de impuestos, demostrando estadísticamente por la correlación de Pearson, el cual nos muestra que el nivel de significancia es de 0.000 y el método que utilizo en la investigación perseguido es el deductivo, cuando se habla del método deductivo se refiere a aquel método donde se va de lo general a lo específico. | NO, nos menciona que el Gerente no sabe con exactitud sobre esos temas | No coincide |
| Conocimientos básicos de las obligaciones tributarias | Determinó que, los comerciantes tienen conocimientos básicos de tributación, lo cual influye significativamente en el cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales de los comerciantes de la galería Polvos Azules de manera que el 95% emite sus comprobantes de pago y el 80% paga su impuesto en los plazos establecidos. | Si, nos mencionó que el Gerente tiene un conocimiento básico de cuanto se debe pagar mensual. | Si coincide |
| Fiscalización y control dentro de la empresa | Llegando a concluir que la evasión tributaria estará siempre mientras estén fallas de inspección y vigilancia por parte de la Administración Tributaria que el estado dispone disminuyendo de esta manera los fondos que el Estado solicita para cubrir las | No, porque el empresario tiene ese desinterés sobre el caso | Sí coincide |

| | | | |
|---|--|---|-------------|
| | necesidades que el país socialmente requiere, esto mismo provoca una deficiente atribución de los recursos. | | |
| permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias | Llego a la conclusión que, la falta de solicitud en la conciencia tributaria en nuestro estado el cual no permite practicar con la programación de las obligaciones tributarias en las empresas productivas. El trabajo de investigación se enmarca perfectamente con lo que se desea investigar por lo que es necesario, tener como referente por el grado de similitud con lo que se desea investigar. | Según información obtenida lo cumple adecuadamente con los pagos programados. | Si coincide |
| Capacitación sobre la concientización tributaria | Conclusión de que el 67% de la encuesta realizada manifiestan que la cultura tributaria incide para el cumplimiento de las obligaciones del Régimen MYPE Tributario en las empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho. el 100% de los encuestados afirmaron rotundamente que se deben realizar charlas de concientización sobre tributación y el 43 % de los encuestados manifiestan que los empresarios ferreteros no entregan los comprobantes de pago, por la venta que realizan. | No, nos dio a conocer que el dueño no tiene interés en la capacitación, pero sería de mucha ayuda a concientizar. | Si coincide |
| Incorrecta recaudación de tributos | Como conclusión, se evidencia falta de conocimiento del tributo, además, de la procedencia y su aplicación en el contexto cotidiano. Por lo tanto, de la inexistente o equivocada cultura | No, porque no tiene suficiente conocimiento sobre la tributación | Si coincide |

| | | | |
|---|---|--|-------------|
| | tributaria, se evidencia el desconocimiento de la población en los Colegios hacia el correcto y oportuno pago de impuestos; la poca capacitación de estos temas, hacen que la cultura tributaria sea casi nula en la mayoría de la población. | | |
| Rentabilidad esperada pueda ser competitiva | Establece que, por ser un tema tributario y que fue encaminado a obtener información sobre la cultura tributaria de los contribuyentes de la Parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, hubo varias limitaciones por parte de los contribuyentes que fueron encuestados, pues al ver que se trataba de conocer sus opiniones en materia tributaria, se mostraban rebeldes al facilitar la información, primeramente. | Si es porque la gente consume a diario | Si coincide |
| Incrementar los activos de su empresa | Afirma que, el 100% de los representantes afirman que la capacitación perfeccionó la rentabilidad empresarial por lo cual tuvieron una utilidad más relevante. El 48% tienen buena rentabilidad en la actualidad, el 35% tienen muy buena rentabilidad en la actualidad y el 17% tienen mala rentabilidad. | No, porque ay mucha competencia | No coincide |
| | Llegando a concluir la rentabilidad es una dimensión relevante en el mundo de los negocios, puesto que es un índice fuertemente perseguido por todos quienes desean el éxito en su compañía. Conocer las variables que influyen en ella, es fundamental para | Si, para poder comprar materiales nuevos | Si coincide |

| | | | |
|---|--|--|-------------|
| Incremento de la rentabilidad a causa de financiamiento | la toma de decisiones estratégicas de una firma en relación al aumento de su rendimiento. | | |
| El financiamiento otorgado genera rentabilidad | Concluye que, Revisando los antecedentes y resultados el 93% consideran que el otorgamiento de crédito genera mucha rentabilidad financiera en las Mypes, El 76% confirman que el crédito otorgado si tiene incidencia en la rentabilidad financiera, el 56 % manifiesta que el crédito otorgado permite un crecimiento rentable en las ferreterías, esto quiere decir que el crédito es indispensable para la rentabilidad en las empresas ferreteras. | Si, por que el financiamiento es la base para poder crecer con negocio. | Si coincide |
| El financiamiento influye con la rentabilidad | Afirma que, la cultura tributaria se relaciona significativamente con la rentabilidad del mercado modelo, es decir tiene una relación positiva débil y directamente proporcional, a ello se le atribuye que ante mayor conocimiento de la cultura tributaria y el beneficio que se logra cumplir el pago de tributos, asimismo se emplee diferentes fuentes de financiamiento, se logrará que la rentabilidad de cada uno de los comerciantes de dicho mercado se incremente de manera sostenible durante el tiempo. | Si, la utilidad que se ve dentro de la empresa está relacionada con los préstamos. | Si coincide |

Fuente: Elaboración propia y el asesoramiento del DTI Vázquez Pacheco, en base a los resultados comparables de los objetivos específicos 1 y 2.

5.2. Análisis de resultados:

5.2.1. Respecto al objetivo específico 1:

Según la indagación recopilada de los autores como; Romero & Vargas (2015), Espinoza (2019), Meregildo (2018) y Camacho (2017), Vanegas (2016), Arévalo (2015), Zapata (2017), Zamata (2017), Figueroa (2018), llegan a las conclusiones de que la cultura tributaria incide en la rentabilidad de las empresas estudiadas por cada uno de ellos, asimismo, algunos de ellos presentan un grado de correlación positiva, ratificando la incidencia entre ambas variables de investigación. Por otra los autores como: Tadeo, (2018) Nina (2016), Casiano (2017), Vargas (2014) y Zarate (2017); nos indica que la rentabilidad, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos.

5.2.2. Respecto al objetivo específico 2:

Llegando a concluir que el cuestionario aplicado al Gerente de la empresa Panadería y Pastelería Marcelina, Ayacucho -2022, ratifica que la cultura tributaria incide en la rentabilidad de la pastelería, ya que un conocimiento sobre la cultura tributaria, permite tener control sobre los gastos tributarios, y por ende en la rentabilidad de la misma. Asimismo, se evidencia la falta de conocimiento y el interés sobre la importante de la cultura tributaria ya que para tener una buena rentabilidad siempre tiene que estar relacionado con el conocimiento para así no se vea perjudicado el negocio por falta de la cultura tributaria.

5.2.3. Respecto al objetivo específico 3:

Respecto al análisis comparativo de los resultados de los autores citados y el cuestionario realizado se llegó a los resultados de que tanto las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y la empresa Panadería y Pastelería Marcelina, Ayacucho -2022: coinciden manifestando que les hace falta del conocimiento y la importancia de la cultura tributaria es la base para la recaudación y el sostenimiento del país. Así mismo que la rentabilidad, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión dentro de una empresa.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Respecto al objetivo específico 1:

Los Autores nacionales regionales y locales estudiados, describen que las características de describir la Cultura Tributaria y su Influencia en la Rentabilidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Perú; Permite, salvaguardar de la evasión tributaria a si dando la rentabilidad adecuada a las Mypes, provoca al personal a ser eficiente en el desarrollo de sus actividades basado a la tributación y a la observancia de las leyes y la rentabilidad es clave a la hora de valorar y realizar comparativas entre empresas.

6.2. Respecto al objetivo específico 2:

Según la encuesta realizada en el local de caso realizado al dueño del negocio sobre los temas de cultura tributaria que un 44% si conoce y 56% no conoce sobre este tema y la rentabilidad que un 60% y un 40% por lo tanto se concluye que el aprendizaje que se dio sobre estos argumentos en el negocio, ha sido adecuado, consintiendo cumplir con sus objetivos.

6.3. Respecto al objetivo específico 3:

Finalmente, al realizar el análisis comparativo de los objetivos específicos 1 y 2; se puede observar que algunos elementos de comparación sí coinciden; por lo que concluye que, a pesar de esto, la empresa si aplica la cultura tributaria y la rentabilidad sin embargo se recomienda capacitarse sobre la tributación dentro de un negocio para así elevar la rentabilidad.

6.4. Respecto al objetivo general

Concluyó que la cultura tributaria influye de manera directa y significativa en la rentabilidad de las empresas comercializadoras del sector Panadería y Pastelería, es decir, las Micro y Pequeñas Empresas conocen y cumplen con los requisitos y beneficios del pertenecer a un régimen tributario, lo cual conlleva a maximizar la rentabilidad de la misma. Sin embargo, se evidencia que el nivel de la cultura tributaria en la empresa es muy bajo por el alto índice de falta de conocimiento de tributo, esto es consecuencia de la falta de orientación de las instituciones encargadas. Los negocios informados sobre lo político tienden a mostrar mayor información sobre lo tributario.

VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

7.1. Referencias bibliográficas:

- Alter, F. (s.f.). tipos de rentabilidad. Alter Finance. Obtenido de <https://www.alterfinancegroup.com/blog/diccionario/tipos-de-rentabilidad/>
- Amasifuen, R. M. (05 de noviembre de 2015). definiciones de la cultura tributaria. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20(3).pdf)
- Arévalo, Á. D. (2015). ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA ELUSIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA EN LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD, HABITANTES EN EL SECTOR NORTE DE GUAYAQUIL EN LA PARROQUIA TARQUI. Guayaquil.
- Avolio, B. (s.f.). teoria de las mypes. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/4126-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15740-1-10-20130120%20(1).pdf)
- Barba, H. C. (2018). CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES MAYORISTAS DE ABARROTÉS. pimentel- Peru.
- Burga, A. M. (2015). CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DEL EMPORIO GAMARRA, 2014 . LIMA-PERU.
- Caballero, F. F. (2019). definiciones del sector industrial. Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/industria.html>

- Cabrera, R. G. (22 de ABRIL de 2019). *beneficios laborales de las mypes*. Obtenido de <https://lpderecho.pe/beneficios-laborales-mypes-gabriela-cabrera-ruiz/>
- Calmet, C. A. (2016). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA EVASIÓN DE IMPUESTOS EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA EN EL DISTRITO DE TARAPOTO, AÑO 2016. TARAPOTO –PERÚ.*
- Camacho Medina, A. A. (2017). “*Gestión tributaria y su influencia en la rentabilidad de las empresas del sector de calzado en el mercado modelo, distrito de Chiclayo 2017*”. Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4406/Camacho%20Medina%20.pdf;jsessionid=E6C59992521B5DC341D1DCED072144C4?sequence=1>
- Canepa, M. F. (29 de mayo de 2022). *importancia de la mypes*, Obtenido de <https://idealex.press/la-importancia-de-las-mypes-en-el-peru/#:~:text=%E2%80%9CLas%20MYPES%20brindan%20empleo%20a,mas%20en%20el%20territorio%20peruano%E2%80%9D>.
- Casiano, S. M. (2017). *INCIDENCIA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN EN LA RENTABILIDAD DE LA PANADERIA Y PASTELERIA DONIL SRL, MOCHE, 2017. TRUJILLO – PERÚ.*
- Castillo, B. R. (abril de 2009). Obtenido de *LA HIPÓTESIS EN INVESTIGACIÓN:* <http://www.eumed.net/rev/cccss/04/rcb2.pdf>

- CEPAL. (2021). CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46808/1/S2100170_es.pdf
- Coico, P. S. (2021). *Cultura Tributaria y la rentabilidad de la Asociación Compasión y Servicio – Compaser, Chimbote 2021. CHIMBOTE – PERÚ.*
- Coll, M. F. (s.f.). *definiciones de las micro y pequeñas empresas. Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/pequena-empresa.html>*
- Dávila, C. C. (2016). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA EVASIÓN DE IMPUESTOS EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA EN EL DISTRITO DE TARAPOTO, AÑO 2016. TARAPOTO –PERÚ.*
- Economía, I. P. (2013). *Instituto Peruano de Economía. clasificación de los sectores productivos. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/sectores-productivos/#:~:text=En%20la%20econom%C3%ADa%20existen%20distintos,el%20secundario%20y%20el%20terciario.>*
- EDENRED. (2014). *Ratios de rentabilidad: 12 formas de medir el desarrollo de la empresa. 1-2.*
- Ezpinoza Hidalgo, F. (2019). *“Cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019”. Tesis de pregrado, Universidad de San Pedro, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Chimbote-Perú. Obtenido de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/12640/Tesis_63304.pdf?sequence=1&isAllowed=y*

Fernández, A. (28 de Junio de 2022). *clasificación de las empresas. Obtenido de <https://global66.com/blog/clasificacion-de-las-empresas-en-peru/#:~:text=Clasificaci%C3%B3n%20de%20las%20empresas%20en%20Per%C3%BA%20seg%C3%BAn%20su%20tama%C3%B1o&text=Microempresas%3A%20Son%20las%20que%20tienen,UIT%20y%20las%202300%20UIT>*.

Figueroa, D. L. (2018). LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DE LA GALERÍA POLVOS AZULES - HUÁNUCO 2017. HUÁNUCO - PERÚ.

Gamboa, N. F. (2019). La cultura tributaria en la formalización de las Mypes en Carapongo. Lima.

García, J. L. (2017). Elevemos la cultura tributaria en el Perú. <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>.

Gómez, J. C. (2006). tributacion en america latina. santiago de chile.

Gutierrez, H. Z. (2020). LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA RESTAURANT BAR EL CONCOLON S.A.C - CAÑETE 2020. CAÑETE – PERÚ.

Huamani, Ñ. Y., & Ñaupari, F. J. (2019). Cultura tributaria y su influencia en la recaudación tributaria en los restaurantes del Distrito de el Tambo - 2019. HUANCAYO.

- IPE. (s.f.). Instituto Peruano de Economía. beneficios tributarios, Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/beneficios-tributarios/>*
- Jeronimo, R. Y. (2017). LA CULTURA TRIBUTARIA COMO MECANISMO PARA COMBATIR LA EVASION DE IMPUESTO DEL IGV DE LAS MYPES DISTRITO SAN MARTIN DE PORRES - 2017. LIMA.*
- Justamaita, M. R. (2017). LA CULTURA TRIBUTARIA PARA LAS OBLIGACIONES DEL REGIMEN MYPE TRIBUTARIO DE LAS EMPRESAS FERRETERAS Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN FISCAL EN EL DISTRITO DE AYACUCHO, 2017. Ayacucho.*
- Ludeña, S. L. (2017). LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS. LIMA - PERU.*
- Manayalle, T. N. (2017). APLICACIÓN DE LOS REGÍMENES TRIBUTARIOS PARA MYPES EN EL SECTOR INDUSTRIAL Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA MICROEMPRESA PANADERÍA Y PASTELERÍA DELIPAN PERIODO 2014. Chiclayo-Perú.*
- Matos, M. A. (2018). LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASION DEL IMPUESTO A LA RENTA DE LOS COMERCIANTES DE ROPA DEL MERCADO MODELO DE HUANUCO – 2018. HUÁNUCO - PERÚ.*
- Meregildo Suchero, M. L. (2018). “La cultura tributaria y rentabilidad en los Centros Comerciales de Lima Norte 2017”. Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32158/Meregildo_SML.pdf?sequence=1&isAllowed=y*

- Merino, G. C. (2018). CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO. TUMBES.*
- Montano, J. (s.f.). cultura tributaria. Obtenido de <https://www.lifeder.com/cultura-tributaria/>*
- Moreno, P. J. (recuperado:14/10/2022 de octubre de 2022). teoria de las mypes. <https://es.scribd.com>. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/249872720/Teoria-de-Mypes-y-Financiamiento>*
- MTPE, M. d. (2021). Guía sobre el régimen laboral de la micro y pequeña empresa. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2248797/guia_micro_pequena_empresa.pdf*
- Nina, C. J. (2016). CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO, CAPACITACION, RENTABILIDAD DE LA MYPE DULCYPAN EIRL., DEL RUBRO PANADERÍA PASTELERÍA DEL DISTRITO DE ATE-VITARTE 2015. LIMA - PERÚ.*
- Olivera, E. I. (2019). FINANCIAMIENTO, RENTABILIDAD Y TRIBUTACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA DEL RUBRO CONSTRUCCIÓN CASO: EMPRESA S&T CONTRATISTAS Y SERVICIOS MÚLTIPLES S.R.L. AYACUCHO, 2019. AYACUCHO – PERÚ.*
- Paredes, F. P. (2015). LA CULTURA TRIBUTARIA E INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA DE PERSONAS NATURALES EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS. GUAYAQUIL – ECUADOR.*

- Peña, L. (8 de 09 de 2020). *clasificación de la empresa, Billin*. Obtenido de <https://www.billin.net/blog/clasificacion-empresas/>
- Plasencia, J. I. (recup. 09-10-2019). *Teoria de Mypes y Financiamiento*.
- Portocarrero, P. S. (2016). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PANADERÍA Y PASTELERÍA CON PRODUCTOS EN BASE A SEMILLAS Y FRUTOS DE ORIGEN PERUANO, AREQUIPA - 2016. AREQUIPA - PERÚ*.
- PYMES, a. d. (2014). *ratios de rentabilidad*. file:///C:/Users/USER/Downloads/1045-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1541-1-10-20180817.pdf
- raisin. (s.f.). *raisin. clasificación de la rentabilidad*. Obtenido de <https://www.raisin.es/educacion-financiera/rentabilidad-que-es-tipos-y-como-se-calcula/>
- Ramírez V., F. X. (05 de agosto de 2015). *hipótesis*. Obtenido de <http://manualdelinvestigador.blogspot.com/2015/08/hipotesis-los-supuestos-de-la.html>
- Ramirez, C. V. (2009). *Cultura tributaria*. 111.
- Ramos, E. E. (24 de SETIEMBRE de 2016). *MEP, características de las mypes*. Obtenido de <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Ríos, A. S. (2009). *La panadería tradicional del Perú y sus expresiones plásticas. LIMA-PERÚ*.
- Romero Auqui, M. N., & Vargas Moreira, C. M. (2015). "La cultura tributaria y su incidencia en el incumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la bahía Mi Lindo Milagro del Cantón Milagro". *Universidad Estatal de*

Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales, Ecuador. Obtenido de

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/708/3/La%20cultura%20tributaria%20y%20su%20incidencia%20en%20el%20cumplimiento%20de%20las%20obligaciones%20en%20los%20comerciantes%20de%20la%20bah%C3%ADa%20E2%80%9CMi%20Lindo%20Milagro%20E2%80%9D%20del%20>

Sánchez, G. J. (s.f.). definiciones de la empresa. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Sandoval, A. A. (2021). CARACTERIZACIÓN DEL CONTROL INTERNO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA “COMERCIAL CELENDIN E.I.R.L.” – CHIMBOTE Y PROPUESTA DE MEJORA, 2019. Chimbote.

Santolaria, C. J. (2002). LOS RATIOS.

Santos, H. P. (2018). la cultura tributaria empresarial y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la empresa AGROMANA S.A.C., Lambayeque – 2016. Lambayeque (PIMENTEL) - Perú.

SAT. (2022). cultura tributaria. <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>. Obtenido de <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>

Schultz, T. W. (2008). TEORIA DEL CRECIMIENTO ECONOMICO Y RENTABILIDAD.

Significados. (2019). sectores economicos. Obtenido de <https://www.significados.com/sectores-economicos/>

- Solórzano, T. D. (s.f.). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. LIMA. Obtenido de [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Sosa, H. N. (octubre de 2021). *definiciones de la rentabilidad*. Obtenido de <https://economia.org/rentabilidad.php>
- Tadeo, F. O. (2018). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO PANADERÍAS EN LA PROVINCIA DE HUARAZ PERIODO – 2016*. HUARAZ – PERÚ.
- Torres, A. I. (2016). *LA RENTABILIDAD*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- Valero, J. E. (2017). *“INFLUENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA EN LA CULTURA TRIBUTARIA EN LAS PYMES DEL CENTRO COMERCIAL “GAMARRA HUANCA” – HUANCAYO, 2017”*; LIMA-PERÚ.
- Vanegas, C. Y. (2016). *Caracterización de cultura tributaria en estudiantes de grado noveno*. Bogotá-Colombia.
- VARGAS, N. K. (2015). *FACTORES QUE INCIDEN EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL IPSA, PERÍODO 2005 AL 2012*. PUERTO MONTT – CHILE.
- Westreicher, G. (15 de 08 de 2022). *teoria de la empresa*, Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-empresa.html>

Zamata, Z. R. (2017). *LA CULTURA TRIBUTARIA Y LA RESPONSABILIDAD TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, PUERTO MALDONADO 2016*. LIMA– PERÚ.

Zamora, T. A. (s.f.). *definiciones de la rentabilidad*. *Eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>

Zapata, R. F. (2017). *La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de los tributos en el Cantón Babahoyo, Provincia de los Ríos*. Babahoyo, Ecuador.

Zarate, A. R. (2017). *EL FINANCIAMIENTO, LA INNOVACION Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS FERRETERAS DEL DISTRITO DE AYACUCHO, 2017*. AYACUCHO.

7.2. Anexos:

7.2.1. Anexo 1: Modelos de fichas bibliográficas

| | |
|---|----------------------------|
| Autor a: ----- | Editorial: ----- |
| Título: ----- | Ciudad, país: ----- |
| Año: ----- | |
| Resumen del contenido: ----- ----- | |

| |
|-----------------------------------|
| Autor (A) ----- |
| Título ----- |
| Año ----- |
| Editorial o imprenta ----- |
| = Edición ----- |
| Traductor ----- |
| = de páginas ----- |

7.2.2. Anexo 2: Cuestionario de recojo de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO - ULADECH

Yo, **MARIBEL PARIONA CISNEROS**, con **DNI: 47477066**; actual estudiante de la universidad los Ángeles de Chimbote de la Carrera profesional de contabilidad del ciclo VIII, me presento ante Usted a fin de dar a conocer a mi proyecto de Tesis que lleva por título **“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO PANADERÍA Y PASTELERÍA MARCELINA, AYACUCHO – 2022”**, para lo cual espero su respuesta con total veracidad.

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | |
|----|---|-----------|----|
| | | SI | NO |
| 1 | ¿Considera que la cultura tributaria incide en la rentabilidad de su empresa? | X | |
| 2 | ¿conoce los beneficios de tributar? | | X |
| 3 | ¿Usted sabe cuál es la relación de la tributación con rentabilidad? | | X |
| 4 | ¿Sabe usted el destino de los tributos que desembolsa? | | X |
| 5 | ¿Sabe de los derechos y obligaciones que tiene ante un proceso de fiscalización? | | X |
| 6 | ¿Usted cumple con una correcta ejecución respecto a sus declaraciones mensuales? | X | |
| 7 | ¿Cree que la administración tributaria debería capacitar más sobre la cultura tributaria? | X | |

| | | | |
|----|--|----------|----------|
| 8 | ¿cree usted que hacen una buena recaudación de los tributos? | | X |
| 9 | ¿Considera el financiamiento como una ayuda en la rentabilidad del negocio? | X | |
| 10 | ¿Ud. percibe la rentabilidad económica de su micro empresa? | | X |
| 11 | ¿Cree que su negocio es rentable? | X | |
| 12 | ¿La determinación de la rentabilidad fue adecuado de acuerdo al financiamiento obtenido? | X | |
| 13 | ¿Considera que la capacitación mejora la rentabilidad y la competitividad de la empresa? | | X |
| 14 | ¿Cree que la rentabilidad mejoró en los últimos años? | X | |
| 15 | ¿La rentabilidad de su micro empresa es variable? | X | |

MUCHAS GRACIAS

7.2.3. Anexo 3: Consentimiento informado



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

Solicitado: Autorización para aplicar un Instrumento en la Contabilidad.

Señora: Marcelina Pariona Quispe

DUEÑA DE LA PANADERÍA Y PASTELERÍA MARCELINA.

Yo, **MARIBEL PARIONA CISNEROS**, con **DNI: 47477066**; actual estudiante de la Universidad los Ángeles de Chimbote de la Carrera Profesional de Contabilidad, sede Ayacucho, ante usted me presento y expongo lo siguiente:

Que, en cumplimiento de las normas académicas de la Universidad y con la finalidad de obtener el título profesional de contador público, solicito a su despacho, autorización para aplicar los instrumentos de evaluación referido a mi proyecto de Tesis que lleva por título **“LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL PERÚ: CASO PANADERÍA Y PASTELERÍA MARCELINA, AYACUCHO – 2022”**.

Esperando tu atención que merezca la presente, aprovecho la oportunidad para ofrecer mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

A blue ink signature of Maribel Pariona Cisneros, written in a cursive style, is placed over a light gray rectangular background.

Maribel Pariona Cisneros
DNI: 47477066

A blue ink signature of Marcelina Pariona Quispe, written in a cursive style, is placed over a light gray rectangular background. Below the signature, the number '28302630' is handwritten in blue ink.

Marcelina Pariona Quispe
DNI:28302630

PARIONA CISNEROS

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

10%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo