



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS NACIONALES,
CASO: “LICORERIA GARYS”

NUEVO CHIMBOTE, 2020

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR

SILVA CHÁVEZ, MÓNICA CECILIA

ORCID: 0000-0003-4305-9240

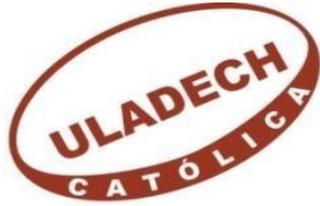
ASESOR

MONTANO BARBUDA, JULIO JAVIER

ORCID: 0000-0002-1620-5946

CHIMBOTE-PERU

2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS NACIONALES,
CASO: “LICORERIA GARYS”
NUEVO CHIMBOTE, 2020

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR

SILVA CHÁVEZ, MÓNICA CECILIA

ORCID: 0000-0003-4305-9240

ASESOR

MONTANO BARBUDA, JULIO JAVIER

ORCID: 0000-0002-1620-5946

CHIMBOTE-PERU

2022

Equipo de trabajo

AUTOR

Silva Chávez, Mónica Cecilia

ORCID ID 0000-0003-4305-9240

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote,
Perú

ASESOR

Montano Barbuda, Julio Javier

ORCID: 0000-0002-1620-5946

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú

JURADO

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemín, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Yepez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

Hoja de firma de jurado evaluador y asesor

DR. Espejo Chacón, Luis Fernando

PRESIDENTE

MGTR. Baila Gemín, Juan Marco

MIEMBRO

MGTR. Yopez Pretel, Nidia Erlinda

MIEMBRO

MGTR. Montano Barbuda, Julio Javier

ASESOR

Dedicatoria

A mi Madre por su apoyo incondicional a lo largo de este recorrido, gracias por su ejemplo, su empuje para no desistir, forjando en mis bases importantes.

A Aldo mi compañero de vida, gracias por su comprensión e invaluable apoyo.

A Felipe, Rodrigo y Dana, mis hijos, que me impulsan a continuar.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote 2020. El diseño de la investigación fue no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso. Los resultados: **Respecto al objetivo específico 01:** no existe un nivel de cultura tributaria establecida puesto que; no conocen la utilidad del pago de tributos, tienen un mínimo nivel de conocimiento sobre comprobantes de pago, la educación tributaria tiene un nexo directo con la formalización de las micro y pequeñas empresas, las normas no son claras y entendibles; consideran que la educación cívica y tributaria genera una conciencia tributaria en base a responsabilidades. **Respecto al objetivo específico 02:** el representante de la empresa refiere que, la educación tributaria debe darse desde la educación básica, dado que esto ayudaría a tener un mejor entendimiento sobre los beneficios del pago de tributos, considera que la conciencia tributaria está conectada directamente con la percepción de los servicios que brinda el estado; agrega que la SUNAT no brinda orientación de manera frecuente, por ende, su nivel de satisfacción es baja. **Respecto al objetivo específico 03:** no existe una comprensión clara y precisa tanto de las normas como del uso de lo recaudado, la entidad recaudadora no implementa programas de orientación claros y precisos a los contribuyentes, esto hace que se alejen aún más de esta responsabilidad. **Respecto al objetivo específico 04:** se realizaron propuestas de mejora.

Palabras clave: Cultura Tributaria, licorería, microempresas.

Abstract

The present investigation had as general objective: To identify the relevant factors of the Tax Culture of the micro and small national companies and the company "Licorería Garys". Nuevo Chimbote 2020. The research design was non-experimental, descriptive, bibliographic, documentary, and case study. The results: Regarding specific objective 01: there is no established level of tax culture since; They do not know the usefulness of paying taxes, they have a minimum level of knowledge about payment vouchers, tax education has a direct link with the formalization of micro and small businesses, the rules are not clear and understandable; consider that civic and tax education generates a tax awareness based on responsibilities. Regarding the specific objective 02: the representative of the company refers that, tax education should be given from basic education, since this would help to have a better understanding about the benefits of paying taxes, he considers that tax awareness is directly connected with the perception of the services provided by the state; He adds that SUNAT does not provide frequent guidance, therefore, their level of satisfaction is low. Regarding specific objective 03: there is no clear and precise understanding of both the rules and the use of the proceeds, the collecting entity does not implement clear and precise guidance programs for taxpayers, this makes them move away from this responsibility even more. Regarding specific objective 04: improvement proposals were made.

Keywords: tax culture, liquor store, microenterprises.

Contenido

Carátula	i
Contra carátula	ii
Equipo de trabajo	iii
Hoja de firma de jurado evaluador y asesor	iv
Dedicatoria	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Contenido	viii
Índice de cuadros	xi
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	5
2.1 Antecedentes	5
2.1.1 Internacionales.....	5
2.1.2 Nacionales	6
2.1.3 Regionales	9
2.1.4 Locales.....	10
2.2 Bases teóricas	13
2.2.1 Cultura Tributaria	13
2.2.2 Educación Tributaria	16
2.2.3 Conciencia Tributaria	17
2.2.4 Orientación y difusión tributaria	20
2.2.5 Teoría de la Empresa	21
2.2.6 Micro y pequeña empresa.....	22
2.2.7 Teoría del comercio	25
2.3 Marco conceptual	26
2.3.1 Definición de Cultura Tributaria	26
2.3.2 Definición de Micro y Pequeña Empresa.....	26
2.3.3 Definición de Comercio	27

2.3.4	Definición de Orientación y difusión	27
2.3.5	Definición de UIT.....	27
2.3.6	Definición de Educación Tributaria	27
2.3.7	Definición de Conciencia Tributaria	27
2.3.8	Descripción de la empresa.....	28
III.	Hipótesis.....	28
IV.	Metodología	28
4.1	Diseño de la investigación	28
4.2	Población y muestra	29
4.3	Definición y operacionalización de variables (ver página 31).....	29
4.4	Técnicas e instrumentos	32
4.4.1	técnicas	32
4.4.2	instrumentos	32
4.5	Plan de análisis.....	32
4.6	Matriz de consistencia.....	33
4.7	Principios éticos	33
V.	Resultados.....	34
5.1	Resultados	34
5.1.1.	Respecto al objetivo específico 01:	34
5.1.2	Respecto al objetivo específico 02	37
5.1.3	Respecto al objetivo específico 03	40
5.2	Análisis de resultados.....	43
5.2.1	Respecto al objetivo específico 01	43
5.2.2	Respecto al objetivo específico 02	44
5.2.3	Respecto al objetivo específico 03	45
VI.	Conclusiones	46
6.1	Respecto al objetivo específico 1	46
6.2	Respecto al objetivo específico 2.....	46
6.3	Respecto al objetivo específico 3.....	47
6.4	Respecto al objetivo específico 4.....	48
VII.	Aspectos Complementarios.....	49

Referencias bibliográficas	49
Anexo 01: CRONOGRAMA DE TRABAJO	55
Anexo 1: cronograma de trabajo	55
Anexo 02: matriz de consistencia	56
Anexo 03: Presupuesto.....	57
Anexo 04: instrumento de recolección de datos	58
Anexo 05: Cuestionario.....	60
Anexo 06: validación del instrumento de recolección de datos	64
Anexo 07: Consentimiento informado	71
Anexo 08: cuestionario aplicado	72

Índice de cuadros

Cuadro 01: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales.....	31
Cuadro 02: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.....	33
Cuadro 03: Realizar el análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.....	38

I. Introducción

La cultura tributaria es importante dentro de una sociedad, sin embargo, un problema generalizado es la falta de esta o el poco conocimiento que se tiene sobre este tema, dado que, no existen bases sólidas para formar una conciencia tributaria en los ciudadanos contribuyendo a que no todos sean responsables al momento de cumplir con el pago de tributos, asimismo, la falta de transparencia de las entidades gubernamentales no permite saber en que se utilizan e invierten los impuestos que se paga, contribuyendo a generar desconfianza y cierto rechazo del ciudadano frente al estado, sin embargo, el estado responde que estas contribuciones, son para un bien común, que, se redistribuye en bienes y servicios que demanda la sociedad; pero, no siempre es así, en muchas ocasiones la falta de educación y orientación sobre este tema en particular hace que sea mucho más difícil la recaudación; por otro lado se observa en muchas ocasiones la corrupción que aqueja al país y esto no permite que lo recaudado cubra, las necesidades que la población requiere, sobre todo en las zonas más alejada del país quedando totalmente vulnerable, a la vez es importante comprender que en su mayoría los microempresarios consideran que no es un sistema tributario justo, o en todo caso lo es solo para el papel; entienden que las normas no son realmente favorables al pequeño empresario, generando así la baja recaudación de los tributos. (Amasifuén, 2016)

Para entender cómo se genera esta problemática en España, la revista (Expansión, 2019) refiere: *“En la práctica, las grandes empresas españolas abonan menos impuestos que las pymes. La norma establece que las empresas consideradas de reducida dimensión, las pymes, soportarán un tipo del 25% gravado sobre sus beneficios en el Impuesto de Sociedades”*. Por el contrario, para las grandes empresas

el aumento sería de hasta el 30%; pero nada más lejano a lo real puesto que, en realidad lo que pagan las grandes empresas se encuentra entre el 16 y 17%; y las micro empresas pagan alrededor del 20%, asimismo las transnacionales han conseguido pagar hasta menos del 10%; uno de los factores principales para esto es; que al contar con mayores recursos pueden pagar “expertos” en tributos, abogados y especialistas en economía que estudian las leyes a detalle y buscan vacíos para sacarle la vuelta a la ley, permitiendo que estas tengan mayor ventaja referido a lo tributario esto no se considera como fraude sino como “eficiencia fiscal”.

Comprendiendo que, esta problemática está generalizada a nivel global, en el país se necesita un sistema tributario justo que no sea flexible con las grandes empresas y les exija el pago de sus responsabilidades para con el estado de manera constante y oportuna, así como se le exige a la micro y pequeñas empresas que muchas veces se ve afectada su economía ya sea por el pago de alquileres, personal, préstamos, etc. (Gil & Zapata, 2017)

Es por esto que muchas de las pequeñas y micro empresas busquen la manera de no tributar o pagar sus impuestos valiéndose de argucias para no cumplir con el estado, pero se debe tener en cuenta algunos casos que caen en esta situación por desconocimiento, falta de orientación de parte de la SUNAT o una mala interpretación del código tributario. (Amasifuén, 2016)

Haciendo una visualización en países de nuestra región; el país hermano de Ecuador, establece que el pago de tributos es un deber fundamental que se encuentra establecido por ley; *“la cultura tributaria es el camino que todos los estados de los países buscan por medio de la educación, concientización y participación del ciudadano en colaborar con los impuestos para cubrir el presupuesto nacional”* (Quispe et al., 2020)

p.159), esto despierta un interés no solo general sino se torna político, financiero y ético.

El principal ingreso en el Perú está sustentado en la recaudación tributaria para poder cubrir el gasto público y las demandas de la población, queda evidenciado que, es frecuente que, en su mayoría los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias debido a distintos motivos entre ellos; *“la falta de cultura tributaria, bajo nivel de presión tributaria, procesos formales y engorrosos, la falta de información y orientación por parte de la administración tributaria incurriendo así en prácticas alusivas de evasiones tributarias”* (Tardío & Saravia, 2017, p.25)

Asimismo, otro de los problemas principales para la falta de conciencia tributaria se debe a que los gobiernos (regionales y municipales) no transparentan sus presupuestos y gastos; contribuyendo de esta manera a que muchos de los contribuyentes dejen de hacerlo, debido a los casos de corrupción y malos manejos que se ve en los funcionarios, por el contrario, si la información que se maneja se transparentara de manera correcta, veraz y real contribuiría a un mejoramiento de la recaudación fiscal. (Estevez & Rocafuerte, 2018)

Por lo anterior expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:
¿Cuáles son los factores relevantes de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales, caso: “Licorería Garys” Nuevo Chimbote, 2020?

Para dar respuesta al enunciado planteado se propuso el siguiente objetivo general:

Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

Para absolver el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales.
2. Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.
3. Realizar un análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.
4. Realizar la propuesta de mejora de los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

La presente investigación estuvo enfocada en identificar los diversos factores por los cuales las micro y pequeñas empresas en su mayoría no tributan o tributan a medias ya que, es un problema social que nos aqueja desde siempre. Esto nos permitió proponer mejoras para los factores más relevantes que afectan la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas, en particular de la empresa de estudio. Esto contribuirá a la mejora del sistema tributario por ende al desarrollo del país. Finalmente, la investigación también se justifica porque me permitirá acceder a mi título en la especialidad de contabilidad; lo que a su vez accederá a que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, mejore sus estándares de calidad por la nueva ley Universitaria. El diseño que se utilizó en el desarrollo de la investigación fue de tipo cualitativo, descriptivo, bibliográfico y documental y de caso. Se utilizó la técnica de recolección de datos en base a una entrevista al empresario y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario elaborado de manera autónoma.

La población de la investigación fueron las micro y pequeñas empresas del Perú y como muestra se tomó a la empresa “Licorería Garys”, Nuevo Chimbote, 2020.

De los resultados obtenidos se concluye que; no existe una educación tributaria establecida en nuestro país, esta se debería implementar en los tres niveles educativos con cursos de contenido tributario y recaudación fiscal, para generar una mejor comprensión sobre el porqué se da el pago de los impuestos, cual es el beneficio que estos pagos generan, llegando así a consolidar y formar una conciencia tributaria en los contribuyentes, asimismo, el ente recaudador debe fortalecer esta herramienta con capacitaciones y programas que informen de manera clara y precisa sobre las categorías en las cuales deben estar registrados esta información se debe brindar no solo en su plataforma virtual puesto que no todos tienen acceso a la tecnología e internet debido a la desigualdad de nuestra sociedad, sino también en la TV de señal abierta y radiodifusión.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

Luego de revisar algunas bibliografías para poder desarrollar el presente trabajo de investigación, se encontraron algunos trabajos similares como los que se nombraran:

2.1.1 Internacionales

García (2017), en su tesis titulada: Impacto de la falta de Cultura Tributaria de los contribuyentes en el Recreo-Ecuador; fue realizado en la ciudadela el Recreo, de la ciudad de Durán, el objetivo consistió en el diseño de una guía para aquellas personas que no cuentan con conocimientos tributarios y de esta manera ayudar a la recaudación del país. Para el estudio se empleó un método de investigación cuantitativa, porque se basa en datos estadístico realizados por medio de encuestas el cual permitió tener datos reales de la situación en la que

se encontraban los contribuyentes y en base a esas respuestas elaboré la guía tributaria para que con ella puedan cumplir con sus obligaciones en su totalidad, evitándoles sanciones y clausuras por parte de la entidad fiscal. Con el desarrollo de esta investigación fue necesario medir el impacto que tiene la falta de cultura tributaria en los negocios ubicados en la ciudadela el recreo; conforme a las leyes y reglamentos con las que se rige el servicio de rentas internas como son: ley orgánica de régimen tributario interno, los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios. Esta investigación se compone de cuatro capítulos estructurados de la siguiente manera; el primer capítulo está el planteamiento del problema que es el motivo por el cual se desarrolla la investigación; el segundo capítulo abarca todo en cuanto a teorías existente relacionadas con la propuesta de la realización de una guía tributaria; el tercer capítulo trata de la metodología empleada mediante encuestas realizadas a los dueños de negocios ubicados en la ciudadela el recreo datos que fueron analizados y que sirvieron de base para el desarrollo de la propuesta; el cuarto y último capítulo es donde se desarrolla la propuesta de la creación de una guía tributaria, el cual contiene todo lo que un contribuyente necesita saber para la realización de sus obligaciones tributarias desde cómo obtener su RUC hasta como realizar sus declaraciones. Finalizando con las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de investigación.

2.1.2 Nacionales

En este informe de investigación se entiende por antecedentes nacionales a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier ciudad del

Perú, menos en la región Ancash que hayan utilizado la misma variable y unidades de análisis de nuestra investigación.

Puel (2018), En su tesis titulada: “Educación tributaria y formalización periodo 2018”, la misma que tuvo como objetivo general determinar el impacto de la educación tributaria en la formalización de las mypes del emporio comercial de Gamarra en el periodo 2018, el trabajo de investigación es cuantitativo, de diseño no experimental, asimismo la muestra estuvo conformada por 379 mypes del emporio comercial de Gamarra, la técnica de recolección de datos utilizada para ambas variables en estudio fue la encuesta y el instrumento de recolección el cuestionario, El estudio fue realizado por la teoría de Armas (2015) para la primera variable que corresponde a la educación tributaria y por otro lado los conocimientos aplicables de Thompson, Gamble y Peteraf (2012) para la variable formalización. De los resultados se llegó a **concluir** que existe impacto significativo entre la Educación Tributaria y la formalización de las empresas en el periodo 2018, ya que el valor de la significancia asintótica es de 0.00, el cual es menor a 0.05, esto obtenido por la prueba estadística Rho de Spearman, se determinó que el 90.5% de los encuestados presentan un nivel de educación tributaria inadecuado, los mismos que perjudican en la formalización de las mypes.

Romero (2020), en su tesis titulada “La Educación Tributaria y el cumplimiento de las Obligaciones tributarias de las Mypes del distrito de Huayucachi del año 2020”, este trabajo de investigación se realizó teniendo el **objeto** de determinar la relación que existe entre la educación tributaria con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dicho distrito, así mismo conocer cómo se relacionan los conocimiento, capacidades y actitudes de las

Mypes referente a cumplir con sus obligaciones formales y sustanciales del distrito en mención. El marco teórico del trabajo de investigación contiene antecedentes internacionales y nacionales que tienen relación con el tema investigado, también se encuentra las definiciones y conceptos de los temas a tratar. Para el desarrollo del estudio el tipo de investigación que se aplico es la investigación aplicada, nivel descriptivo y el método el inductivo-deductivo. Para el estudio el instrumento que se aplico fue la encuesta conformada por 30 items, que fue aplicada a una muestra de 74 Mypes, teniendo como población total de 235 Mypes que conforman el distrito de Huayucachi. Los resultados del trabajo realizado nos permitieron llegar a la conclusión que existe entre la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de la Mypes del distrito de Huayucachi del año 2020 es directa y significativa. Demostrado según la prueba de hipótesis, para lo cual, se utilizó la prueba del chi cuadrado que muestra una asociación $p = 0.000 < 0.05$ siendo una relación significativa, determinando que la investigación tiene 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse y sólo 5% en contra. **Se concluye** que el bajo conocimiento de la educación tributaria repercute negativamente relacionado al cumplir sus diversas obligaciones tributarias y se recomienda Implementar con mayor frecuencia, actividades con el fin de brindar educación, difundir conocimientos e informaciones en temas tributarios y efectuar programas dirigidos exclusivamente a **microempresarios**.

Rosales & Córdova (2020), en su tesis titulada: “Programa de difusión tributaria SUNAT y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes provincia Barranca 2018”, tuvo como objetivo primordial determinar en qué medida el programa de difusión tributaria SUNAT, incide en

el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes provincia Barranca 2018. El tipo de investigación utilizada es aplicada, nivel de investigación correlacional, diseño de la Investigación es no experimental de corte transversal. Como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de 25 preguntas que fueron realizadas a 361 comerciantes de la provincia de Barranca. La información fue procesada en el software SPSS 22, aplicando estadística inferencial no paramétrico a la Prueba de Rho Spearman, donde se aprecia una correlación de $r= 0.522$, entre las variables programa de difusión tributaria SUNAT y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes, siendo una correlación positiva moderada. Se determinó que el 52% de los comerciantes de la “provincia de Barranca”, calificaron a los programas de difusión tributaria SUNAT, en un grado medio, por otro lado, el estudio mostró que el 87% de los comerciantes cumplen con sus obligaciones tributarias. De manera que los programas tributarios han llegado por diferentes medios que la SUNAT ha difundido, el cual les permitió cumplir con sus deberes correctamente, además de mostrar el interés por más difusión de estos programas que SUNAT organiza, de modo que, a mayor programa tributario, será mayor el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.1.3 Regionales

En este informe de investigación se entiende por antecedentes regionales a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier ciudad de la región Ancash, menos en la ciudad de Chimbote, que hayan utilizado la misma variable y unidades de análisis de nuestra investigación.

Broncano (2018), en su tesis titulada: “Cultura tributaria y su relación con el conocimiento del Régimen Mype Tributario de las empresas comerciales del

cercado de Huaraz 2018”. con el objetivo de determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el conocimiento del Régimen Mype. La investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, de corte transversal y correlacional; asimismo, la población estuvo conformado con un total de 900 empresas; con una muestra representada por 87 empresas elegidos por muestreo no probabilístico por conveniencia, y el instrumento de recolección datos utilizado fue el cuestionario, los resultados obtenidos mostraron que 36.8% tiene una baja cultura tributaria, porque muchas de las empresas desconocen de este nuevo régimen a pesar de que es bastante beneficioso en cuanto a los pagos. Por lo tanto, a mayor cultura tributaria mayor es el conocimiento al RMT. La comprobación de hipótesis se realizó mediante la prueba chi cuadrado, obteniendo un valor 76.298; “Existe relación significativa entre la cultura tributaria y el conocimiento del Régimen Mype Tributario de las empresas del cercado de Huaraz, 2018.”

2.1.4 Locales

En este informe de investigación se entiende por antecedentes locales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier parte de la ciudad de Chimbote, sobre aspectos relacionados con nuestra variable y unidades de análisis.

Díaz (2016), en su tesis titulada: Caracterización de la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Ferretería Katherine Chimbote 2016; tuvo como **objetivo** general: describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa Ferretería Katherine de Chimbote,

2016. **El diseño de investigación** fue: no experimental–descriptivo–bibliográfico-documental y de caso; para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas y mediante la técnica de la entrevista a la gerente de la empresa del caso de estudio; obteniendo los siguientes **resultados**: las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú son las siguientes: la mayoría no tiene suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia; asimismo, en su mayoría son informales, no pagan tributos, no entregan ni exigen comprobantes de pago, generando evasión tributaria; en consecuencia, las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria. Respecto a las características de la cultura tributaria de la empresa del caso de estudio, son las siguientes: no tiene suficientes conocimientos tributarios, percepción desfavorable a la tributación, actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta tributaria de cumplimiento por obligación; es decir, no tiene educación tributaria y no busca capacitarse al respecto, su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y la carga tributaria que considera excesiva influyen desfavorablemente en la conciencia, la empresa es formal, paga tributos, entrega y exige comprobantes de pago, pero su conducta no es producto de una conciencia tributaria, sino el interés es el de evitar sanciones legales; por lo tanto, no tiene una aceptable cultura tributaria.

Huaraz (2018), en su tesis titulada: Conciencia tributaria de los contribuyentes de la Municipalidad provincial del Santa, 2018. El presente trabajo de investigación tuvo como propósito describir el nivel de conciencia tributaria de los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa, 2018, esto en una población de 400 ciudadanos y en una muestra no probabilística de 40 ciudadanos que acuden a pagar sus impuestos. El diseño de la investigación es descriptivo simple. Para el recojo de los datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 22 ítems con respuesta del tipo Escala de Likert (Bastante 4, regular 3, muy poco 2 y nada 1) la confiabilidad del instrumento es buena y fue determinada por medio d la prueba estadística de Alfa d Cronbach ($\alpha = 0,88$), su validez a criterio de juicio de expertos. Y, para el análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva y el método interpretativo, obteniéndose como **conclusiones**: Existe muy poca conciencia tributaria en los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa, 2018, así como: que existe muy poco cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa, 2018, con un 48%, además existe muy poco pago de tributos de los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa, 2018, con un 50% y también existe muy poca motivación en el cumplimiento tributario de los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa, 2018, con un 50%.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Cultura Tributaria

La importancia y necesidad de percibir impuestos para cumplir con las demandas de la población ha estado presente en el avance del país en todas sus formas. Para que esto funcione correctamente y de manera adecuada se debe sentar bases para formar una cultura tributaria sólida, solo así se fortalecerá el sistema tributario, según (Amasifuén, 2016), *“Con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado”* (p.75); la razón fundamental para tributar es brindar los medios primordiales al país para que cumpla con su función principal que es garantizar y prever los servicios públicos de manera eficiente.

El pago de tributos se remonta a los primeros siglos de existencia de la humanidad casi en conjunto con la aparición de los estados y por ende de la propiedad privada; *“En Perú, muchas personas de negocios, e incluso particulares, no tienen conocimientos tributarios claros, piensan que los recursos pagados no son invertidos en lo prometido”*. (Cabrera, et al., 2021 p.206) Se debe interiorizar los deberes tributarios en los ciudadanos para que cumplan de manera voluntaria con el pago de tributos, puesto que, esto acarrea un beneficio común, asimismo, el estado debe hacer una proyección de la redistribución de los recursos y que esta se concrete de manera competente y transparente para que llegue a toda la población y se visualice mediante proyectos culminados. No obstante, siempre existen quienes le sacan la vuelta a la norma y una forma de no cumplir con esta es, no exigir boleta o factura para obtener un “descuento”; (Amasifuen, 2016), considera que; *“la no*

exigencia del comprobante de pago para obtener una rebaja en el precio, o simplemente resulta indiferente; otro es la obtención de ganancias ilícitas, sorprendiendo la buena fe de la Administración Tributaria mediante la simulación de documentos a favor” (p.88), comprando facturas para evitar pagar IGV, esta acción ilegal está penada hasta con 12 años privativos de la libertad; es por casos como estos que se vuelve fundamental la educación tributaria.

Los principios tributarios proceden de un sistema tributario establecido en una sociedad, (Molina, 2018) expresa; *“el régimen tributario forma parte de esa estructura jurídica que permite un desarrollo colectivo, económico y jurídico de la sociedad; por eso, resulta importante determinar principios constitucionales dentro del sistema tributario, mismos que tienen la finalidad de redistribuir la riqueza”* (p.12); la cultura tributaria sienta las bases de origen para el recaudo y el soporte del país, porque está contenida por valores y conductas de una comunidad.

Los principios de la tributación, son los que guían la teoría, los más importantes son:

- Principio de igualdad: todos debemos ser tratados sin discriminación ya sea por su condición racial, sexual o social. No existen los privilegios dentro del derecho tributario aquí se determina la capacidad contributiva donde se aplica el hecho que genera la obligación, todos debemos pagar impuestos según lo establezca la ley.
- Principio de legalidad: entendemos que el estado delimita el campo y la legitimidad para imponer los tributos ya que no cualquier ente lo puede hacer

solo aquel que tiene la potestad y están autorizados por ley y con esto se garantiza los derechos de toda sociedad.

- Principio de proporcionalidad: existe relación proporcional entre el tributo y la capacidad contributiva.
- Principio de no confiscatoriedad: la propiedad es un bien que potencia la vida del ser humano, el estado garantiza que no se puede atentar contra el derecho a la propiedad ya que si se viola este derecho se estaría confiscando el bien y el pago de un impuesto no equivale al precio total del bien. El tributo no puede exceder la capacidad contributiva del contribuyente.
- Principio de Suficiencia: capacidad de recaudar lo suficiente para solventar el gasto del estado.

Los tributos se clasifican en:

- A) Impuesto: lo que se paga al estado para poder solventar los gastos de la población.
- B) Tasa: es un derecho que se paga por un servicio prestado.
- C) Contribuciones especiales o de mejora: sirve para la mejora de centros educativos, carreteras, puestos de salud, etc.
- D) Potestad tributaria; “La potestad tributaria constituye el poder que tiene el Estado para imponer a los particulares el pago de los tributos, el cual no puede ser ejercido de manera discrecional o, dado el caso, de forma arbitraria”.

Normas generales del derecho tributario nacional:

En el Perú el sistema tributario es un conjunto de normas e instituciones que regulan las relaciones procedentes de la aplicación de tributos en el país. Se

rige bajo el Decreto Legislativo No 771 (enero de 1974), denominado como la Ley Marco del Sistema Tributario Nacional y tiene sus modificatorias y normas conexas hasta la fecha.

2.2.2 Educación Tributaria

Una herramienta primordial para la concientización de la población referente al pago de sus tributos, es la educación tributaria, la tarea debe tener como base principal la educación básica (primaria y secundaria), que debe proveer de información veraz, real y entendible para la formación de una conciencia tributaria en la población desde temprana edad, haciendo de su conocimiento la importancia y la finalidad de la recaudación. (Cárdenas, 2020) manifiesta;

Se puntualiza la necesidad de educar y fomentar la conciencia tributaria, siendo estratégicamente necesario partir desde los niveles de la educación básica regular, todo ello unido a recuperar la formación en valores de los ciudadanos. En tal sentido, corresponde a la Administración Tributaria en cooperación con los centros educativos asumir el compromiso de formar ciudadanos a mediano plazo capaces de hacer cumplir reglas de convivencia relacionados a la tributación. (p.244)

Este problema esta generalizado en el Perú desde hace muchos años, y no es solo por la falta de interés de las autoridades en cuanto a la educación, sino también por los mismos ciudadanos que poco o nada parece interesarles la situación, *“El origen del problema radica básicamente en la carencia de una educación cívica tributaria, que no se da en los hogares ni en los colegios”* (Espinoza, 2017), establecer una cultura tributaria no es tarea fácil, pues requiere la convergencia de los órganos de políticas de control con las políticas de carácter educativo.

A través de la problemática ocasionada por la deficiencia en la educación sobre este punto, LA SUNAT ha implantado un programa educativo cuya finalidad es brindar información sobre bienes y servicios públicos, el pago de los tributos y su relación con el desarrollo del país; esta iniciativa pretende motivar la reflexión tributaria en el público en general. (Guzmán, 2017)

Para solucionar esta dificultad, la SUNAT se ha propuesto colaborar al modelamiento de una nueva y mejor ciudadanía cimentada en la práctica generalizada y activa de sus obligaciones; y en el acogimiento de un mínimo de los principios éticos, ofreciendo a los docentes capacitaciones constantes sobre temas tributarios (importancia del Estado frente a la recaudación de tributos), pero, sin embargo, estos son todavía muy escasos ya que aún existe la informalidad, la elusión y la evasión; y la realidad de los bienes y servicios públicos deficientes que el Estado ofrece. (Espinoza, 2017)

2.2.3 Conciencia Tributaria

Si bien es cierto la conciencia está sujeta a lo que se percibe en nuestro ámbito, al presenciar malos manejos, actos de corrupción; se genera rechazo y desconfianza hacia las entidades del estado, reduciéndose considerablemente la recaudación fiscal. Se tiene la ardua labor de interiorizar los deberes tributarios en los ciudadanos para que se cumpla de manera voluntaria con el pago de tributos, pero, para que esto suceda tiene que haber cambios sustanciales dentro de los organismos estatales, para brindar confianza, dado que, a mayor cumplimiento, mayor recaudación, por ende, un mayor beneficio para el estado. (SUNAT, 2020)

Para contribuir al recaudo óptimo de los tributos, se han implementado y creado programas con beneficios para los contribuyentes aún, si estos aumentan los costos de recaudación si es que no se aplican de manera correcta.

Los beneficios tributarios constituyen incentivos, otorgados por el Estado con la finalidad de ayudar a conseguir objetivos económicos y sociales que incrementen el crecimiento y el desarrollo del país. No obstante, cabe mencionar que la aplicación de estos beneficios disminuye la eficiencia recaudatoria, aumenta los costos de recaudación y, de no ser aplicadas correctamente, pueden reducir la equidad y transparencia del sistema tributario. A pesar de sus efectos negativos para el fisco, en un gran número de países se aplica este tipo de herramientas. (Mendoza, 2019)

Existe un programa de facilidades y beneficios que otorga la SUNAT, si es que cumples con algunos requisitos, puedes acceder a algunos; (Guzmán, 2017) agrega; cuales son:

1. Cronograma especial

- ✓ Facilidad para declarar y pagar obligaciones mensuales de acuerdo a un cronograma especial.

2. Sin retenciones

- ✓ No se les efectuarán retenciones del **Impuesto General a las Ventas** a los contribuyentes que estén en esta lista.

3. Fraccionamiento de deudas

- ✓ Atención preferente en la tramitación de la solicitud de fraccionamiento y/o aplazamiento de la deuda, así como acceso sin garantías al fraccionamiento y/o aplazamiento sin importar el monto de la deuda que se acoja.

4. Saldos a favor

- ✓ Atención preferente en la tramitación de las solicitudes de devolución que presenten y sin que se requiera ofrecer garantías tratándose de: Régimen General de Recuperación Anticipada del Impuesto General a las Ventas e Impuesto de Promoción Municipal y Saldos a Favor.

5. Devoluciones

- ✓ Atención preferente de la devolución de pagos indebidos o en exceso de los tributos administrados y/o recaudados por la SUNAT sin la necesidad de garantías y en el plazo de un día hábil siguiente a la fecha de presentación de la solicitud de devolución.
- ✓ No están comprendidos en este beneficio los tributos vinculados a ESSALUD y ONP.

6. Atención preferente

- ✓ Atención preferente en todos los servicios ofrecidos en los Centros de Servicios al Contribuyente de la dependencia a que pertenece el Buen Contribuyente y en las oficinas de la SUNAT de la jurisdicción a la que corresponde el domicilio fiscal.

Beneficios tributarios Mendoza, (2019); menciona los más conocidos:

- Exoneración: una actividad o sector que inicialmente debería estar gravado es excluido de pagar un tributo por un periodo determinado (usualmente en años).

- Inafectación: similar a la exoneración, pero la exclusión de pago es indefinida, lo que significa en la práctica que la actividad/sector queda permanentemente fuera del ámbito del tributo (inafecto).
- Deducción (o créditos): no hay exclusión del tributo, pero el contribuyente puede reducir la base imponible (por ejemplo, valor de ventas o utilidades) sobre la cual tributa.
- Tasa diferenciada: la actividad/sector está aún gravada, pero se le aplica una tasa diferente (menor) a la del resto de contribuyentes.
- Diferimiento: no hay exclusión del tributo, pero el contribuyente puede aplazar el pago.
- Devolución: el tributo pagado es recuperado, parcial o totalmente, por el contribuyente (por ejemplo, la devolución del IGV pagado por exportadores).

2.2.4 Orientación y difusión tributaria

Uno de los factores importantes para la recaudación fiscal es la orientación que el contribuyente reciba, es por esto que el TUO (Texto Único Ordenado del Código Tributario) en el art. 84 – ORIENTACION AL CONTRIBUYENTE, indica que; “La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente” (p.86), siendo parte importante como herramienta para ayudar al contribuyente a cumplir con sus deberes. (SUNAT, 2020)

Sin embargo, esto no es del todo real, puesto que, en muchos casos esta información no se difunde correctamente y esto trae como consecuencia una falta de compromiso del contribuyente; en el año 2020 por la situación que se vivió en medio de la pandemia generada por el COVID-19, se ampliaron

plataformas virtuales y se abrieron varias páginas relacionadas directamente con la SUNAT para ayudar y facilitar en los muchos procesos (declaraciones, pagos, etc).

Si bien es cierto hoy tenemos una SUNAT más virtual, no descuidemos otros factores claves de la gestión de orientación tributaria, como por ejemplo la asistencia a los contribuyentes que por razones de edad o discapacidad ameritan una atención esmerada y ética de los servidores y funcionarios de la administración tributaria. (Guzmán, 2017)

Los ciudadanos se van adecuando poco a poco a los cambios de la SUNAT virtual, pero, se debe seguir utilizando la propaganda física como dípticos, volantes y cualquier otra forma de comunicación escrita que complemente lo publicado en la página web de la SUNAT, los adultos en su mayoría al no estar familiarizados con la tecnología prefieren enterarse de las novedades tributarias a través de medios impresos, radio y/o televisión. Es por esto que, LA SUNAT debe invertir más en orientación y difusión tributaria para enfrentar la baja recaudación. (Espinoza, 2017)

2.2.5 Teoría de la Empresa

En muchas ocasiones se tiene un concepto limitado de lo que es una empresa, sin embargo, las empresas forman parte fundamental dentro de un estado porque, contribuye al desarrollo de su economía y por ende al de su sociedad, podemos definirla de la siguiente manera.

Agente económico que, por medio de un plan o programa, combina con eficacia y eficiencia factores productivos para producir bienes y servicios para el mercado, ordenados bajo una estructura organizativa, compuesta por una o

más unidades dirigidas sobre la base de cierta propiedad y control, con el ánimo de alcanzar determinados objetivos, entre los que se destaca el beneficio empresarial. (Mata, et al. 2018 p.212)

Estas organizaciones pueden tener un larga o corta existencia teniendo el propósito de alcanzar beneficios económicos por la satisfacción de las necesidades de un mercado; estas están a cargo del empresario que, está representada por una persona jurídica o natural. (SUNAT, 2020)

Para entender que se proponen las empresas, tenemos otra visión a fin de explicar desde otra perspectiva; (García, 2019) postula; *“dentro de la gestión empresarial que sitúa al individuo como centro rector de la organización, como principal activo en cuya información, conocimiento y experiencia se sustenta para aumentar su capacidad competitiva y el perfeccionamiento de sus resultados”*, teniendo en cuenta estos dos puntos de vista se concluye que, la empresa en general es una organización no solo con fines de transformación de materia prima sino también satisfacer las necesidades de la sociedad con lo cual conseguirán sus objetivos y así aseguran su continuidad productivo-comercial.

2.2.6 Micro y pequeña empresa

La micro y pequeñas empresas son primordiales dentro de la sociedad porque, coopera y dinamiza la economía de un país, puesto que, generan puestos de trabajo y hacen que el “mercado” sea más activo. Actualmente en el país uno de los problemas fundamentales es la falta de empleo, es aquí donde el estado obtiene un rol promotor para la formalización de estas fuentes de empleo, respetando el principio de igualdad, es por esto que el estado establece un

marco normativo para la promoción de las Micro y pequeñas empresas, para que sus costos laborales y de transacción, pero sobre todo su carga tributaria no frene su crecimiento. La micro empresa ha demostrado a lo largo del tiempo y en la mayoría de países (desarrollados y en vías de desarrollo) que es un componente importante de la economía, y en muchos casos, es la base de las medianas y grandes empresas. Con la ley 28015 promulgada el 03 de julio del 2003, se permite la formalización de las micro y pequeñas empresas; que puede estar constituida por una persona jurídica, natural o bajo cualquier forma de organización contemplada en la legislación vigente. (Tello, 2014)

Se modifica el 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”. 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”. En los últimos años el número de empresas formales de este segmento se ha incrementado a un ritmo promedio anual de 7,2%. Sin embargo, debido a la emergencia sanitaria que se vive debido a la pandemia muchas de ellas quebraron o se vieron afectadas seriamente, asimismo; persiste aún un alto porcentaje de informalidad, ya que el 48.4% de las MYPE no están inscritas en SUNAT. (INEI, 2019)

Si bien es cierto que las pequeñas empresas se van formalizando poco a poco, se necesita que la mayoría se formalice por no decir todas. Entendemos que las pequeñas empresas constituyen un 99.5% de la economía del país, siendo el 96.2% micro, el 3.2% pequeña y el 0.1% mediana empresa la mayoría que es

el 87.6% se dedica al comercio y la prestación de servicios y el 12.4% a la actividad de manufactura, construcción, agraria, pesca y minería entre otros. (Ministerio de la Producción, 2019)

“Para los gobiernos y la sociedad, la formalización de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas guarda una estrecha correlación con un entorno empresarial propicio, el crecimiento económico y la mejora de las condiciones de trabajo” (OTI, 2017).

- Se puede establecer como persona jurídica (empresas), vía Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas de SUNARP.
- Se puede asociar para obtener acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Se obtiene facilidades del Estado para participar en ferias y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuenta con un mecanismo sencilla y rápida para realizar exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Puede concursar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

Anteriormente, la diferencia entre micro, pequeña y mediana empresa se establecía considerando el número de trabajadores y el nivel de ventas anuales (medido en Unidades Impositivas Tributarias-UIT), sin embargo, con la puesta en vigencia de esta nueva ley, la diferenciación se hace únicamente por el nivel de ventas anuales. (SUNAT, 2020)

Teniendo en cuenta esto, la normativa legal dicta que:

- Microempresa a aquella cuyas ventas anuales no exceden de 150 UIT (unidad impositiva tributaria).

- Pequeña Empresa a aquella cuyas ventas anuales sobrepasan las 150 UIT, pero no exceden de 1,700 UIT (unidad impositiva tributaria).
- Mediana Empresa a aquella cuyas ventas anuales sobrepasan las 1,700 UIT, pero no exceden de 2,300 UIT (unidad impositiva tributaria).

2.2.7 Teoría del comercio

El comercio en el Perú se remonta muchos siglos atrás, incluso antes de la llegada de los españoles a América, acá se había instalado el intercambio; en Europa se manejaba la moneda; en este proceso, no solo se intercambian productos, sino además se contactan las culturas, se desarrolla la tecnología, surge la ambición y el afán de dominación, unas culturas se imponen sobre las otras y nos damos cuenta que el ser humano es comerciante desde siempre. Este intercambio ha servido para el desarrollo de países siendo esta una actividad que se dedica a la compra y venta de productos para su uso o transformación; asimismo, el comercio se ha visto favorecido por la diversidad de productos existentes y las necesidades de la población. (González, 2021)

Existen diferentes tipos de comercio:

- Mayorista, conocido como “al mayor” o “al por mayor”. Involucra la venta de grandes cantidades de mercadería, está destinado a la industria que la empleará como materia prima de un proceso secundario que a su vez arrojará bienes comerciables.
- Minorista, conocido como “al por menor”, “al detalle” o “al detal”; es el intercambio entre el vendedor y un comprador que viene a ser el consumidor final de la mercancía. suele ser la venta de artículos en pequeñas cantidades.

- Interior, cuando se realiza dentro de un mismo país o comunidad empleando una misma moneda.
- Exterior, es cuando se realiza a nivel internacional es decir diferentes países y se rige por un código internacional.
- Terrestre, marítimo y aéreo; diferentes modos intercambio de mercadería que son trasladados por vehículos terrestres, navales o aéreos.
- Electrónico, nacido a la luz de Internet y de la globalización, que permite la compra y venta con personas en países distantes, utilizando variados instrumentos digitales para el pago y la comunicación.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Definición de Cultura Tributaria

(SUNAT, 2020) refiere; 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.

2.3.2 Definición de Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE. (Emprender, 2019)

2.3.3 Definición de Comercio

Cuando se habla sobre qué es el comercio, se refiere a toda actividad que involucra el intercambio de bienes o servicios a través de la compra y venta, donde el vendedor y el comprador se benefician e intervienen otros elementos intermedios que se involucran en el proceso. (SUNAT, 2020)

2.3.4 Definición de Orientación y difusión

La difusión obliga a distinguir el anticipo y el pago del impuesto, porque el verdadero contribuyente no es el que satisface la cuota, sino aquél sobre quien recae, en definitiva. La orientación brinda una ayuda directa al ser humano en establecerse en el ámbito educativo u ocupacional y a efectuar las responsabilidades que tiene como individuo de una sociedad. (Espinoza, 2017)

2.3.5 Definición de UIT

La Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es el valor en soles establecido por el Estado para determinar impuestos, infracciones, multas y otros aspectos tributarios. Unidad Impositiva tributaria, para el año 2022 es de S/4,600 (SUNAT, 2020)

2.3.6 Definición de Educación Tributaria

(OECD, 2021), refiere; “La educación tributaria es la estrategia por excelencia para la formación de una cultura fiscal basada en el concepto de ciudadanía fiscal que implica asumir el cumplimiento de las obligaciones tributarias”.

2.3.7 Definición de Conciencia Tributaria

La conciencia tributaria, en particular fruto a su vez de una relación colectiva, pero también singular, entre los ciudadanos y su propio sistema político y gubernamental, podría concebirse como el entendimiento que el ciudadano

tiene de la propia conciencia de los políticos y de los administradores de la cosa pública y que se constituye en el determinante de su comportamiento en términos tributarios. (SUNAT, 2020)

2.3.8 Descripción de la empresa

La empresa Comercializadora de licores Garys inició sus actividades el 01 de marzo del 2015; el señor empresario Gary Javier Mejía Rodríguez, identificado con RUC: 10329606401 acogiéndose al Nuevo Rus en la categoría 2, la empresa se dedica a la comercialización por menor de licores en la Ciudad de Nuevo Chimbote, en la Urbanización Bancharo Rossi.

III. Hipótesis

Se puede deducir que las hipótesis buscan componer nexos significativos entre fenómenos y variables, avalado por un conjunto de conocimientos constituidos y organizados. Las hipótesis fomentan un papel principal en la solución de discordancias que surgen entre los hechos que recientemente se muestran y las viejas teorías. (Espinoza. 2018)

Dado que la investigación será bibliográfica, documental y de caso, no aplica.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la siguiente investigación fue no experimental-descriptivo-bibliográfico-documental y de caso, fue no experimental porque no se adulteraron variables, cosas o personas ya que solo se limitó a describir la variable en su entorno natural dado; así mismo, fue descriptivo porque la investigación se limitó a describir los aspectos más importantes de la variable en investigación, fue bibliográfico porque una parte de la investigación comprendió la revisión de los

antecedentes correspondientes a dicha investigación, fue documental porque se verifico algunos documentos para utilizar información para la investigación, finalmente es de caso porque se limitó a estudiar una sola empresa.

4.2 Población y muestra

En la investigación, para el recojo de la población se tomó a las micro y pequeñas empresas del Perú y como muestra se tomó a la Licorería “GARYS”

4.3 Definición y operacionalización de variables (ver página 31)

OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE				
VARIABLE	DEFINICION	INDICADOR	DIMENSION	MEDICION
CULTURA TRIBUTARIA	La cultura tributaria es un mecanismo importante que ayuda a fortalecer el sistema tributario, surge con la necesidad de recaudar es un sistema equitativo de justicia y progresivo. Y el propósito fundamental es establecer una política de recaudación para el gasto público y suministro de bienes colectivos, buscando satisfacer las necesidades sociales, estabilizar la economía y desarrollo del país contribuyendo a las políticas que reducen	Educación tributaria La Educación Tributaria se propone el desarrollo de pensamiento crítico y reflexivo en torno a los valores, el cumplimiento de las normas individuales y colectivas, haciendo foco en las obligaciones ciudadanas necesarias para fortalecer la democracia.	¿Considera usted que su nivel de conocimiento sobre tributación influye para que pague sus impuestos?	(si) (no)
		Conciencia tributaria La falta de conciencia tributaria es un problema existente en el Perú desde hace mucho tiempo, cuyos efectos no han sido ni son nada beneficiosos para el mismo, siendo el principal el que los peruanos no gocen de	¿Cree Ud. que la conciencia tributaria en nuestro país está relacionada con la percepción sobre los servicios que ofrece el Estado?	(si) (no)

	<p>la inflación de la economía de mercado.</p>	<p>una vida digna que le permita contar con servicios de calidad ofrecidos por el Estado.</p> <p>Orientación y difusión tributaria</p> <p>El servicio al contribuyente no sólo propicia el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, sino que, además fortalece la relación entre Estado y ciudadano. (SUNAT, 2005)</p>	<p>¿Cree que la orientación Tributaria le favorece a usted e influye para que pueda pagar sus impuestos?</p>	<p>(si) (no)</p>
--	--	---	--	------------------

4.4 Técnicas e instrumentos

4.4.1 técnicas

Las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica para analizar y seleccionar la información disponible; una entrevista estructurada con una lista de preguntas definidas previamente (la entrevista se realizó de manera virtual debido a la situación actual).

4.4.2 instrumentos

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento de recolección de información fichas bibliográficas con el uso del gestor Mendeley y se aplicó un cuestionario cerrado al representante de la empresa.

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de datos de los sub proyectos de investigación de estudio de casos con un enfoque cualitativo

Para obtener los resultados del objetivo específico 01 se realizó una recopilación bibliográfica utilizando como instrumento fichas bibliográficas; para el análisis se observó los resultados de los antecedentes tanto nacionales, regionales y locales, estos resultados se encuentran en el cuadro 1

Para obtener los resultados del objetivo específico 02 se realizó una entrevista al representante y se utilizó como instrumento un cuestionario de preguntas cerradas, estos resultados se encuentran el en cuadro 2.

Para obtener los resultados del objetivo específico 03 se realizó un análisis comparativo del resultado de los cuadros 01 y 02 de la investigación; luego del análisis se plasmó en el cuadro 3 las coincidencias y no coincidencias entre los autores y el representante siendo explicadas por el investigador.

4.5 Matriz de consistencia

Ver anexo

4.6 Principios éticos

Uladech, (2017), expone:

- **Protección a las personas:** en las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.
- **Justicia:** el investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.
- **Integridad científica:** la integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.
- **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.

- Consentimiento informado y expreso: las personas que desarrollan actividades de investigación tienen 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.

V. Resultados

5.1 Resultados

5.1.1. Respecto al objetivo específico 01: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales.

Cuadro 01: RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 01

<i>AUTORES</i>	<i>RESULTADOS</i>
<i>Romero (2020)</i>	<i>Refiere que; los resultados demuestran que existe una conexión directa entre el factor de Educación tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones considerando que existe una conciencia tributaria inadecuada, un bajo nivel de conocimiento sobre el sistema tributario, conceptos utilidad de los tributos, significado de SUNAT y su función principal generando descontento al momento de cumplir con sus obligaciones.</i>
<i>Puel (2018)</i>	<i>Afirma; que existe impacto significativo entre la Educación Tributaria y la</i>

	<p><i>formalización de las empresas, asimismo, los encuestados presentan un nivel de educación tributaria inadecuado, siendo la falta de esta el principal obstáculo para la formalización de las mypes y la recaudación fiscal.</i></p>
<p>Broncano (2018)</p>	<p><i>Menciona que; en su mayoría los microempresarios consideran que las normas tributarias no son claras y sencillas; con respecto a la cultura tributaria agrega que influye favorablemente en cumplimiento de las obligaciones y formalidad, asimismo, considera que la conciencia tributaria contribuye directamente en la valorización de los tributos, además, refiere que la educación cívica tributaria genera una conciencia tributaria.</i></p>
<p>Rosales & Córdova (2020)</p>	<p><i>Mencionan; los resultados de la investigación nos han permitido demostrar que, en nuestro país, no se fomenta una cultura tributaria, por lo que se refleja en la educación tanto de instituciones públicas como privadas,</i></p>

	<p><i>contribuyendo esto al desconocimiento sobre temas tributarios. Por lo que se recomienda la aplicación de este programa en el sistema educativo peruano para generar interés y conciencia en los estudiantes que serán futuros ciudadanos y de ellos dependerá el desarrollo socio económico del país.</i></p>
<p>Huaraz (2018)</p>	<p><i>Considera; Existe muy poca conciencia tributaria en los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa; además existe muy poco pago de tributos indicando que no es necesario el pago de estos pues existe muy poca motivación en el cumplimiento tributario de los contribuyentes de la municipalidad provincial del Santa.</i></p>
<p>Díaz (2016)</p>	<p><i>Expresa; la mayoría de los contribuyentes no tienen suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria</i></p>

	<p><i>y no buscan capacitarse al respecto, su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia; asimismo, en su mayoría son informales, no pagan tributos, no entregan ni exigen comprobantes de pago, generando evasión tributaria; en consecuencia, las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria.</i></p>
--	--

Fuente: elaboración propia en base a los antecedentes

5.1.2 Respecto al objetivo específico 02: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020

Cuadro 02: RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 02

Factores relevantes	Preguntas	si	No
Educación tributaria	1. ¿Cree usted que la difusión de la educación tributaria en las escuelas, colegios, institutos y universidades ayudaría a crear conciencia tributaria?	X	

	<p>2. ¿Conoce usted algún programa de educación tributaria?</p> <p>3. ¿Cree usted que la educación tributaria, mediante los programas y procesos de capacitación e información, ayudarían en el incremento de la recaudación fiscal?</p> <p>4. ¿Ha escuchado usted de alguna propaganda de sobre orientación tributaria en los medios de comunicación?</p> <p>5. ¿Cuándo usted necesita información de SUNAT a que medio recurre?</p> <p>Especificar:</p> <p>Sitio web</p> <p>Orientación telefónica</p> <p>Página oficial de SUNAT</p> <p>Ninguno</p> <p>6. ¿En su concepto la SUNAT educa, promociona y divulga la cultura tributaria?</p> <p>7. ¿Ha recibido usted alguna capacitación o enseñanza sobre por qué se debe pagar impuestos?</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>
Conciencia tributaria	<p>1. ¿Cree usted que la conciencia tributaria en nuestro país está relacionada con la</p>		X

	4. ¿Según su parecer la falta de orientación del sistema Tributario se presenta por la desigualdad y complejidad del Sistema Tributario?	X	
--	--	---	--

Fuente: elaboración propia en base al cuestionario aplicado al representante.

5.1.3 Respecto al objetivo específico 03: Realizar el análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

Cuadro 03: RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 03

Factores Relevantes	objetivo específico 01	objetivo específico 02	resultado
Educación tributaria	Puel, (2018) afirma; que existe un impacto significativo entre la educación tributaria y la formalización, pues existe un conocimiento tributario inadecuado en los contribuyentes, generándose así una baja recaudación fiscal. Romero, (2020) refieren; que el bajo conocimiento	El representante manifiesta que no conoce ningún programa de educación con contenido tributario en los centros educativos, pero, considera que este tipo de programas con contenido en los colegios, institutos y universidades privadas y ayudaría a crear una conciencia tributaria	Coinciden

	<p>tributario se ve reflejado por la falta de educación con este contenido tanto en las entidades educativas, poniendo en evidencia la necesidad de impartir contenido tributario en el sistema educativo y así concebir las responsabilidades tributarias como valores, asimismo percibir un riesgo efectivo por el incumplimiento de estas, esto permitirá disminuir los índices de la baja recaudación existente.</p>	<p>sólida por ende mejoraría la recaudación fiscal.</p>	
<p>Conciencia tributaria</p>	<p>Díaz, (2016) expresa que; las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a la tributación; su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye</p>	<p>El representante de la empresa considera que; la conciencia tributaria de nuestro país, no está ligada con la percepción de los servicios que nos brinda; asimismo se encuentra de acuerdo con la recaudación de estos y</p>	<p>No coinciden</p>

	<p>desfavorablemente en la conciencia.</p> <p>Huaraz, (2018) manifiestan; que el factor de la cultura tributaria enlaza el cumplimiento de sus obligaciones, al no existir esta se genera una conciencia tributaria adversa propiciando que los contribuyentes no se encuentren contentos al momento de cumplir con sus responsabilidades.</p>	<p>que el pago de tributos pues si nos beneficia por otra parte, menciona que los servicios básicos como la salud y la educación no mejoran con el pago de los tributos; también menciona que los tributos van de acorde a nuestra realidad y que no son excesivos.</p>	
<p>Orientación y difusión tributaria</p>	<p>Rosales & Córdova, (2020) expresa; que las normas tributarias no son claras pues son difíciles de entender por los micro empresarios, asimismo consideran que una difusión adecuada de la información sobre la tributación les permitió cumplir con sus responsabilidades tributarias.</p>	<p>El representante manifiesta que la SUNAT no orienta de manera adecuada al contribuyente, asimismo no genera confianza, su nivel de satisfacción referente a la institución es regular, manifiesta que su nivel de conocimiento sobre los tributos influye para que haga el pago sus</p>	<p>Coinciden</p>

	Diaz, (2016) agrega; que los contribuyentes no tienen una orientación suficiente de parte de la SUNAT y no buscan capacitarse.	impuestos.; asimismo considera que la falta de orientación y difusión se debe a la complejidad de este.	
--	--	---	--

Fuente: elaboración propia en base a los cuadros 1 y 2 para el análisis comparativo

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Respecto al objetivo específico 01: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales.

En la investigación, para hallar respuesta para el objetivo específico 01; se basa en los antecedentes recopilados; se puede apreciar que, no existe una Cultura tributaria establecida en los contribuyentes debido a la falta de programas o cursos con contenido tributario; Romero, (2020) manifiesta que, la educación tributaria está enlazada claramente con la conciencia tributaria y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, dado que los contribuyentes no se encuentran de acuerdo con la tributación, asimismo, no conocen la utilidad de los tributos, la función de la entidad recaudadora, tienen un pequeño conocimiento sobre los comprobantes de pago; por consiguiente Puel (2018), refiere que la educación tributaria tiene un nexo significativo con la formalización de las micro y pequeñas empresas, dado que si no cuentan con la educación tributaria necesaria, esto perjudica directamente su formalización y por ende no tributarán de la manera que corresponde generando una baja recaudación tributaria; Rosales & Córdova (2020), considera que; las normas tributarias no son claras y entendibles, pero, con una orientación adecuada por

parte de la SUNAT ellos pudieron cumplir con sus obligaciones tributarias; Huaraz (2018), agrega que existe un bajo nivel de cumplimiento con las obligaciones tributarias, esto es debido a la baja conciencia tributaria y la falta de motivación existente contribuyendo así a que se incumpla con dichas obligaciones; sin embargo, Díaz (2016); advierte que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento tributario, la percepción que tienen de estas son contrarias, por ende habrá actitudes desfavorables hacia las responsabilidades tributarias.

5.2.2 Respecto al objetivo específico 02: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020

El representante responde en base a los factores:

- a) **Educación tributaria:** agrega; que no conoce ningún programa de educación tributaria, pero considera que este tipo de programas con contenido tributario en los colegios, institutos y universidades ayudaría a crear una conciencia tributaria y mejoraría la recaudación fiscal, asimismo, no ha oído propaganda con este contenido en los medios de comunicación; agrega que cuando requiere información accede a la plataforma oficial de la SUNAT, asimismo considera que el ente recaudador si promociona la cultura tributaria, sin embargo él no ha recibido ninguna capacitación por parte de esta entidad.
- b) **Conciencia tributaria:** expresa que; la conciencia tributaria no está ligada a los servicios que brinda el estado; además, está de acuerdo con la recaudación de impuestos, asimismo, que el pago de tributo nos beneficia, pero, que con el pago de estos no mejora el sistema de salud y educación que son los más importantes dentro de nuestra sociedad y que los impuestos que se pagan van de acorde a nuestra realidad.

- c) **Orientación y difusión tributaria:** añade que; tiene un nivel de satisfacción regular referente a la orientación que otorga la SUNAT, asimismo dicha entidad no genera un nivel de confianza en el contribuyente; pues considera que la orientación referente al sistema tributario que esta brinda influye para que cumpla con sus responsabilidades también considera que el sistema es engorroso y poco entendible.

5.2.3 Respecto al objetivo específico 03: Realizar el análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

Al realizar el análisis comparativo, se pudo verificar que:

Respecto a la Educación Tributaria los autores y el representante de la microempresa coinciden en que no existe una educación tributaria, tampoco programas con contenido tributario y que el implementar este tipo de capacitaciones tanto en sistema educativo como hacia los microempresarios generaría una mejor recaudación fiscal.

Respecto a la Conciencia Tributaria los autores y el representante no coinciden en este punto puesto que; los autores consideran que la conciencia tributaria está ligada directamente con la percepción que se tiene sobre la entidad recaudadora y los servicios básicos que nos brinda el estado; por otro lado el empresario considera que la conciencia tributaria no se conecta a la percepción que uno tenga de lo que nos proporciona el estado sin embargo, que la recaudación de estos no mejora los servicios básicos .

Respecto a la Orientación y difusión tributaria tanto los autores como el representante coinciden en que las normas tributarias no son claras pues son complejas y no las comprenden, debido a la falta de orientación por parte de la

SUNAT, consideran que la entidad recaudadora no facilita capacitaciones generando así desconfianza y actitudes contrarias.

VI. Conclusiones

6.1 Respecto al objetivo específico 1: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales.

Por lo que se observó en los antecedentes, se identificó tres factores que son los que influyen de manera relevante en la cultura tributaria de nuestro país; los autores refieren que; existe un bajo nivel de educación con contenido tributario en nuestro sistema educativo, es decir NO existe Educación Tributaria por el desinterés del estado frente a esta falencia; por ende, no se cuenta con una Conciencia Tributaria sólida debido a lo que se percibe del estado frente a las necesidades de la población considerando deficiente la administración de estos recursos, en cuanto al factor de Orientación y Difusión expresan que no es necesario cumplir con sus responsabilidades tributarias debido a la falta de motivación, asimismo, consideran que las normas tributarias son poco entendibles perjudicando estos factores directamente la recaudación y el crecimiento empresarial.

6.2 Respecto al objetivo específico 2: Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020

En base al cuestionario, aplicado al representante de la micro empresa, se concluye que, la Educación Tributaria no está implementada de manera correcta en el país, pues no conoce ningún programa o curso con este contenido en el sistema; considera que la implementación de estos programas ayudaría a crear una Conciencia Tributaria sólida siendo esta fundamental para la recaudación de impuestos y solventar el gasto público; sin embargo la percepción de la mala administración de

los recursos genera mayor desconfianza y rechazo, por otro lado, la entidad recaudadora no es clara al momento de Orientar al contribuyente, dado que, la percepción que tiene de la entidad es regular debido a que considera que el sistema es engorroso y poco entendible puesto que no ha recibido ninguna capacitación por parte de la SUNAT.

6.3 Respecto al objetivo específico 3: Realizar el análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

En el análisis comparativo se comprobó:

Respecto a la educación tributaria coinciden que no existe una educación tributaria establecida y que la implementación de esta generaría una mejor comprensión del sistema y por ende una mejor recaudación.

Respecto a la conciencia tributaria los autores consideran que, la percepción que los contribuyentes tienen del sistema tributario está unida directamente con el pago de sus responsabilidades para con el estado y los servicios que nos brinda, por otro lado, el representante manifiesta que esto no es así, pero considera que con el pago de sus tributos no mejora en nada el sistema sanitario y el educativo. Estas apreciaciones no coinciden.

Respecto a la orientación y difusión tanto los autores como el representante coinciden en que las normas tributarias no son claras, las consideran complejas, debido a la falta de orientación por parte de la SUNAT pues la entidad no facilita capacitaciones generando así desconfianza.

6.4 Respecto al objetivo específico 4: Realizar la propuesta de mejora de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.

1. Se recomienda al propietario buscar el asesoramiento de un profesional que lo oriente en lo referente al tema tributario para un correcto desempeño de sus operaciones.
2. Se recomienda al propietario obtener conocimientos más profundos de los beneficios tributarios que ofrece cada régimen, y estar en constante actualización junto al profesional contable, puesto que la materia tributaria es cambiante y así podrá aplicar de manera correcta la normativa en la que se rigieron y no perjudicarse económicamente.
3. La educación tributaria y la educación cívica se debe dar en los niveles básicos de la educación puesto que es una herramienta importante para construir nuestra sociedad y concientizarla, solo así se puede generar una cultura tributaria sólida.
4. La entidad recaudadora debe brindar orientación clara a los contribuyentes informando de manera precisa todo lo que se requiera para que puedan entender sobre; inscripción, regímenes, declaraciones, etc.
5. La SUNAT debe difundir información a través de radio y televisión de señal abierta en las zonas más alejadas del país donde no se cuenta con internet.

VII. Aspectos Complementarios

Referencias bibliográficas

Amasifuén, M. (2016). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Recuperado de revistas.upeu.edu.pe:

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898

Broncano, M., (2018). *Cultura Tributaria y su Relación con el conocimiento del Régimen Mype Tributario de las empresas comerciales del cercado de Huaraz, 2018*. Recuperado de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28111/_CMC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cabrera, S., Sánchez, M., Cachay, L., & Rosas, C. (2021). *Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú* (p.206). Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081767>

Cárdenas. G. (2020). *La Educación Tributaria En El Perú: Una Alternativa Para Mejorar El Cumplimiento De Las Obligaciones Tributarias*. Recuperado de

<https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2307/1580>

Correa, M., Melo, B., & Vilela, A., (2020). *La Conciencia Tributaria y su Incidencia en la evasión de impuestos de empresas textiles del distrito de La Victoria, 2020*.

Recuperado de

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1226/CORRE%20-%20MELO%20-%20VILELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, V. (2016). *Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Ferretería Katherine*,

Chimbote 2016. Recuérdalo de repositorio.uladech.edu.pe:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9071>

Estevez, Z. & Rocafuerte, J. (2018). *La conciencia tributaria en el proceso de recaudación de impuestos en Santa Elena*. Recuperado de <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/cliocamerica/article/view/2606/263>

Espinoza, E., (2018). *La hipótesis en la investigación*. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000100122

Emprender. (2019). *La Micro y Pequeña Empresa (MYPE)*. Recuperado de <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/herramientas/regimen-mype-tributario>

Espinoza, A. (2017). *Educación básica regular con contenido tributario y su impacto en la cultura tributaria de los contribuyentes*. Recuperado de <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/AF/article/view/1709>

Expansión. (2019). *¿Es cierto que en España las grandes empresas pagan menos por el impuesto de sociedades que las pequeñas y medianas?*. Recuperado de <https://www.expansion.com/economia-para-todos/impuestos/es-cierto-que-en-espana-las-grandes-empresas-pagan-menos-por-el-impuesto-de-sociedades-que-las-pequenas-y-medianas.html>

García, G. (2017). *Impacto de la falta de cultura tributaria de Contribuyentes en el Recreo*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19982>

- García, S. (2019). *Introducción a la economía de la empresa*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nnXgDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR17&dq=empresa&ots=SSwHfzT3KL&sig=n6tco5eg3I2SSP4x87h9UPM-J-g#v=onepage&q=empresa&f=false>
- Gil, K., & Zapata, L. (2017). *Cultura Tributaria en Perú*. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/T%20CP%20G463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, F., (2021). *¿Qué es el comercio internacional?*. Recuperado de <https://www.esic.edu/rethink/management/que-es-el-comercio-internacional>
- Guzmán, C. (2017) *¿Cómo va el Perú en educación tributaria?*. Recuperado de <https://pqs.pe/pulso-tributario/como-va-el-peru-en-educacion-tributaria/>
- Herrera, V. (2018). *La conciencia tributaria en la población de Lima Metropolitana y su relación con el principio de solidaridad*. Recuperado de I: <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v26i51.15136>
- Huaraz, I. (2018). *Conciencia tributaria de los contribuyentes de la Municipalidad provincial del Santa, 2018*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34922>
- INEI, (2019). Micro, Pequeñas y Medianas empresas concentran más del 20% de las ventas. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-existen-2-millones-699-mil-130-empresas-al-tercer-trimestre-del-ano-2019-11951/>

Mata, M., López, G., & Becerra, Á. (2018). *Planificación de empresas*. Quito, Editorial Universo Sur. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/120837?page=12>.

Ministerio de la Producción, (2019). *Micro, Pequeña Y Mediana Empresas (MIPYME)*. Menu de Estudios Económicos. Recuperado de <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/estadistica-oece/estadisticas-mipyme>

Mendoza, A., (2019). *Beneficios tributarios: problema fiscal pendiente*. Recuperado de https://cng-cdn.oxfam.org/peru.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/Beneficios_Tributarios_2019.pdf

Molina, A. (2018). *Principios Constitucionales Tributarios como límite al poder discrecional del Estado Ecuatoriano en el caso del anticipo de Impuesto A La Renta*. Recupero de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2369/1/76541.pdf>

OCD., (2021). *La educación cívico-tributaria es una herramienta clave para transformar la cultura tributaria y aumentar el cumplimiento fiscal voluntario*. Recuperado de <https://www.oecd.org/tax/la-educacion-civico-tributaria-es-una-herramienta-clave-para-transformar-la-cultura-tributaria-y-aumentar-el-cumplimiento-fiscal-voluntario.htm>

OTI., (2017). *La formalización de las empresas*. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf

Puel, T. (2018). *Educación tributaria y su impacto en la formalización de las Mypes del comercio comercial de Gamarra, 2018*. Recuperado de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32429/Puel_PT_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E., & Velez, K. (2020). *La Cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador (p.159)*. Recuperado de <http://asesoresvirtualesalala.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>

Romero, G. (2020). *La Educacion Tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las Mypes del Distrito de Huayucachi del año 2020*. Recuperado de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/7103/T010_44155107_T.pdf?sequence=1

Rosales, F., Córdova, J. (2020). *Programa de difusión Tributaria Sunat y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes Provincia Barranca 2018*. Recuperado de <https://repositorio.unab.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12935/76/TESIS%20FIORELLA%20VANESSA%20ROSALES%20FALC%20c3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SUNAT (2020). *La tributación como base del cumplimiento del contrato social en el Perú*. Recuperado de <https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-08/La-tributacion-y-el-cumplimiento-del-contrato-social-en-el-Peru.pdf>

SUNAT, (2005). *La gestión de la Sunat en los últimos cinco años, Sunat Libros Tributos*. Recuperado de <https://www.sunat.gob.pe/institucional/publicaciones/Gestion2001-2005.pdf>

Tardío, S. & Saravia, K., (2017). *Servicios prestados en plataformas de video de entretenimiento vía Internet y su impacto en la determinación tributaria de*

Personas Naturales en el Perú 2017. Recuperado de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626380>

Tello, S., (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país.* Recuperado de <https://www.google.com/search?q=dialnet+importancia+de+las+micro+medianas+empresas&sxsrf=APq->

Uladech. (2017). *REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN.* Recuperado de [uladech.edu.pe:
https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2017/reglamento_investigacion_v009.pdf](https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2017/reglamento_investigacion_v009.pdf)

Anexo 1: cronograma de trabajo

Anexo 01: CRONOGRAMA DE TRABAJO		Año 2021 –II															
		Mes	1				2				3				4		
N°	Actividades	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
		Semanas del 1 al 16															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Presentación del primer borrador del informe final		■														
2	Mejora de la redacción del primer borrador del informe final		■	■													
3	Primer Borrador del artículo científico			■	■												
4	Mejora en la redacción del informe final y artículo científico				■	■											
5	Revisión y Mejora del informe Final					■	■										
6	Revisión y Mejora del artículo científico						■	■									
7	Revisión y Mejora del artículo científico II							■	■								
8	Programación de la tercera tutoría grupal / calificación del informe final, artículo científico y ponencia por el docente tutor (DT)								■	■							
9	Calificación del informe final, ponencia, artículo científico y sustentación por el jurado de investigación									■	■						
10	Calificación y sustentación del informe final y artículo científico por el jurado de investigación II										■	■					
11	Calificación y sustentación del informe final y artículo científico por el jurado de investigación II											■	■	■	■	■	■

Fuente: elaboración propia

Anexo 02: matriz de consistencia

TITULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	VARIABLE	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGIA
PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS NACIONALES Y DE LA EMPRESA “LICORERIA GARYS” NUEVO CHIMBOTE- 2020	¿Cuáles son los factores relevantes de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales, caso: “Licorería Garis” Nuevo Chimbote, 2020?	Cultura Tributaria	Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales. 2. Identificar los factores relevantes la Cultura Tributaria de la empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020. 3. Realizar el análisis comparativo de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020. 4. Realizar la propuesta de mejora de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. Nuevo Chimbote año 2020. 	<p>La presente investigación fue cualitativa puesto que se realizó en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.</p> <p>El diseño de la siguiente investigación será no experimental-descriptivo-bibliográfico-documental y de caso.</p>

Fuente: elaboración propia

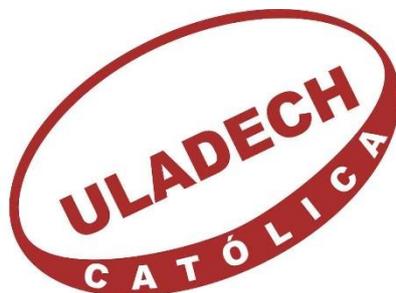
Anexo 03: Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Cantidad	Total
Suministros:			
Impresiones			
Fotocopias			
Papel bond	500 (1/2 millar)	1	12.00
Lapiceros		2	4.00
Subtotal:			25.00
Servicios:			
Internet	s/1.50	8/ horas	12.00
Gastos de viaje	s/3.00		9.00
Sub total:			21.00
Total			46.00

Fuente elaboración propia

Financiamiento: autofinanciado

Anexo 04: instrumento de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Esta encuesta se aplicará a los dueños, gerentes o representantes legales de la MYPE de la empresa estudiada. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es conocer las Propuestas de mejora de los factores relevantes de la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales: caso, LICORERIA “GARYS” - Nuevo Chimbote, 2020. La información proporcionada será utilizada para fines académicos de investigación, se conservará con absoluta confidencialidad.

VI. Datos Generales Del Encuestado

Nombres y Apellidos: _____

Edad: _____

Sexo:

Masculino () Femenino()

Grado de instrucción:

Primaria () Secundaria() superior Técnica() Superior Universitaria(
)

Representante legal de la empresa:

VII. La Empresa

Razón social o Nombre de la empresa:

Dirección

RUC

Anexo 05: Cuestionario

INSTRUCCIONES: Poner un aspa (X) en la alternativa que considere más acertado de acuerdo a su criterio. Tenga presente que el cuestionario es anónimo.

Factores relevantes	Preguntas	si	No
Educación tributaria	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cree usted que la difusión de la educación tributaria en las escuelas, colegios, institutos y universidades ayudaría a crear conciencia tributaria? 2. ¿Conoce usted algún programa de educación tributaria? 3. ¿Cree usted que la educación tributaria, mediante los programas y procesos de capacitación e información, ayudarían en el incremento de la recaudación fiscal? 4. ¿Ha escuchado usted de alguna propaganda de sobre orientación tributaria en los medios de comunicación? 5. ¿Cuándo usted necesita información de SUNAT a que medio recurre?		

	<p>Especificar:</p> <p>Sitio web</p> <p>Orientación telefónica</p> <p>Página oficial de SUNAT</p> <p>Ninguno</p> <p>6. ¿En su concepto la SUNAT educa, promociona y divulga la cultura tributaria?</p> <p>7. ¿Ha recibido usted alguna capacitación o enseñanza sobre por qué se debe pagar impuestos?</p>		
<p>Conciencia tributaria</p>	<p>1. ¿Cree usted que la conciencia tributaria en nuestro país está relacionada con la percepción sobre los servicios que brinda el Estado?</p> <p>2. ¿Según usted pagar los tributos es un deber impuesto por el Estado que no aporta ningún beneficio?</p> <p>3. ¿De acuerdo a usted los servicios de educación y salud muestra mejora debido al pago de tributos?</p> <p>4. ¿Según usted pagar los tributos es un deber impuesto por el Estado que no aporta ningún beneficio?</p> <p>5. ¿Se encuentra de acuerdo con la recaudación de impuestos?</p>		

	<p>6. ¿Considera Ud. que los impuestos o tributos que paga son demasiado excesivos y no están de acuerdo con nuestra realidad?</p>		
<p>Orientación y difusión tributaria</p>	<p>1. ¿Cuál es su nivel de satisfacción acerca de los servicios de orientación al contribuyente que ofrece la SUNAT?</p> <p>Bajo Regular Alto Muy alto</p> <p>2. ¿Considera usted que la SUNAT genera confianza en el contribuyente?</p> <p>3. ¿Considera usted que su nivel de conocimiento sobre la tributación influye para que Ud. pague sus impuestos?</p> <p>4. ¿Cree que la orientación Tributaria le favorece a usted e influye para que pueda pagar sus impuestos?</p> <p>5. ¿Según su parecer la falta de orientación del sistema Tributario se presenta por la desigualdad y complejidad del Sistema Tributario?</p>		

Fuente: Elaboración propia

FIRMA

NOMBRES: _____

APELLIDOS: ____

Anexo 06: validación del instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Esta encuesta se aplicará a los dueños, gerentes o representantes legales de la MYPE de la empresa estudiada. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es Identificar las oportunidades de mejora de los factores relevantes la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales y empresa “Licorería Garys”. – Nuevo Chimbote, 2020. La información proporcionada será utilizada para fines académicos de investigación, se conservará con absoluta confidencialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA

I. Datos Generales Del Encuestado	Pertinente ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
	Si	No	Si	No	Si	No
Nombres y Apellidos: _____	X		X		X	
Edad: _____	X		X		X	

Sexo: Masculino () Femenino()	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Grado de instrucción: Primaria () Secundaria() superior Técnica() Superior Universitaria()	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Representante legal de la empresa: _____						

II. Datos de la empresa	Pertinente ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
	Si	No	Si	No	Si	No
Razón social o Nombre de la empresa: _____	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
Dirección: _____	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
RUC : _____	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

III. Factores Relevantes	PREGUNTAS	Respuestas		Pertinente ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Educación tributaria	1. ¿Cree usted que la difusión de la educación tributaria en las escuelas, colegios, institutos y universidades ayudaría a crear conciencia tributaria?	X		X		X		X	
	2. ¿Conoce usted algún programa de educación tributaria?	X		X		X		X	
	3. ¿Cree usted que la educación tributaria, mediante los programas y procesos de capacitación e información, ayudarían en el incremento de la recaudación fiscal?	X		X		X		X	
	4. ¿Ha visto o escuchado usted de alguna propaganda de sobre orientación tributaria en los medios de comunicación?	X		X		X		X	
	5. ¿Ha recibido usted alguna capacitación o enseñanza sobre por qué se debe pagar impuestos?	X		X		X		X	

	<p>6. ¿Cuándo usted necesita información de SUNAT a que medio recurre?</p> <p>Especificar:</p> <p>Sitio web ()</p> <p>Orientación telefónica ()</p> <p>Página oficial de SUNAT ()</p> <p>Ninguno ()</p>	X		X		X		X	
	<p>7. ¿En su concepto la SUNAT educa, promociona y divulga la cultura tributaria?</p>	X		X		X		X	
Conciencia tributaria	<p>8. ¿Cree usted que la conciencia tributaria en nuestro país está relacionada con la percepción sobre los servicios que brinda el Estado?</p>	X		X		X		X	
	<p>9. ¿De acuerdo a usted los servicios de educación y salud muestra mejora debido al pago de tributos?</p>	X		X		X		X	
	<p>10. ¿Se encuentra de acuerdo con la recaudación de impuestos?</p>	X		X		X		X	

	<p>11. ¿Considera usted que los impuestos o tributos que paga son demasiado excesivos y no están de acuerdo con nuestra realidad?</p> <p>12. ¿Según usted pagar los tributos es un deber impuesto por el Estado que no aporta ningún beneficio?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>							
Orientación y difusión tributaria	<p>13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción acerca de los servicios de orientación al contribuyente que ofrece la SUNAT?</p> <p>Bajo ()</p> <p>Regular ()</p> <p>Alto ()</p> <p>Muy alto ()</p> <p>14. ¿Según su parecer la falta de orientación del sistema Tributario se presenta por la desigualdad y complejidad del Sistema Tributario?</p> <p>15. ¿considera usted que la SUNAT genera confianza en el contribuyente?</p>	<input checked="" type="checkbox"/>							
		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

	16. ¿Considera usted que su nivel de conocimiento sobre la tributación influye para que Ud. pague sus impuestos?	X		X		X		X	
	17. ¿Cree que la orientación Tributaria le favorece a usted e influye para que pueda pagar sus impuestos?	X		X		X		X	

Fuente: Elaboración propia

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador.: ESTRADA ZUÑIGA SELENI

DNI: 70229307

Especialidad del validador: COAADOR PÚBLICO COLLEGIARO

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

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

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

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



CPC. Seleni Estrada Zuñiga
Max. 02-5520

Firma del experto Informante

Chimbote, setiembre del 2020

Anexo 07: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES DE INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por el **Mg. Roger Armando BOCANEGRA ARANDA Celis**, docente de la **Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Filial Huánuco**. La finalidad del estudio es Identificar las Oportunidades de Mejora de los Factores Relevantes la Cultura Tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas Nacionales y Empresa "Licorería Garys". Nuevo Chimbote año 2020.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por el **Mg. Roger A. BOCANEGRA ARANDA**. He sido informado (a) de que la finalidad de este estudio es Identificar las Oportunidades de Mejora de los Factores Relevantes la Cultura Tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas Nacionales y Empresa "Licorería Garys". Nuevo Chimbote año 2020.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios, lo cual tomará aproximadamente 10 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mí persona.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

27 de octubre de 2020.

WILMER LUIS FERRE MONTENEGRO
Nombre del Participante


Firma del Participante

Anexo 08: cuestionario aplicado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Esta encuesta se aplicará a los dueños, gerentes o representantes legales de la MYPE de la empresa estudiada. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es conocer las Propuestas de mejora de los factores relevantes de la Cultura Tributaria de las micro y pequeñas empresas nacionales: caso, LICORERIA “GARYS” - Nuevo Chimbote, 2020. La información proporcionada será utilizada para fines académicos de investigación, se conservará con absoluta confidencialidad.

I. Datos Generales Del Encuestado

Nombres y Apellidos: WILKEN LUIS FENNE MONTEPEGUO

Edad: 28

Sexo:

Masculino (X)

Femenino()

Grado de instrucción:

Primaria () Secundaria() superior Técnica() Superior Universitaria(X)

Representante legal de la empresa:

MEJIA RODRIGUEZ GARY JAVIER

II. La Empresa

Razón social o Nombre de la empresa:

LICORERIA "GARY"

Dirección

URB. SANTA CRISTINA MZ. H4 LOTE. 14 AV. ARGENTINA

RUC

10329606401

Cuestionario

INSTRUCCIONES: Poner un aspa (X) en la alternativa que considere más acertado de acuerdo a su criterio. Tenga presente que el cuestionario es anónimo.

Factores relevantes	Preguntas	si	No
Educación tributaria	1. ¿Cree usted que la difusión de la educación tributaria en las escuelas, colegios, institutos y universidades ayudaría a crear conciencia tributaria?	X	

	<p>2. ¿Conoce usted algún programa de educación tributaria?</p>		X
	<p>3. ¿Cree usted que la educación tributaria, mediante los programas y procesos de capacitación e información, ayudarían en el incremento de la recaudación fiscal?</p>	X	
	<p>4. ¿Ha escuchado usted de alguna propaganda de sobre orientación tributaria en los medios de comunicación?</p>		X
	<p>5. ¿Cuándo usted necesita información de SUNAT a que medio recurre?</p> <p>Especificar:</p> <p>Sitio web</p> <p>Orientación telefónica</p> <p>Página oficial de SUNAT</p> <p>Ninguno</p>	X	
	<p>6. ¿En su concepto la SUNAT educa, promociona y divulga la cultura tributaria?</p>	X	

	<p>7. ¿Ha recibido usted alguna capacitación o enseñanza sobre por qué se debe pagar impuestos?</p>		X
<p>Conciencia tributaria</p>	<p>1. ¿Cree usted que la conciencia tributaria en nuestro país está relacionada con la percepción sobre los servicios que brinda el Estado?</p> <p>2. ¿Según usted pagar los tributos es un deber impuesto por el Estado que no aporta ningún beneficio?</p> <p>3. ¿De acuerdo a usted los servicios de educación y salud muestra mejora debido al pago de tributos?</p> <p>4. ¿Según usted pagar los tributos es un deber impuesto por el Estado que no aporta ningún beneficio?</p>		<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>

	<p>5. ¿Se encuentra de acuerdo con la recaudación de impuestos?</p> <p>6. ¿Considera Ud. que los impuestos o tributos que paga son demasiado excesivos y no están de acuerdo con nuestra realidad?</p>	X	X
Orientación y difusión tributaria	<p>1. ¿Cuál es su nivel de satisfacción acerca de los servicios de orientación al contribuyente que ofrece la SUNAT?</p> <p>Bajo</p> <p>Regular</p> <p>Alto</p> <p>Muy alto</p> <p>2. ¿Considera usted que la SUNAT genera confianza en el contribuyente?</p> <p>3. ¿Considera usted que su nivel de conocimiento sobre la tributación influye para que Ud. pague sus impuestos?</p>	X	X

	<p>4. ¿Cree que la orientación Tributaria le favorece a usted e influye para que pueda pagar sus impuestos?</p> <p>5. ¿Según su parecer la falta de orientación del sistema Tributario se presenta por la desigualdad y complejidad del Sistema Tributario?</p>	<p>X</p>	<p>X</p>
--	---	----------	----------

Fuente: Elaboración propia



FIRMA

NOMBRES: WILMER LUIS

APELLIDOS: FENNE MONTENEGRO

Chimbote, setiembre del 2020