



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA “FERRETERÍA  
FERREPABLO” – HUÁNUCO Y PROPUESTA DE  
MEJORA, 2023

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

**AUTORA**

EVANGELISTA ATANACIO, CELESTINA

ORCID 0000-0002-7006-9412

**ASESOR**

VÁSQUEZ PACHECO, FERNANDO

ORCID 0000-0002-4217-1217

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2023**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Evangelista Atanacio, Celestina

ORCID. 0000-0002-7006-9412

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Vásquez Pacheco, Fernando

ORCID: 0000-0002-4217-1217

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

### **JURADO**

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID ID: 0000-0003-3776-249

Montano Barbuda, Julio Javier

ORCID ID: 0000-0002-1620-5946

Soto Medina, Mario Wilmar

ORCID ID: 0000-0002-2232-8803

**JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Dr. ESPEJO CHACÓN, LUIS FERNANDO  
**PRESIDENTE**

Mgtr. MONTANO BARBUDA, JULIO JAVIER  
**MIEMBRO**

Mgtr. SOTO MEDINA, MARIO WILMAR  
**MIEMBRO**

Mgtr. VÁSQUEZ PACHECO, FERNANDO  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por otorgarme una familia maravillosa, que confía en mí y me ha dado el ejemplo de seguir adelante, dedico mi trabajo a mi padre que siempre estuvo conmigo hasta el día que Dios le llamo para estar en su presencia y a mi madre como ejemplo a seguir.

Así mismo agradezco por su enseñanza por su tiempo y paciencia que nos brinda en cada clase el DTAI Vásquez Pacheco, Fernando, por compartir sus conocimientos en cada sesión de clase.

EVANGELISTA A.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo es dedicado a Dios, quien nos dio la vida y la bendición que tenemos de estar bien con salud y bienestar económicamente, dedicar a mis padres y hermanos que han sido mi motor y motivo para seguir adelante en todo momento.

También dedico a mi padre que desde el cielo siempre me da su bendición y las fuerzas necesarias para cumplir con mis objetivos.

EVANGELISTA A.

## RESUMEN

El objetivo general fue Identificar y describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco y hacer una propuesta de mejora, 2023. El diseño de investigación fue: no experimental, descriptivo, documental y de caso, la técnica que se utilizó es la encuesta, y como instrumento el cuestionario obteniendo los principales resultados: **respecto al objetivo específico 1:** los representantes de las micro y pequeñas empresas del Perú no cuentan con una adecuada conciencia tributaria, sus valores tributarios no permiten cumplir con sus obligaciones tributarias, asimismo sus actitudes y conocimientos tributarios son relativamente ajenos a las buenas prácticas del buen contribuyente. **Respecto al objetivo específico 2:** en la empresa en estudio, se observa que tiene una conciencia tributaria no correcta a los principios del buen contribuyente, tampoco los valores tributarios no son adecuados y que sus actitudes tributarias son ajenos a las normas tributarias por ello no cumple adecuadamente con sus obligaciones tributarias a pesar que cuentan con conocimientos tributarias, **respecto al objetivo específico 3:** entre las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Perú y de la empresa en estudio lo que predomina es que tienen una débil conciencia tributaria, valores tributarios no adecuados, actitudes tributarias incoherentes. Finalmente, se concluye que existen deficiencias en el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los propietarios MYPES del sector comercio del Perú.

**Palabras clave:** actitudes tributarias, conciencia tributaria, conocimiento tributario, cultura tributaria, valores tributarios.

## ABSTRACT

The general objective of the research was: Identify and describe the characteristics of the tax culture of micro and small companies in the commerce sector of Peru and the company "Ferretería Ferrepablo" from Huánuco and make a proposal for improvement, 2023. The research design was: non-experimental, descriptive, documentary and case, the technique that was used is the survey, and as an instrument the questionnaire obtaining the main results: regarding the specific objective 1: the representatives of the micro and small companies of Peru do not have an adequate tax awareness, their tax values do not allow them to comply with their tax obligations, likewise their attitudes and tax knowledge are relatively alien to the good practices of a good taxpayer. Regarding specific objective 2: in the company under study, it is observed that it has a tax awareness that is not correct to the principles of the good taxpayer, nor are the tax values not adequate and that its tax attitudes are alien to tax regulations, therefore it does not comply adequately with their tax obligations despite having tax knowledge, regarding specific objective 3: among the characteristics of the representatives of micro and small companies in Peru and the company under study, what predominates is that they have a weak tax awareness, inappropriate tax values, inconsistent tax attitudes. Finally, it is concluded that there are deficiencies in compliance with tax obligations by MYPES owners of the Peruvian commerce sector.

**Key words:** tax attitudes, tax awareness, tax knowledge, tax culture, tax values.

## CONTENIDO

<b>CARÁTULA</b> .....	<b>i</b>
<b>EQUIPO DE TRABAJO</b> .....	<b>iii</b>
<b>JURADO EVALUADOR Y ASESOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>CONTENIDO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	<b>xi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	<b>18</b>
2.1. Antecedentes: .....	18
2.1.1. Internacionales.. .....	18
2.1.2. Nacionales.....	19
2.1.3. Regionales.....	21
2.1.4. Locales .....	23
2.2. Bases teóricas:.....	25
2.2.1. Teorías de la cultura tributaria .....	25
2.2.2 Teoría de la empresa .....	33
2.2.3 Teorías de los sectores productivos .....	36
2.3 Marco conceptual:.....	40
2.3.1 Definición de la cultura tributaria .....	40
2.3.2 Definiciones de empresa .....	42
2.3.3 Definición de MYPE .....	43
2.3.4 Definición de sector económico productivo .....	45
2.3.5 Definición del sector económico comercio .....	47
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	<b>49</b>
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	<b>50</b>
4.1. Diseño de investigación .....	50
4.2. Población y muestra: .....	50
4.2.1. Población .....	50



4.2.2.	Muestra .....	50
4.3.	Definición conceptual y operacionalización de la variable.....	51
4.3.1.	Matriz 1: Determinación de los antecedentes internacionales, nacionales, regionales y locales.....	51
4.3.2.	Matriz 2: operacionalización para conseguir los resultados del objetivo específico 2 .....	53
4.3.3.	Matriz 3: operacionalización para conseguir los resultados del objetivo específico 3 .....	56
4.4.	Técnicas e instrumentos: .....	59
4.4.1.	Técnicas .....	59
4.4.2.	Instrumentos.....	59
4.5.	Plan de análisis .....	59
4.6.	Matriz de consistencia lógica .....	60
4.7.	Principios éticos .....	61
<b>V.</b>	<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>62</b>
5.1.	Resultados:.....	62
5.1.1.	Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023 .....	62
5.1.2.	Respecto al objetivo específico 2: Identificar y describir las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.....	64
5.1.3.	Respecto al objetivo específico 3: Realizar un análisis comparativo de las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023. ....	66
5.1.4.	Respecto al objetivo específico 4: Hacer una propuesta para mejorar las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.....	69
5.2.	Análisis de resultados:.....	69
5.2.1.	Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023 .....	69

5.2.2.	Respecto al objetivo específico 2: .....	72
5.2.3.	Respecto al objetivo específico 3: .....	75
5.2.4.	Respecto al objetivo específico 4.....	77
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>78</b>
6.1.	Respecto al objetivo específico 1:.....	78
6.2.	Respecto al objetivo específico 2:.....	78
6.3.	Respecto al objetivo específico 3:.....	79
6.4.	Respecto al objetivo específico 4:.....	80
6.5.	Respecto al objetivo general .....	84
<b>VII.</b>	<b>ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....</b>	<b>85</b>
7.1.	Referencias bibliográficas:.....	85
7.2.	Anexos: .....	94
7.2.1.	Anexo 1: Modelos de fichas bibliográficas .....	94
7.2.2.	Anexo 2: Cuestionario de recojo de información .....	95
7.2.3.	Anexo 3: Consentimiento informado.....	97

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Matriz de antecedentes .....	51
Tabla 2:	Matriz de operacionalización para el objetivo 2.....	53
Tabla 3:	Matriz de operacionalización para el objetivo 3.....	56
Tabla 4:	Matriz de consistencia .....	60
Tabla 5:	Resultados del objetivo específico 1: .....	62
Tabla 6:	Resultados del objetivo específico 2: .....	64
Tabla 7:	Resultados del objetivo específico 3: .....	66
Tabla 8:	Resultados del objetivo específico 4 .....	69

### ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 01</b>	<i>Propuesta de mejora</i> .....	80
------------------	----------------------------------	----

## **I. INTRODUCCIÓN**

Los impuestos llegan a representar una clave para el crecimiento de una nación, en donde los recursos estatales no solo son los beneficiados, sino que la población llega a tener beneficio en cuanto a ello, en términos de inversión pública, como consecuencia de una alteración cultural que pone en marcha la conciencia de cada persona, en cuanto al pago de impuestos (Castro y Torralba, 2020).

El caso de Estados Unidos, representa uno de los modelos internacionales pioneros en cuanto a las metodologías ascendentes para controlar y compensar cualquier deficiencia relacionada con una inadecuada cultura tributaria, en donde después de un periodo de tardanza de 6 años, durando desde el periodo 2011, se ha optado por la incorporación de un programa de auditorías aleatorias, que ha generado la reducción de la no declaración de ingresos, conllevando a la reducción del 50% en cuanto a los casos relacionados con la administración tributaria (Gómez y Morán, 2020).

En el ámbito internacional, un estudio desarrollado en Colombia Manifestó que, la falta de cultura tributaria tiende a ser la causa principal de los ilícitos tributarios y la evasión tributaria, donde la administración tributaria tiende a estar inmersa dentro de esta, generando como consecuencia el desmejoramiento, especialmente la del sistema de recaudación tributaria, las cifras altas de evasión y fraude fiscal, así como también el desconocimiento de los ciudadanos respecto al cumplimiento de los deberes formales establecidos sobre las distintas leyes que tienden a regir los tributos. Asimismo, el bajo respeto y/o cumplimiento hacia las normas, el amplio desconocimiento y la desconfianza en un uso eficaz del estado hacia los tributos es otro de los problemas (Bustamante et al., 2020).

En referencia con América Latina, por citar a Colombia, se puede manifestar que la actividad comercial ha sido afectada por una tarifa del 12% en cuanto a las facturas de transacción, porcentajes que ponen en evidencia la realidad que salvaguarda ello y que manifiesta las decisiones que se encuentran relacionadas con la decisión de no pagar impuestos, en donde se buscan estrategias para no justificar ventas, siendo una de las principales causas, el no declararlas (Tene, 2019).

Así mismo, de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en América Latina se suele registrar un promedio del 50% de actividades económicas informales, sobre los cuales la cultura tributaria llega a tomar partido directo en ello, en donde la vulnerabilidad de toma de decisión es consecuencia del sector social y jurídico (Ortiz, 2021).

En lo que respecta al ámbito nacional, una investigación manifestó que, el bajo discernimiento en lo que refiere a tributación, el quebrantamiento de las organizaciones y demás negocios, así mismo, la falta de información y concientización tributaria conlleva a que muchos comerciantes no cumplen con sus deberes tributarios, donde una de las causas es que muchos de los negocios (actividades) no poseen RUC (Registro único de contribuyentes), sobre los cuales se aumenta el desarrollo de actividades ilícitas (Huamán, 2022).

Asimismo, la cultura tributaria en la actualidad llega a tener obstáculos relacionados con la corrupción de autoridades, la desconfianza de la población, la evasión de impuestos, entre otros elementos externos, que no hacen más que generar un mayor índice de informalidad dentro del país, y conllevando a que los principales afectados sean los pobladores (Guale, 2022).

Del mismo modo, un estudio manifestó que, según la SUNAT desde muchos años el Perú se viene enfrentando a este grave problema, lo cual se encuentra sustentado en que sólo 12.700 empresas tienden a cumplir de forma responsable con el 75% del total del impuesto, por lo que alrededor de 1,8 millones de pequeños emprendimientos y empresas en general, suelen aportar sólo el 25%, en correspondencia con la estadística e información expuesta por la SUNAT (Zanabria, 2021).

En el ambiente regional, un estudio desarrollado a los comerciantes de Huánuco evidenció que uno de los problemas principales viene a ser el cumplimiento de los comerciantes respecto a las obligaciones tributarias, lo que genera problemas en la recaudación por parte del estado. Asimismo, el estudio señaló que los comerciantes vienen presentando poca conciencia tributaria frente a los pagos de los impuestos que deben cumplir, mientras que, también se encontró otros comerciantes pese a tener conocimiento tampoco cumplen con sus obligaciones tributarias (Ponce, 2019).

En el contexto se puede evidenciar que, en la empresa “Ferrepablo” situada en el departamento de Huánuco, se puede visualizar que la empresa no viene cumpliendo de forma adecuada con los pagos de impuestos tributarios a los que están obligados, asimismo, se puede ver un vacío que hay en cuanto a la falta de conocimiento, conciencia tributaria, educación tributaria y valores tributarios, por lo tanto el personal de la empresa no sabe qué factores está integrado en la cultura tributaria, además no conocen cuales son las obligación y derechos tributarios que deben de cumplir, mientras que, otros no tienen información referente al pago de impuestos. Así mismo, se puede manifestar que el vacío del conocimiento está centrado en las falencias que se llegan a tener en cuanto a la comprensión de la importancia de la declaración de

impuestos o tributos, con la finalidad de poder mantener su viabilidad con el pasar del tiempo, en donde la organización analizada no cuenta con ningún plan que permite aumentar el nivel de cultura tributaria y generar con ello la posibilidad de mejora en referencia con los tributos, buscando sustento y la legalidad en la justificación de estos. De acuerdo con lo manifestado, por lo expuesto el enunciado del problema es: **¿Cuáles son las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco y cómo mejorarlas, 2023?**

En cuanto al objetivo general, se ha planteado podido manifestar lo el siguiente: Identificar y describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco y hacer una propuesta de mejora, 2023.

Mientras que, los objetivos específicos, han quedado redactados de la siguiente manera:

1. Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023.
2. Identificar y describir las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.
3. Realizar un análisis comparativo de las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.
4. Hacer una propuesta para mejorar las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.

En referencia con el vacío del conocimiento, la entidad en estudio no contó con un plan estratégico que se centre en la mejora de la cultura tributaria, considerando con ello una inadecuada condición de esta, conlleva a que los representantes o trabajadores de la entidad, no cuentan con el reconocimiento en cuanto a la conciencia tributaria o el interés por pagar los tributos, ello puede conllevar a que la organización no pueda sostenerse con el pasar del tiempo, debido a que su área contable puede llegar a estar realizando acciones que a la larga pueden traer consecuencias económicas y financieras

Así mismo, la importancia de la investigación radicó en que esta contribuyó hacia la entidad en términos de plantear una propuesta sostenible en el tiempo que pueda garantizar el adecuado accionar de ésta en términos de pago de tributos, con la finalidad de que la entidad pueda reorientar sus estrategias tributarias en cuanto a la reglamentación de la SUNAT.

Desde la pertinencia del estudio, este planteó una solución real que involucra a la entidad en estudio, sobre la cual las falencias han estado centradas en la cultura tributaria, en donde ello establece a la conciencia, valores, actitudes y conocimiento tributario, buscando compensarse con el diseño de una propuesta de mejora.

En referencia con el aporte práctico, el diseño de una propuesta de mejora correspondió a beneficiar directamente hacia su posible uso por parte de demás investigadores o entidades dedicadas hacia un rubro igual o similar, con lo cual se pudo beneficiar no solo a la mejora de la recaudación de la entidad correspondiente, así mismo se ha beneficiado la competencia dentro del área comercial.

Así mismo, se pudo ver con claridad las dificultades y riesgos que tiene al no cumplir con sus obligaciones tributarias, para ellos se pueda tomar en consideración

la propuesta de mejora, con la finalidad de poder ofrecer una solución eficiente en términos de poder evadir o incumplir con sus obligaciones tributarias.



## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes:**

#### **2.1.1. Internacionales**

En esta investigación se entendió por antecedentes internacionales a todo trabajo que llegan a ser creados como aquel conjunto de estudios sobre los cuales se puede encontrar relación respecto a la variable de análisis, en consideración de no haber sido desarrollados dentro de alguna ciudad de Perú.

Quispe et al. (2020) en su trabajo de investigación titulada: “La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador”, planteó examinar los efectos de la cultura tributaria en la evasión fiscal de los comerciantes. La metodología fue explicativa, el tamaño muestral constituido por 307 comerciantes y se trabajó con un cuestionario para conseguir información. Los resultados expusieron que, referente a los factores más significativos vienen a ser: los obligatorios y los de beneficio, además el 41% pertenecen al tipo de contribuyente, el 57% al RUC y el 2% al contribuyente especial. Por ello, se concluyó que la cultura tributaria si tienden a influir significativamente sobre la evasión tributaria.

Rodríguez (2020) en su tesis titulada: “Importancia de la cultura tributaria en MIPYMES”, buscó analizar la importancia de la cultura tributaria en la MIPYMES. La metodología presentó un estudio descriptivo, cuantitativo, no experimental, el tamaño muestral conformado por fuentes documentales, por lo que se aplicó el análisis documental. Los resultados arrojaron que, el 36.6% fueron empresas del sector industrial, el 49.5% servicios, el 14.4% ganadería, agricultura, pesca y silvicultura, referente a la recaudación IVA está osciló entre el 46% y 54%, mientras que, la Recaudación IR osciló entre el 35% y 37%. Por ello, el estudio concluyó que, la

importancia que crean las MIPYMES frente a la cultura tributaria se basa en el aporte significativo sobre la economía del país.

Guale (2022) en su tesis titulada: “Cultura tributaria para los microempresarios de venta de comida y bebidas ubicados en la comuna San Pablo, provincia Santa Elena, año 2022”, buscó estudiar la influencia de la cultura tributaria en los microempresarios de Santa Elena. La metodología exhibió un estudio descriptivo, cuantitativo, deductivo, inductivo, el tamaño muestral integrado por 35 microempresarios, se trabajó con el cuestionario para recabar datos. Los resultados evidenciaron que, 71% fueron comerciantes varones y 29% mujeres, su edad es entre los 35 a 49 años con un 80%, el 31% señaló que sabe lo necesario respecto a Régimen único del contribuyente, el 43% desconoce los tipos de régimen que hay, el 34% el RIMPE, el 23% régimen general, el 69% no emite comprobantes de pago, el 51% no conoce los deberes formales, el 54% no conoce sobre los tipos de impuestos, el 80% no ha sido multado por la administración tributaria, el 63% indicó estar de acuerdo con las infracciones tributarias. Por ello, se concluyó que la existencia del incumplimiento tributario por parte de los microempresarios, donde una de las causas se debe a la escasez de información que reciben y conocen.

### **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 de Huánuco, sobre aspectos relacionados con nuestra variable y unidad de análisis.

Meza (2019) en su tesis titulada: “Cultura Tributaria en las Microempresas de la Asociación de Comerciantes César Vallejo Ate Vitarte, 2018”, planteó como

objetivo examinar la caracterización de la cultura tributaria en las MYPES comerciantes. Su metodología no experimental, básica, el tamaño muestral conformado por 40 comerciantes se trabajó con un cuestionario para adquirir información. Los resultados evidenciaron que, 35% indicó que no recibió educación tributaria, el 66% señaló que si conoce sus obligaciones, pero el 33% no, el 35% manifestó no saber cuáles son sus derechos tributarios, el 39% indicó no haber asistido a charlas sobre cultura tributaria, el 27%, 25% y 22% conoce los tributos que debe pagar, el 50% indicó que la educación tributaria puede generar conciencia tributaria, asimismo, el 57% mostró tener baja educación tributaria, mientras que el, 45% baja conciencia tributaria. Por lo cual se concluyó que, mientras más conocimiento tengan los contribuyentes, estos son más conscientes en contribuir con el estado y la recaudación tributaria a fin de la mejora del país.

Bernal (2021), en su tesis titulada “La Cultura Tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Carabayllo 2020: un Estudio Descriptivo”, ha considerado la necesidad de valorar cómo es que la cultura tributaria llega a verse desarrollada en las microempresas de la localidad de Carabayllo. La metodología fue descriptiva, en donde se ha considerado el empleo del cuestionario hacia un total de 253 MYPES. Los resultados han manifestado que el 3.20% de las empresas que han contado con una cultura tributaria baja, han manifestado la condición de microempresa; mientras que, el 17.50% de las entidades que han evidenciado una cultura tributaria alta, han señalado haber contado con la condición de pequeña empresa. De acuerdo con lo manifestado, se ha concluido que las entidades deben de responsabilizarse con sus obligaciones tributarias, con la finalidad de poder

exponer una política de crecimiento sostenida y que pueda beneficiar directamente hacia la generación de ganancias por parte de la entidad.

Yucra (2022) en su tesis titulada: “Caracterización de la cultura tributaria en las micro y pequeñas empresas: caso comercial Beto – Ayacucho, 2019”, planteó examinar las principales características de la cultura tributaria en las MYPES del sector comercio del Perú. La metodología es un estudio descriptivo, cualitativo, no experimental, el tamaño real integrado por fuentes documentales y se trabajó con el análisis documental para adquirir información. Los resultados evidenciaron que, el 72% de los comerciantes no se hallan escritos en RUC, el 53% no pertenecen a ningún régimen, los problemas más representativos son: escasez de información tributaria, falta de sensibilización de los contribuyentes, ausencia de capacitaciones tributarias. Por lo cual, se concluyó que en el Perú existe un déficit en cuanto a la comprensión tributaria por parte de los comerciantes.

### **2.1.3. Regionales**

En este informe de investigación se entiende por antecedentes regionales a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región Huánuco, menos en provincia de Huánuco, donde se hayan utilizado nuestra variable y unidad de análisis,

León (2020), en su tesis titulada “Caracterización de la cultura tributaria de la micro empresa comercial “Corporación Horvasa S.A.C.” – Huaraz, 2018”, ha considerado el análisis de la caracterización de la cultura tributaria en cuanto a la entidad planteada. La metodología ha evidenciado un diseño cuantitativo y descriptivo, en donde se ha contado con una muestra de 12 trabajadores, considerando el empleo de la encuesta para el recojo de la información. Los resultados han señalado que el 33.30% de la muestra ha pagado sus tributos, en donde el 91.70% han recibido

charlas y el 66.70% han motivado a sus familiares para que estos puedan cumplir con sus pagos tributarios. Así mismo, se ha concluido que la entidad analizada no ha contado con los adecuados conocimientos tributarios, manteniendo una percepción desfavorable en cuanto a tributación, contando con una conducta tributaria que a pesar de ir acorde con la conducta tributaria, ha requerido de mejora.

Isidro (2020) en su investigación: “Cultura y la evasión tributaria en las empresas de agroquímicos de Huánuco, 2017”, donde el objetivo fue examinar la influencia de la cultura tributaria sobre la evasión tributaria en los negocios comerciales. La metodología diseño un estudio correlacional, descriptivo, no experimental, cuantitativo, el tamaño muestral conformado por 75 empresas y se trabajó con el cuestionario para recabar la información. Los resultados evidenciaron que, si consideran que los contribuyentes tienen conciencia tributaria, el 60% indicó que sí y el 40% que no, respecto que sí, están de acuerdo en cumplir con el pago de sus obligaciones, el 87% dijo que si y el 13% que no, referente a si conocen los beneficios que genera el pago a tiempo de los tributos, el 80% dijo que sí y el 20% que no, respecto a si han recibido alguna vez información sobre cultura tributaria, el 60% señaló que sí y el 40% que no. Por ello, se ha alcanzado a concluir la existencia de incidencia significativa entre las variables analizadas.

Villanueva (2021), en su estudio “Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la feria artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018, en donde se ha planteado el objetivo general de valorar la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes dentro de la entidad en estudio. La metodología ha manifestado un diseño descriptivo, en donde se ha planteado el uso del cuestionario aplicado hacia un total de 20 comerciantes. Los resultados han expuesto que el 75.00% de la muestra ha

señalado que los servicios ofrecidos por la entidad han sido inadecuados, el 60.00% han manifestado que no han cumplido con el pago de sus tributos de forma oportuna y estos han contado con una cantidad reducida de valores en términos de pago tributario. De acuerdo con ello, se concluyó que los conocimientos en términos de tributación han sido inadecuados, no contando con una elevada educación tributaria y no hallándose aptos para poder mantener una perspectiva coherente en términos de gestión de tributos.

#### **2.1.4. Locales**

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

Rivera (2020) en su tesis titulada: “Cultura y evasión tributaria en las empresas ferreteras del distrito de Huánuco, 2017”, donde su estudio planteó como objetivo general, analizar la incidencia de la cultura tributaria sobre la evasión tributaria en las empresas ferreteras. La metodología ostentó un estudio descriptivo, cuantitativo, correlacional, aplicado, el tamaño muestral conformado por 89 participantes, y se trabajó con un cuestionario para recabar información. Los resultados evidenciaron que, referente a sí consideran que los comerciantes tienen conocimientos tributarios, el 83% manifestó que sí y el 17% que no, respecto a si cumplen con el pago de sus impuestos, el 92% señaló que sí y el 8% que no, respecto a si creen que los contribuyentes tienen educación tributaria, el 70% dijo que no y el 30% que sí, mientras que, respecto a sí mediante la difusión y orientación tributaria reduce la evasión tributaria, el 88% manifestó que sí y el 12% que no. Por lo cual se concluyó que, sí que hay incidencia significativa entre las variables en las empresas ferreteras.

Arauzo (2019), en su estudio titulado “Cultura tributaria y evasión tributaria en las empresas ferreteras del distrito de Huánuco – 2017”, donde se ha considerado el objetivo de valorar la realidad de la cultura tributaria y la incidencia que se ha manifestado en cuanto a la evasión tributaria dentro de las entidades analizadas. La metodología consideró un diseño no experimental, en donde se ha establecido la aplicación de la encuesta hacia un total de 45 individuos. Los resultados han señalado que el 83.00% de la muestra en estudio ha mantenido un nivel de conocimiento tributario medio, en donde únicamente el 17.00% de estos han alcanzado un desconocimiento total de este tipo de conceptos, evidenciando una educación tributaria que ha podido traer consecuencias directas en términos del cumplimiento de la evasión tributaria. Se concluyó con ello, la existencia de relación entre las variables, manteniendo una sigma inferior.

Senia (2018), en su investigación “Cultura tributaria y la evasión tributaria en las empresas comerciales de productos agroquímicos del Distrito de Huánuco, 2017”, expuso el objetivo de valorar la condición actual de la cultura tributaria y la relación que se ha manifestado con la evasión tributaria en las empresas en estudio. La metodología ha correspondido a un diseño descriptivo correlacional, contando con el uso del cuestionario para la aplican de los colaboradores de 75 empresas. Los resultados han expuesto que, el 87.00% de los encuestados han estado de acuerdo con el pago de sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, en donde únicamente el 13.00% de estos no han estado de acuerdo, exponiendo que los comerciantes de pesar de reconocer que estuvo mal no pagar sus impuestos tienden a realizarlo por un tema de cultura. En base a lo señalado, se ha concluido que existió relación entre las

variables, manteniendo una sigma inferior a 0.050 que ha demostrado la existencia de incidencia entre estas.

## **2.2. Bases teóricas:**

### **2.2.1. Teorías de la cultura tributaria**

#### **2.2.1.1 Teorías de la cultura tributaria**

##### **2.2.1.1.1. Teoría de Richard M. Bird-Valor de la Equidad**

La Teoría de la Cultura Tributaria de Richard M. Bird establece que se centra en tres principios: el respeto a la ley, el valor de la equidad y la responsabilidad del Estado. Los contribuyentes se comportan de manera diferente según la cultura política en la que vivan, ya sea aceptando la presión fiscal o resistiéndose a ella (Alvarado y Ángulo, 2019).

En esta teoría, el respeto a la ley se refiere al nivel de responsabilidad se llega a tener en cuanto a la presión fiscal. Finalmente, la responsabilidad del Estado se refiere a la forma en que los contribuyentes perciben el rol del Estado en la recaudación de impuestos. Dependiendo de la cultura política, los contribuyentes pueden sentir que han de cumplir con sus obligaciones tributarias, o bien pueden resistirse a ello (Zhang et al., 2022).

Esta busca explicar cómo los contribuyentes responden a la presión fiscal y cómo la cultura política influye en esta respuesta. Esta teoría se basa en tres principios: el respeto a la ley, el valor de la equidad y la responsabilidad del Estado. Estos principios ayudan a entender cómo los contribuyentes pueden responder diferentemente a la presión fiscal dependiendo de la cultura política en la que vivan (Korostelkina et al., 2020).



#### **2.2.1.1.2 Teoría de John T. Reed-Comportamiento y los Valores**

La Teoría de la cultura tributaria de John T. Reed es una explicación que se centra en el comportamiento y los valores de las personas en relación con el impuesto. Esta teoría afirma que las personas tienen diferentes actitudes hacia el pago de impuestos y estas son influenciadas por la cultura y los valores de la sociedad (Mohammad y Bidin, 2022).

Esto significa que las personas en las sociedades con una cultura más respetuosa con el cumplimiento de los impuestos, como en Estados Unidos, son más propensas a pagar sus impuestos de manera responsable. Por el contrario, en aquellas sociedades con una cultura menos comprometida con el cumplimiento de los impuestos, como en algunas partes de Europa, la gente es menos propensa a cumplir con sus obligaciones tributarias. La Teoría de la cultura tributaria de John T. Reed ofrece una explicación útil sobre el comportamiento y los valores que influyen en la forma en que la gente se acerca a sus responsabilidades tributarias (Chen y Jebran, 2020).

#### **2.2.1.1.3 Teoría de Joel Slemrod-Cumplimiento Tributario**

La teoría de la cultura tributaria de Joel Slemrod se refiere a la creencia de que los contribuyentes se sienten motivados tanto por la ley como por la moralidad a pagar impuestos. Esta teoría sugiere que los contribuyentes pueden tomar decisiones éticas y morales sobre el pago de impuestos, incluso si la ley no los exige. La teoría de Slemrod también señala que el cumplimiento tributario se ve afectado por factores culturales, tales como la moral, la ética y la autoimagen (Bhatt 2021).

Así, esta teoría también argumenta que la moralidad y la ética influyen en el comportamiento tributario. Por lo tanto, la teoría de Slemrod plantea que la educación, el liderazgo y la cultura tienen un papel importante en la formación de la cultura

tributaria. Esta teoría salvaguarda la mejora de la problemática planteada por medio de la educación, el liderazgo y el ejemplo. Esto puede ayudar a los contribuyentes a entender los impuestos y a tomar decisiones éticas y morales al momento de pagar sus impuestos (Bhatt 2021).

#### **2.2.1.1.4 Teoría de Gaetano-Conciencia Tributaria**

La teoría de la cultura tributaria fue desarrollada por el economista italiano Gaetano Mosca en el año 1896. Esta teoría se basa en el principio de que el órgano estatal responsable de la recaudación de impuestos es el único que tiene el poder de determinar cómo se distribuye el dinero recaudado. Esta teoría ha sido ampliamente utilizada por los gobiernos para establecer sistemas de tributación y promover el comportamiento fiscal responsable entre los contribuyentes (Calduch, 2019).

La teoría de la cultura tributaria de Mosca se centra en la importancia del estado para promover el cumplimiento de sus normas fiscales. Esta teoría sostiene que el estado debe aplicar medidas para promover una cultura de respeto por las leyes fiscales entre los contribuyentes. Esta teoría también señala que el estado debe aumentar la conciencia fiscal entre los contribuyentes a través de campañas educativas y sanciones por la evasión fiscal (Fuadah et al., 2022).

En resumen, la teoría de la cultura tributaria de Gaetano Mosca sostiene que el estado debe establecer una cultura de cumplimiento fiscal entre los contribuyentes para lograr una recaudación eficiente de impuestos. Esta teoría se basa en la idea de que el estado debe proporcionar información adecuada sobre los impuestos a los contribuyentes y promover una cultura de respeto por el cumplimiento de las leyes fiscales (Chen et al., 2021).

### **2.2.1.2 Características de la cultura tributaria**

La cultura tributaria representa el conjunto de aparentes básicos de conducta respecto a una ciudadanía que asume y cumple lo que es oportuno y, lo que no se evitar respecto al pago de tributos en una nación, que deriva en un mayor o menor cumplimiento sobre sus obligaciones tributarias. Frente a ello, es que la cultura tributaria se caracteriza por el nivel de conocimientos, hábitos positivos y actitudes referentes a la tributación (Bani et al., 2022).

Asimismo, otra de las características de la cultura tributaria es que, son de carácter obligatorio, es decir; que los gravámenes impositivos que son impuestos por las autoridades deben de regularizarse según las normativas, de modo que los ciudadanos cumplan responsablemente con sus pagos tributarios a fin de evitar las multas (Rashid, 2020).

Del mismo modo, son de carácter económico, dado que a través de las recaudaciones que el gobierno realiza, este debe de destinar dichos pagos en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos. Además, son de carácter contribuyente, es decir; los individuos que brindan sus servicios están en la obligación de aportar los respectivos tributos al gobierno (Schatan et al., 2019).

### **2.2.1.3 Principios tributarios**

Los principios tributarios se clasifican en dos tipos: los Principios explícitos y los implícitos. Respecto a ello, los principios explícitos vienen a ser aquellos que se encuentran explícitamente detallados en los textos y estos están compuestos por: el principio de legalidad y reserva de ley, principio de igualdad, principio de no confiscatoriedad, principio de respeto a los derechos humanos y finalmente el principio de irretroactividad en materia tributaria (Churchil, 2022).

Mientras que, los principios implícitos, representan aquellos principios que, pese a que no se hayan manifestados de forma expresa en los textos normativos, igualmente son importantes para el control de la potestad tributaria, frente a ello es que, en este grupo se encuentra: principio de seguridad jurídica, principio de capacidad contributiva, principio del beneficio y costo del servicio y el principio de generalidad (Pathirana, 2021).

Asimismo, dichos principios resultan ser importantes dado que se usan para proteger a los contribuyentes, accediendo a que la recaudación de impuestos no genere afectaciones sobre las propiedades de los privados. Frente a ello, es que la importancia de estos conlleva a que haya un equilibrio entre los impuestos que se recaudan y la capacidad económica de la ciudadanía (Miranda, 2023).

#### **2.2.1.4 Características de los principios tributarios**

Los principios constitucionales tributarios componen limitaciones efectivas hacia el ejercicio del Poder Tributario, cuando son específicas manifestaciones acerca de los derechos y garantías esenciales del contribuyente. Dichos principios representan la primera garantía de los contribuyentes frente a la posible arbitrariedad o el abuso del poder; además evidencian una asociación de interdependencia y equilibrio, sin que haya ningún grado entre ellos (Churchil, 2022).

Asimismo, dichos principios se caracterizan por ser elementos de apoyo normativo a fin de conseguir una adecuada aplicación del derecho, accediéndole al legislador y al juez constitucional examinar un ajuste respecto a la norma tributaria a la Constitución avalando los derechos esenciales de los contribuyentes. Igualmente, los tribunales permiten diseñar, mediante la jurisprudencia, el alcance de dichos principios dentro del sistema tributario (Pathirana, 2021).

Por otro lado, los principios son los encargados de regularizar la potestad tributaria que el estado tiene al restringirlos a su cumplimiento estricto, impidiendo de esta manera que el estado presente un control total al momento de establecer, cambiar, y eliminar los tributos (Miranda, 2023).

## **2.2.1.5 Dimensiones de la cultura tributaria**

### **2.2.1.5.1 Conciencia tributaria**

#### **Conciencia tributaria**

La conciencia tributaria viene a ser el nivel de saberes que los ciudadanos tienen respecto al sistema tributario. Frente a ello, es fundamental que la población presente una adecuada cultura tributaria, dado que esto permitirá percibir que las recaudaciones que el Estado realiza son usadas para fortalecer las debilidades que el país presenta, donde los tributos recaudados y que corresponden a la ciudadanía deben ser administrados de manera eficaz y que estos contribuyan al crecimiento del país (Calduch, 2019).

Asimismo, representa el conjunto de conocimientos y percepciones, las cuales tienden a ser compartidas y expuestas por los individuos a través de las tributaciones y sus pagos correspondientes. Conjuntamente, esta conciencia se evidencia por medio del cumplimiento voluntario y puntual de sus pagos, así como de las obligaciones tributarias que el contribuyente realiza a fin de que este no presente sanciones (Li et al., 2022).

Por otro lado, esta conciencia se basa en cultivar y poner en práctica los valores éticos, así como una responsable convivencia ciudadana, donde ello está reflejado a través del cumplimiento de las obligaciones tributarias como una responsabilidad y/o necesidad que requiere el país, en la mira de contribuir con el desarrollo económico,

social y político, además cuando esta percepción en positiva se logra cumplir con las obligaciones y se reduce la informalidad (Toumi et al., 2022).

#### **2.2.1.5.2 Valores tributarios**

Los valores tributarios, representan la manera en cómo se desarrolla el cumplimiento del pago referente a las obligaciones tributarias, lo que significa; las formas de pago, facturación, reportes y declaraciones y otros aspectos. Asimismo, los valores tributarios también simbolizan a los principios, los mismos que son expuestos en la sociedad, a través de la conducta que el contribuyente muestra frente a la SUNAT (Mohammad y Bidin, 2022).

De igual manera, los valores direccionados con la tributación demuestran el actuar del contribuyente respecto al cumplimiento puntual y eficaz de las obligaciones impositivas. Igualmente, dichos valores dan a conocer las conductas responsables de los contribuyentes referente al cumplimiento adecuado, derechos y obligaciones concernientes a la materia tributaria (Yucra, 2022)

Por otro lado, los valores acerca de los tributos representan los deberes de responsabilidad que la ciudadanía tiene respecto al pago de los tributos y demás contribuciones, asimismo, las declaraciones representan todos los actos de honestidad respecto a dichas tributaciones, así como los pagos puntuales según los establecido por la SUNAT (Bustamante et al., 2020).

#### **2.2.1.5.3 Actividades tributarias**

Las actitudes tributarias viene a representar las conductas tanto positivas como negativas, por parte del contribuyente frente a la gestión del Estado, en lo referente a la administración y destinación de los tributos; asimismo, dichas actitudes tienden a depender de la gestión positiva y/o negativa que desarrolla la Administración

Tributaria (AT) en donde el Estado cumple un rol esencial respecto a la distribución y uso de los recursos, en la mira de realizar un adecuado funcionamiento en los servicios públicos (Hussein et al., 2020).

Igualmente, las actitudes tienden a verse manifestadas (positiva/negativamente) cuando los ciudadanos comprueban que el pago de sus impuestos se encuentra evidenciado en la ejecución de las obras, educación, salud, u otras gestiones, reflejando como es que se está efectuando la gestión sus pagos. Asimismo, la actitud frente representa el empleo de los impuestos, frente a la corrupción del estado o lo concerniente a la equidad tributaria (Kuandykov et al., 2021).

De forma similar, representa el conjunto de principios, conductas, valores y otros aspectos, los cuales conllevan a la práctica respecto al manejo de dichas tributaciones, de manera consciente o racional, las mismas que tienden a incidir sobre el pago correspondiente de los tributos. Frente a ello, las actitudes derivan de las gestiones y/o manejos del estado acerca del manejo de los pagos provenientes de los contribuyentes (Korostelkina et al., 2020).

#### **2.2.1.5.4 Conocimiento tributario**

El conocimiento tributario representa los saberes que tiene ciudadanía referente a la tributación y temas afines, donde dicho conocimiento accede que estos puedan ser conscientes acerca del destino del pago de los tributos y así logren cumplir de forma eficaz con sus obligaciones tributarias por medio de la participación e intervención del Gobierno (Abuselidze y Gogitidze, 2020).

Del mismo modo, este conocimiento es crucial dado que accede a que los individuos puedan tener noción acerca de los impuestos y su pago de ellos,

permitiendo a que el contribuyente vea su aportación como una responsabilidad positiva y no como algo contradictorio. Además, este conocimiento evidencia un nivel de información alcanzado por los contribuyentes respecto a las restricciones y actuaciones del sistema tributario (Bhalla et al., 2022).

Asimismo, representa el entendimiento referente al concepto acerca de los tributos desde la perspectiva de una política fiscal responsable que contribuye al desarrollo de los Estados. Frente a ello, tener conocimiento permite que se planifique lo correspondiente a los pagos, así como establecer planificaciones fiscales, a fin de que se tomen decisiones eficientes sin incurrir en el incumplimiento de estos pagos (Susyanti y Askandar, 2019).

### **2.2.2 Teoría de la empresa**

Una empresa se define como una organización que tiene como objetivo obtener una ganancia. Esta es una entidad legalmente constituida que permite a sus propietarios cumplir con sus propios objetivos comerciales. Para lograr sus propósitos, la empresa participa en la producción y distribución de bienes y servicios (García, 2019).

Los dueños de las entidades son los responsables en cuanto al movimiento económico de un país, debido a que estas desarrollan acciones que se encuentran centradas en aumentar el dinamismo económico de un estado, en plena satisfacción de las necesidades de una sociedad (Sutrisno y Dularif, 2020).

Por lo tanto, la empresa es una organización con el propósito de obtener una ganancia, en la que los propietarios administran los recursos disponibles para alcanzar sus objetivos comerciales. Esto incluye la producción y distribución de bienes y servicios ajustándose a las leyes y normativas vigentes (Ispriyarso et al., 2021).

#### **2.2.2.1 Clasificación de las empresas**



## **Estrategias de una empresa**

Las características de una empresa son el conjunto de rasgos que la distinguen de otras organizaciones similares. Estas pueden ser estructurales, políticas, financieras o de otra índole. Estas características ayudan a diferenciar a la empresa de otros competidores, permitiendo ofrecer una propuesta de valor única y diferenciadora. Por otro lado, también son una fuente de información para los inversores y los empleados que quieran unirse a la empresa (Chen y Jebran, 2020).

En primer lugar, una empresa puede tener una estructura corporativa única, que incluye la distribución de responsabilidades y el mecanismo para alcanzar los objetivos de la compañía. Además, cada organización tiene una cultura corporativa propia que refleja sus valores de negocio, cómo se conducen los negocios y cómo se tratan a los clientes. Por último, la estrategia de la empresa determina cómo utiliza los recursos y cómo se enfrenta a los retos del mercado. Estas características únicas son la base para que la empresa se destaque y se diferencie de sus competidores (Rifki y Yustrida, 2021).

### **2.2.3 Teoría de las micro y pequeñas empresas**

Conforme a la **Ley N° 28015**, que es la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, establece en su artículo 2° que “La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

#### **2.2.3.1 La Ley 30056**

Según la **Ley 30056**, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, lleva a impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial en su título II y capítulo I define las características de las micro, pequeñas y medianas empresas, estableciendo categorías empresariales en función de sus niveles de ventas anuales de la siguiente forma: Microempresa, cuyas ventas anuales sean hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT); Pequeña empresa, cuyas ventas anuales sean superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700UIT; Mediana empresa, cuyas ventas anuales sean superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT.

### **2.2.3.2 El régimen tributario Mype**

Las micro y pequeñas empresas son aquellas que cuentan con un número limitado de empleados (entre 1 y 50), un capital limitado y una producción relativamente reducida. Estas organizaciones se caracterizan por su capacidad de adaptación al entorno, su flexibilidad y su innovación (Alvarado y Ángulo, 2019).

El concepto de micro y pequeña empresa es amplio y abarca desde los negocios familiares hasta las empresas más grandes, que aún mantienen una escala relativamente pequeña. Estas empresas suelen emplear menos personas que las grandes empresas y tienen limitaciones presupuestarias (Puigví, 2022).

La importancia de las micro y pequeñas empresas es enorme, ya que contribuyen a la economía al generar empleos, impuestos y actividad comercial. Estas organizaciones también son un motor clave para el desarrollo económico local (Guerra y Harrington, 2022).

Las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) tienen una serie de particularidades que las identifican. Por un lado, se caracterizan por ser organizaciones con recursos

limitados y un número reducido de trabajadores. Generalmente son emprendimientos familiares, en los que los miembros de la unidad doméstica se involucran en el proceso de producción. Además, suelen ser empresas regionales, con una actividad económica limitada a un área específica. Por otro lado, suele haber una escasa diversificación en los productos o servicios que ofrecen. Esto significa que suelen especializarse en un área específica de la economía, en la que ofrecen soluciones a los problemas de la comunidad local (Susyanti y Askandar, 2019).

### **2.2.3 Teorías de los sectores productivos**

#### **2.2.3.1 Actividad económica**

Los sectores económicos productivos llegan a ser concebidos como toda aquella área comercial, sobre la cual se exhibe la realización de una actividad económica, con la finalidad de poder manifestar la satisfacción de una necesidad. En términos del sector primario, se pone en evidencia la explotación de los recursos naturales de una localidad. El sector secundario comprende el procesamiento de los productos obtenidos del sector primario, como la industria manufacturera, la construcción, la minería y la energía. Por último, el sector terciario se refiere a los servicios, como el comercio, la administración, la educación, la salud y los servicios de transporte (Urdaneta et al., 2021).

La distribución de la actividad económica entre los tres sectores productivos varía de un país a otro. Por ejemplo, en algunos países el sector primario es el que contribuye en mayor medida al PIB, mientras que en otros el sector secundario es el más importante. Esto depende de los recursos naturales y la infraestructura disponible en el país, así como de las políticas económicas implementadas por el gobierno (Chen et al., 2021).

### **2.2.3.2. Características del nivel de producción**

Las características del sector económico productivo abarcan una amplia gama de factores, desde el nivel de producción y los tipos de bienes y servicios ofrecidos hasta los precios de mercado y la oferta competitiva. Estas características son importantes para entender cómo funciona la economía y cómo están conectadas las empresas individuales con el resto del mundo. Por ejemplo, los precios de mercado afectan la producción de una empresa, mientras que la oferta competitiva afecta el precio de los bienes y servicios. Además, la cantidad de recursos disponibles también influye en el nivel de producción. Estos factores, junto con las políticas gubernamentales, son los principales factores que influyen en el funcionamiento del sector productivo (Mohammad y Bidin, 2022).

### **2.2.3.3. Importancia del desarrollo económico**

La importancia del sector económico productivo es innegable y debe ser considerada como una prioridad para el desarrollo económico de un país. Esto se debe a que el sector productivo es el encargado de generar los bienes y servicios que se ofrecen al mercado y, por lo tanto, el que contribuye de manera directa a la creación de riqueza. Además, esta actividad contribuye a la generación de empleo y a la redistribución de ingresos, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de la población. Por ello, la implementación de medidas que promuevan la productividad y el crecimiento de este sector es indispensable para lograr la sostenibilidad económica del país (Chen y Jebran, 2020).

Así, la importancia de este sector radica en su papel como generador de riqueza, como promotor de empleo y como impulsor de la innovación tecnológica (Rifki y Yustrida, 2021).

#### **2.2.3.4. El sector comercio**

El sector e comercio se refiere a la actividad empresarial que involucra la adquisición y venta de bienes y servicios. Estas actividades se realizan entre los principales agentes del mercado: productores, distribuidores, minoristas y consumidores. Esta actividad también está relacionada con la producción, el transporte y la distribución de bienes (Urdaneta et al., 2021).

El comercio actúa como una vía para que los productos lleguen desde el lugar de producción hasta los consumidores. Esto generalmente involucra el transporte, el almacenamiento, la distribución, la promoción y la venta de productos. El comercio también incluye el intercambio de bienes y servicios entre dos o más agentes, como los comerciantes, los productores, los minoristas y los consumidores (Zhang et al., 2022).

El comercio es un importante motor de la economía y es responsable de la creación de empleo, así como de la inversión y el desarrollo económico. El comercio también es un factor decisivo para el progreso social y económico, generando con ello, una serie de oportunidades que promuevan el incremento de la economía (Korostelkina et al., 2020).

#### **2.2.3.5 Actividades comerciales**

Las características del sector económico comercio se refieren a las actividades comerciales que se llevan a cabo para el intercambio de bienes y servicios. Estas actividades incluyen la producción, distribución, compra y venta de bienes y servicios, y el intercambio de información relacionada con estas actividades (Gutiérrez et al., 2019).

El comercio se caracteriza por su amplia gama de actividades que abarcan desde la producción de bienes y servicios hasta su distribución a los consumidores, pasando por la compraventa y la negociación de precios. Estas actividades se llevan a cabo en entornos globales, lo que implica una gran cantidad de intercambios entre los participantes en el proceso comercial. Asimismo, el comercio supone el manejo de una gran cantidad de información, lo que requiere de una fuerte inversión en infraestructura tecnológica y en recursos humanos especializados (Abuselidze y Gogitidze, 2020).

#### **2.2.3.6 Breve descripción de la empresa del caso de estudio**

La Ferretería Ferrepablo, con Ruc 10416933249, con domicilio legal en la Av, Universitaria- Cayhuayna frente al paradero los Ficus, en Huánuco, Perú, es una empresa dedicada al comercio de ferretería. Ofrece una gran variedad de productos y herramientas para la construcción, mantenimiento y decoración de edificios, desde materiales básicos como clavos, tornillos y tuercas, hasta herramientas eléctricas como taladros, lijadoras y sierras. Además, ofrecen una amplia gama de productos para el hogar, como pinturas, cerraduras, luces, tuberías, entre otros.

Ferretería Ferrepablo también ofrece productos de calidad superior, así como asesoramiento técnico para ayudar a sus clientes a elegir el producto que mejor se adapte a sus necesidades. Los precios son competitivos y se ofrecen descuentos para grandes compras. Además, los productos se entregan de forma rápida y segura a domicilio.

Esta empresa también cuenta con un servicio de atención al cliente profesional y un centro de ayuda en línea para contestar preguntas y asesorar a los clientes sobre los productos y servicios que ofrecen. Así mismo, cuentan con una política de devolución y cambio de productos, para garantizar la satisfacción del cliente.

## **2.3 Marco conceptual:**

### **2.3.1 Definición de la cultura tributaria**

#### **2.3.1.1 Cultura tributaria**

La cultura tributaria abarca todas las etapas del proceso tributario, desde el momento en que el contribuyente se compromete con el pago de los tributos, hasta el momento en que la administración tributaria verifica el cumplimiento de la obligación fiscal. Esto se logra mediante una relación de respeto mutuo entre ambas partes (Calduch, 2019).

La cultura tributaria es esencialmente una cuestión de responsabilidad fiscal, donde el contribuyente debe tener una actitud responsable al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias, mientras que la administración tributaria debe actuar con imparcialidad, transparencia y profesionalismo. Esto significa que ambas partes deben cumplir con los principios de legalidad, proporcionalidad y equidad. El principio de legalidad implica que todas las acciones de la administración tributaria deben estar de acuerdo con la ley. El principio de proporcionalidad es el principio de que la administración tributaria debe aplicar las leyes de manera equitativa. Por último, el principio de equidad significa que el contribuyente debe pagar los impuestos que le corresponden según la ley (Li et al., 2022).

La cultura tributaria no es solo un conjunto de principios, sino también una forma de pensar. Significa que, tanto el contribuyente como la administración tributaria, deben comprender la importancia de los impuestos para el desarrollo económico y social de un país. Esto significa que el contribuyente debe tener una actitud proactiva y estar preparado para cumplir con sus obligaciones fiscales, mientras que la administración tributaria debe aplicar las leyes de manera justa y equitativa.

Esto contribuirá a crear una cultura tributaria saludable que beneficiará tanto a los contribuyentes como a la administración tributaria (Toumi et al., 2022).

### **2.3.1.2 Nivel de comportamiento**

Las características de la cultura tributaria hacen referencia a los patrones de comportamiento de los individuos que componen una determinada sociedad. Estos patrones están relacionados con el cumplimiento de las obligaciones tributarias exigidas por el Estado, como el pago de impuestos y los controles aduaneros (Abuselidze y Gogitidze, 2020).

Estas características varían de un lugar a otro, dependiendo de factores como la historia, la religión, el nivel de desarrollo, la estructura social y el grado de cumplimiento de la ley. Por ello, son importantes para entender el comportamiento de los contribuyentes en relación con la responsabilidad fiscal. Asimismo, ayudan a las autoridades tributarias a diseñar estrategias para aumentar la tasa de cumplimiento de la ley. Por tanto, las características de la cultura tributaria son un elemento clave para comprender el comportamiento fiscal (Susyanti y Askandar, 2019).

### **2.3.1.3 Importancia de cultura tributaria**

La importancia de la cultura tributaria se refiere a los conocimientos y prácticas necesarios para entender y cumplir las responsabilidades tributarias. Esta cultura se relaciona con la comprensión de los principios, normas y procedimientos fiscales que afectan a los contribuyentes. Por ello, se vuelve indispensable para contar con la información correcta y desarrollar una adecuada cultura tributaria (Bhalla et al., 2022).

Además, contar con una cultura tributaria adecuada ayuda a los contribuyentes a cumplir sus obligaciones y a evitar sanciones y multas por no cumplir las normas tributarias. Esto contribuye a aumentar la recaudación de impuestos y el bienestar de



la comunidad. Por lo tanto, es esencial contar con conocimientos y prácticas adecuadas para desarrollar una cultura tributaria eficaz (Mohammad y Bidin, 2022).

### **2.3.2 Definiciones de empresa**

#### **2.3.2.1 Empresa**

Una empresa se define como una organización que tiene como objetivo obtener una ganancia. Esta es una entidad legalmente constituida que permite a sus propietarios cumplir con sus propios objetivos comerciales. Para lograr sus propósitos, la empresa participa en la producción y distribución de bienes y servicios (García, 2019).

Los dueños de las entidades son los responsables en cuanto al movimiento económico de un país, debido a que estas desarrollan acciones que se encuentran centradas en aumentar el dinamismo económico de un estado, en plena satisfacción de las necesidades de una sociedad (Sutrisno y Dularif, 2020).

Por lo tanto, la empresa es una organización con el propósito de obtener una ganancia, en la que los propietarios administran los recursos disponibles para alcanzar sus objetivos comerciales. Esto incluye la producción y distribución de bienes y servicios ajustándose a las leyes y normativas vigentes (Ispriyarso et al., 2021).

#### **2.3.2.2 Estrategias de una empresa**

Las características de una empresa son el conjunto de rasgos que la distinguen de otras organizaciones similares. Estas pueden ser estructurales, políticas, financieras o de otra índole. Estas características ayudan a diferenciar a la empresa de otros competidores, permitiendo ofrecer una propuesta de valor única y diferenciadora. Por otro lado, también son una fuente de información para los inversores y los empleados que quieran unirse a la empresa (Chen y Jebran, 2020).

En primer lugar, una empresa puede tener una estructura corporativa única, que incluye la distribución de responsabilidades y el mecanismo para alcanzar los objetivos de la compañía. Además, cada organización tiene una cultura corporativa propia que refleja sus valores de negocio, cómo se conducen los negocios y cómo se tratan a los clientes. Por último, la estrategia de la empresa determina cómo utiliza los recursos y cómo se enfrenta a los retos del mercado. Estas características únicas son la base para que la empresa se destaque y se diferencie de sus competidores (Rifki y Yustrida, 2021).

### **2.3.2.3 Importancia tributaria**

La importancia de una empresa es un concepto que trasciende su ámbito económico. Está ligado a la satisfacción de sus clientes, la calidad de sus productos y el impacto que trae consigo en el entorno. Por ello, es un factor que hay que tener en cuenta para el desarrollo de la sociedad. Por otro lado, también es relevante para los empleados que trabajan para la empresa, ya que les ofrece una estabilidad laboral y un ambiente de trabajo favorable. Esto contribuye a su satisfacción personal y profesional. Por lo tanto, es una cuestión de suma importancia para la empresa, ya que se considera uno de sus principales valores (Gutiérrez et al., 2019).

### **2.3.3 Definición de MYPE**

#### **2.3.3.1 Definición**

Las micro y pequeñas empresas son aquellas que cuentan con un número limitado de empleados (entre 1 y 50), un capital limitado y una producción relativamente reducida. Estas organizaciones se caracterizan por su capacidad de adaptación al entorno, su flexibilidad y su innovación (Alvarado y Ángulo, 2019).

El concepto de micro y pequeña empresa es amplio y abarca desde los negocios familiares hasta las empresas más grandes, que aún mantienen una escala relativamente pequeña. Estas empresas suelen emplear menos personas que las grandes empresas y tienen limitaciones presupuestarias (Puigví, 2022).

La importancia de las micro y pequeñas empresas es enorme, ya que contribuyen a la economía al generar empleos, impuestos y actividad comercial. Estas organizaciones también son un motor clave para el desarrollo económico local (Guerra y Harrington, 2022).

### **2.3.3.2 Características**

Las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) tienen una serie de particularidades que las identifican. Por un lado, se caracterizan por ser organizaciones con recursos limitados y un número reducido de trabajadores. Generalmente son emprendimientos familiares, en los que los miembros de la unidad doméstica se involucran en el proceso de producción. Además, suelen ser empresas regionales, con una actividad económica limitada a un área específica. Por otro lado, suele haber una escasa diversificación en los productos o servicios que ofrecen. Esto significa que suelen especializarse en un área específica de la economía, en la que ofrecen soluciones a los problemas de la comunidad local (Susyanti y Askandar, 2019).

### **2.3.3.3 Importancia del desarrollo económico**

El papel de las micro y pequeñas empresas en el desarrollo económico es imprescindible. Estas contribuyen a la generación de empleos, riqueza y competitividad, siendo una fuente de inversión para la economía. Debido a ello, su importancia es vital para el crecimiento de los países. Además, son una alternativa para los trabajadores que desean emprender un negocio, donde pueden desarrollar su talento

y habilidades. Por otro lado, también contribuyen al desarrollo de la diversidad social, ya que suelen formar parte de grupos que normalmente tienen menos oportunidades de desarrollo. Por lo tanto, estas empresas son un motor que impulsa el desarrollo de la economía de un país (Bhalla et al., 2022).

### **2.3.4 Definición de sector económico productivo**

#### **2.3.4.1 Actividad económica**

Los sectores económicos productivos llegan a ser concebidos como toda aquella área comercial, sobre la cual se exhibe la realización de una actividad económica, con la finalidad de poder manifestar la satisfacción de una necesidad. En términos del sector primario, se pone en evidencia la explotación de los recursos naturales de una localidad. El sector secundario comprende el procesamiento de los productos obtenidos del sector primario, como la industria manufacturera, la construcción, la minería y la energía. Por último, el sector terciario se refiere a los servicios, como el comercio, la administración, la educación, la salud y los servicios de transporte (Urdaneta et al., 2021).

La distribución de la actividad económica entre los tres sectores productivos varía de un país a otro. Por ejemplo, en algunos países el sector primario es el que contribuye en mayor medida al PIB, mientras que en otros el sector secundario es el más importante. Esto depende de los recursos naturales y la infraestructura disponible en el país, así como de las políticas económicas implementadas por el gobierno (Chen et al., 2021).

#### **2.3.4.2 Características del nivel de producción**

Las características del sector económico productivo abarcan una amplia gama de factores, desde el nivel de producción y los tipos de bienes y servicios ofrecidos

hasta los precios de mercado y la oferta competitiva. Estas características son importantes para entender cómo funciona la economía y cómo están conectadas las empresas individuales con el resto del mundo. Por ejemplo, los precios de mercado afectan la producción de una empresa, mientras que la oferta competitiva afecta el precio de los bienes y servicios. Además, la cantidad de recursos disponibles también influye en el nivel de producción. Estos factores, junto con las políticas gubernamentales, son los principales factores que influyen en el funcionamiento del sector productivo (Mohammad y Bidin, 2022).

#### **2.3.4.3 Importancia del desarrollo económico**

La importancia del sector económico productivo es innegable y debe ser considerada como una prioridad para el desarrollo económico de un país. Esto se debe a que el sector productivo es el encargado de generar los bienes y servicios que se ofrecen al mercado y, por lo tanto, el que contribuye de manera directa a la creación de riqueza. Además, esta actividad contribuye a la generación de empleo y a la redistribución de ingresos, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida de la población. Por ello, la implementación de medidas que promuevan la productividad y el crecimiento de este sector es indispensable para lograr la sostenibilidad económica del país (Chen y Jebran, 2020).

Así, la importancia de este sector radica en su papel como generador de riqueza, como promotor de empleo y como impulsor de la innovación tecnológica (Rifki y Yustrida, 2021).

## **2.3.5 Definición del sector económico comercio**

### **2.3.5.1 Actividad empresarial**

El sector económico comercio se refiere a la actividad empresarial que involucra la adquisición y venta de bienes y servicios. Estas actividades se realizan entre los principales agentes del mercado: productores, distribuidores, minoristas y consumidores. Esta actividad también está relacionada con la producción, el transporte y la distribución de bienes (Urdaneta et al., 2021).

El comercio actúa como una vía para que los productos lleguen desde el lugar de producción hasta los consumidores. Esto generalmente involucra el transporte, el almacenamiento, la distribución, la promoción y la venta de productos. El comercio también incluye el intercambio de bienes y servicios entre dos o más agentes, como los comerciantes, los productores, los minoristas y los consumidores (Zhang et al., 2022).

El comercio es un importante motor de la economía y es responsable de la creación de empleo, así como de la inversión y el desarrollo económico. El comercio también es un factor decisivo para el progreso social y económico, generando con ello, una serie de oportunidades que promuevan el incremento de la economía (Korostelkina et al., 2020).

### **2.3.5.2 Actividades comerciales**

Las características del sector económico comercio se refieren a las actividades comerciales que se llevan a cabo para el intercambio de bienes y servicios. Estas actividades incluyen la producción, distribución, compra y venta de bienes y servicios, y el intercambio de información relacionada con estas actividades (Gutiérrez et al., 2019).

El comercio se caracteriza por su amplia gama de actividades que abarcan desde la producción de bienes y servicios hasta su distribución a los consumidores, pasando por la compraventa y la negociación de precios. Estas actividades se llevan a cabo en entornos globales, lo que implica una gran cantidad de intercambios entre los participantes en el proceso comercial. Asimismo, el comercio supone el manejo de una gran cantidad de información, lo que requiere de una fuerte inversión en infraestructura tecnológica y en recursos humanos especializados (Abuselidze y Gogitidze, 2020).

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente trabajo de investigación no se planteó hipótesis, debido a que el nivel de investigación fue descriptivo.

Hernández et al. (2018), señalan que la hipótesis en cuanto a un estudio descriptivo bibliográfico de caso no llega a tener fundamento alguno, si es que es planteada, debido a que la intención del estudio es confirmar la existencia de una serie de suposiciones de acuerdo con lo que se conoce en una entidad o elemento de estudio. Mientras que, la intención de la investigación mencionada anteriormente llega a tener ese fin, debido a que no se conoce nada acerca de la entidad, sino que recién se busca comprobar o demostrar una serie de elementos característicos.



## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de investigación**

El **diseño** de investigación fue: no experimental-descriptivo-bibliográfico documental y de caso, debido a que se tomó como referencia el análisis de la empresa Ferrepablo, contando con la no modificación de la realidad de estudio y siendo complementado con la información técnica, para crear el diseño de una propuesta de compensación (Hernández et al., 2018).

### **4.2. Población y muestra:**

#### **4.2.1. Población**

La población se encontró representada por todas las Mypes del sector comercio del Perú. Hernández et al. (2018), señalan que la población representa a todos aquellos elementos sobre los cuales se espera valorar una problemática determinada de estudio.

#### **4.2.2. Muestra**

La muestra se encontró representada por la empresa Ferretería Ferrepablo, ubicada en la localidad de Huánuco, la misma que se escogió de forma intencionada o dirigida. Hernández et al. (2018), lo fundamentan como aquella selección que realiza un investigador en cuanto al acceso a la información de calidad dentro de un ámbito de análisis.

### 4.3. Definición conceptual y operacionalización de la variable

#### 4.3.1. Matriz 1: Determinación de los antecedentes internacionales, nacionales, regionales y locales

Tabla 1: *Matriz de antecedentes*

VARIABLE COMPLEMENTARIA	DEFINICIÓN DE ANTECEDENTES PERTINENTES	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LOS ANTECEDENTES PERTINENTES							
		ANTECEDENTES PERTINENTES	C1	C2	C3	C4	C5	C6	
Cultura tributaria Antecedente pertinentes	La cultura tributaria es considerada como aquel conjunto de información sobre el cual se llega a tener en cuanto a los impuestos, los hábitos o las actitudes que llega a tener un individuo o entidad, en frente a las normas tributarias existentes en la actualidad (Machaca, 2022).	NACIONALES	Meza (2019)						
			Bernal (2021)						
			Yucra (2022)						
		REGIONALES	León (2020)						
			Isidro (2020)						
			Villanueva (2021)						
		LOCALES	Rivera (2020)						
			Arauzo (2019)						
			Senia (2018)						

**Fuente:** Elaboración propia, en base a la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

## **LEYENDA:**

C = Criterios para la determinación de la pertinencia de los antecedentes

C1: Tiene que ver con el título de los antecedentes, teniendo que ver con la variable cultura tributaria, en referencia con el análisis de las unidades de estudio y el sector económico productivo que se estará tomando en cuenta.

C2: Tiene que ver con el objetivo del antecedente, en donde los antecedentes han contado con algún objetivo parecido con el estudio que se está llevando a cabo.

C3: Tiene que ver con la metodología del antecedente, en donde este ha tenido que contar como mínimo, con las técnicas o instrumentos de recojo de datos parecidos al presente estudio.

C4: Tiene que ver con los resultados y/o conclusiones de la investigación, en donde los antecedentes han considerado resultados y/o conclusiones que han tenido que ver con el criterio del ítem C2; es decir, han llegado a coincidir con lo manifestado en el ítem C5.

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

C6: Tiene que ver con la simultaneidad. Es decir, los cinco criterios precedentes, deben cumplirse simultáneamente.

Para calificar si el antecedente es pertinente, se usa 1 si coincide y se usa 0 si no coincide, en cada uno de los casilleros de: C1, C2, C3, C4, C5 y C6.

#### 4.3.2. Matriz 2: operacionalización para conseguir los resultados del objetivo específico 2

Tabla 2: Matriz de operacionalización para el objetivo 2

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE				
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INSTRUMENTO (INDICADORES)	SÍ	NO
Cultura tributaria	La cultura tributaria es considerada como aquel conjunto de información sobre el cual se llega a tener en cuanto a los impuestos, los hábitos o las actitudes que llega a tener un individuo o entidad, en frente a las normas tributarias existentes en la actualidad (Machaca, 2022).	Conciencia tributaria	Nivel de cumplimiento	1.1.¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias? 1.2.¿Es consciente la empresa de sus deberes fiscales? 1.3.¿Gestiona la empresa sus impuestos de forma responsable? 1.4.¿La empresa reconoce la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias? 1.5.¿La empresa se encuentra al corriente con sus obligaciones fiscales?		
			Motivación de cumplimiento	1.6.¿La empresa incentiva al cumplimiento de sus obligaciones tributarias? 1.7.¿Está la empresa comprometida con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales? 1.8.¿Existe una conciencia tributaria adecuada en la empresa? 1.9.¿Existen controles internos para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias? 1.10. ¿La empresa promueve la responsabilidad fiscal de sus empleados?		
		Valores tributarios	Responsabilidad	2.1.¿La empresa cumple con sus responsabilidades tributarias? 2.2.¿La empresa es puntual en el pago de impuestos?		

				<p>2.3.¿La empresa cumple con todas las normas y regulaciones tributarias?</p> <p>2.4.¿La empresa ofrece soluciones eficaces para la gestión de los impuestos?</p> <p>2.5.¿La empresa se asegura de cumplir con los requisitos de tributación?</p>		
			Honestidad	<p>2.6.¿Es honesta la empresa con la declaración de impuestos de su régimen tributario?</p> <p>2.7.¿La empresa presenta sus impuestos de forma correcta y veraz?</p> <p>2.8.¿La empresa informa de forma exacta sus pagos de tributos?</p>		
		Actitudes tributarias	Respeto a la tributación	<p>3.1.¿Las actitudes de la empresa con respecto a los impuestos son apropiadas?</p> <p>3.2.¿Es la posición de la empresa al respecto de los tributos proporcionada por el gobierno la correcta?</p> <p>3.3.¿La empresa cumple con los requerimientos fiscales establecidos por el Estado?</p> <p>3.4.¿La empresa asume los tributos con una actitud adecuada?</p> <p>3.5.¿Cumplen las actitudes de la compañía con los requerimientos tributarios impuestos?</p>		
			Actitud frente a la SUNAT	<p>3.6.¿La empresa adopta una postura adecuada en relación con el gasto público?</p> <p>3.7.¿La empresa adopta una posición apropiada hacia la SUNAT?</p> <p>3.8.¿La empresa está dispuesta a aceptar los impuestos?</p> <p>3.9.¿La empresa toma medidas correctas con respecto a los impuestos?</p>		

				3.10. ¿La empresa adopta una actitud favorable hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?		
		Conocimiento tributario	Régimen tributario	4.1.¿La empresa tiene un conocimiento general del régimen tributario al que está sujeta? 4.2.¿La empresa tiene alguna idea de los impuestos a los que está sometida? 4.3.¿La empresa tiene una comprensión de los requisitos y responsabilidades tributarias? 4.4.¿Comprende los compromisos fiscales específicos que la empresa debe cumplir? 4.5.¿Está informada acerca de las modificaciones legislativas que afectan la situación tributaria?		
			Deberes y derechos del contribuyente	4.6.¿La empresa está al tanto de los requisitos tributarios para una empresa? 4.7.¿La empresa comprende los deberes como contribuyente? 4.8.¿La empresa conoce los derechos que le corresponden como empresa? 4.9.¿La empresa entiende los términos y condiciones de los impuestos? 4.10. ¿La empresa está familiarizada con los requerimientos fiscales para una empresa?		

**Fuente:** Elaboración propia en base a la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco (2023)

### 4.3.3. Matriz 3: operacionalización para conseguir los resultados del objetivo específico 3

Tabla 3: Matriz de operacionalización para el objetivo 3

ELEMENTOS DE COMPARACIÓN	RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 1	RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 2	RESULTADOS
<b>Conciencia tributaria</b>	Las micro y pequeñas empresas del sector comercial tienen una cultura tributaria peculiar, caracterizada por una mayor conciencia de las obligaciones fiscales que deben cumplir. Esto se debe a que estas empresas se encuentran fuertemente reguladas por el Estado, por lo que deben contar con un conocimiento y comprensión más profunda sobre la legislación tributaria. Además, suelen tener una menor capacidad de pago de los tributos, por lo que desarrollan estrategias de optimización para minimizar los costos. Por lo tanto, las micro y pequeñas empresas del sector comercial tienen una cultura tributaria donde la conciencia es un factor fundamental.	La empresa Ferretería Ferrepablo no cumple con las características de la conciencia tributaria, es decir, no está al día con los impuestos relacionados con su actividad. Por un lado, no se ha asegurado de realizar los pagos de los impuestos a tiempo; por otro, no ha cumplido con la presentación de las declaraciones correspondientes. Esto ha provocado que la compañía incurra en multas por incumplimiento de la legislación tributaria, lo que refleja la falta de responsabilidad tributaria. Además, no se tiene conciencia de los beneficios tributarios que podrían obtenerse al cumplir con la normativa establecida. Esto origina una pérdida de recursos que se podrían destinar a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.	Sí coinciden
<b>Valores tributarios</b>	Las micro y pequeñas empresas del sector comercio poseen unas características de cultura tributaria, basada principalmente en los valores que estas empresas conciben con respecto a los impuestos. Estas características son las que permiten que se cumplan con las obligaciones fiscales y tributarias que les corresponden. Esta cultura se fundamenta en la responsabilidad de las	Primeramente, la empresa Ferretería Ferrepablo no cumple con las características tributarias, ya que no se centra en los valores que deben ser respetados por ley. Esto significa que no respeta los requisitos legales que se deben cumplir en materia tributaria, tales como el pago de impuestos, el cumplimiento de la normativa, entre otros. Así, se desprende que no hay una cultura	Sí coinciden

	<p>empresas en cuanto a la correcta declaración de sus impuestos y la toma de conciencia de la importancia de contribuir al desarrollo de la economía. Así mismo, se pueden destacar los principios de honestidad, transparencia y legalidad como valores fundamentales que deben regir la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas comerciales. Estos principios se reflejan en la cumplimentación de los documentos tributarios y en el cumplimiento de los plazos de pago. De esta manera, se contribuye a la lealtad fiscal y se fomenta un clima de confianza entre empresas y entes recaudadores.</p>	<p>tributaria que se respete en esta empresa. Además, el incumplimiento de los principios tributarios establecidos por la ley, como el de equidad, proporcionalidad y justicia fiscal, pueden tener graves consecuencias para los intereses de la compañía. Por tanto, la contribución de esta empresa a la sociedad es mínima.</p>	
<p><b>Actitudes tributarias</b></p>	<p>Las micro y pequeñas empresas del sector comercio presentan características particulares en cuanto a cultura tributaria. Estas se reflejan en las actitudes de los contribuyentes hacia su cumplimiento tributario, donde en general se observa una tendencia a evadir el cumplimiento. Esto se debe a que estas empresas en su mayoría carecen de conocimiento tributario, lo que impide que desarrollen una cultura tributaria adecuada. Además, muchas veces los contribuyentes no tienen conciencia de la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias, lo que contribuye a la falta de cumplimiento. Por otro lado, muchos contribuyentes no saben qué obligaciones tienen y cómo realizar los trámites necesarios para cumplir con ellas, lo que también dificulta su</p>	<p>Las actitudes tributarias de Ferretería Ferrepablo no cumplen con los estándares de cultura tributaria, pues estas son un conjunto de creencias, valores y normas aceptadas socialmente. Estas actitudes tributarias caracterizan la responsabilidad fiscal, la transparencia y la legalidad, los cuales no se reflejan en el comportamiento de la empresa. Además, la empresa no respeta los principios de equidad, integridad y honestidad, los cuales deben estar presentes en una cultura tributaria sólida. Por lo tanto, Ferretería Torres no cuenta con las características de la cultura tributaria necesarias para cumplir con las normas impositivas.</p>	<p>Sí coinciden</p>



	<p>cumplimiento. Finalmente, existen problemas de acceso y de costo que dificultan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, como son el alto costo de los servicios profesionales y el acceso limitado a la información. Estas características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio explican en gran medida la falta de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</p>		
<p><b>Conocimiento tributario</b></p>	<p>Las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, centrándose en el conocimiento tributario, están relacionadas con el incremento de la información y concienciación que las personas tienen sobre los impuestos y las obligaciones que conlleva. Esto se traduce en una mayor responsabilidad fiscal de dichas empresas, que adquieren el compromiso de cumplir con los plazos fijados por la ley y realizar los pagos correspondientes a su situación. Además, se promueve entre ellas el desarrollo de una cultura de cumplimiento, que implica el respeto de los requisitos establecidos y la adopción de mecanismos que faciliten el acceso a la información tributaria. Esto permite a las empresas optimizar los recursos destinados a cumplir con sus obligaciones fiscales y contribuye a una economía sana y responsable.</p>	<p>La empresa Ferretería Ferrepablo no posee los conocimientos tributarios necesarios para ajustarse a las características de la cultura tributaria. Esto conlleva a que sus procesos de tributación no sean los adecuados, ya que no poseen la información necesaria para cumplir con todas las obligaciones tributarias. Por lo tanto, no se está ajustando a los principios y requerimientos establecidos por la ley. Esto conlleva a que la empresa pueda ser sujeta a sanciones por no cumplir con los requerimientos tributarios. Además, esto genera una desventaja competitiva para la empresa, ya que no está al tanto de los cambios en la legislación tributaria y no se ajusta a los requerimientos de esta.</p>	<p>Sí coinciden</p>

**Fuente:** Elaboración propia, en base con la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

#### **4.4. Técnicas e instrumentos:**

##### **4.4.1. Técnicas**

La técnica de investigación fue la encuesta, considerando que Hernández et al. (2018), lo fundamentan como aquel conjunto de cuestionamientos sobre los cuales se espera valorar una problemática determinada de estudio. Asimismo, en lo que respecta al objetivo específico 1 fue la revisión bibliográfica, para refiere el objetivo específico 2 fue la encuesta; mientras que, para el objetivo específico 3, fue el análisis comparativo. Lo mencionado se encontró sustentado por Hernández et al. (2018), lo definen que los instrumentos sirven para encontrar información relevante a un estudio.

##### **4.4.2. Instrumentos**

En lo que refiere al instrumento de recojo de datos del presente estudio bibliográfico de caso, en lo que refiere al objetivo específico 1 fueron fichas bibliográficas, para el caso del objetivo específico 2, se ha utilizado el cuestionario pertinente de preguntas cerradas, así mismo con el objetivo específico 3, se ha realizado la comparación y análisis de los objetivos expuestos con anterioridad.

#### **4.5. Plan de análisis**

De acuerdo con el plan de análisis, se ha considerado la valoración del objetivo específico 1, se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y el instrumento de las fichas bibliográficas donde el estudio de los diferentes resultados fueron comparados con los resultados de los antecedentes, locales, regionales y nacionales, en cuanto a la comparación de marco teórico conceptual pertinente, para conseguir los resultados del objetivo específico 2, se ha utilizado la técnica de la entrevista a profundidad y como instrumento un cuestionario de preguntas pertinentes cerradas, Mientras que, el objetivo específico 3, se utilizó la técnica del

análisis comparativo, para llegar a los resultados se ha comparó y explicó las coincidencias y no coincidencias de la teoría y el marco conceptual pertinente.

#### 4.6. Matriz de consistencia lógica

**Tabla 4:** *Matriz de consistencia*

<b>Título de la tesis</b>	<b>Enunciado del problema</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos:</b>
Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso Empresa “Ferretería Ferrepablo” – Huánuco y propuesta de mejora, 2023	¿Cuáles son las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco y cómo mejorarlas 2023?	Identificar y describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco y hacer una propuesta de mejora, 2023	1 Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023 2 Identificar y describir las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023 3 Realizar un análisis comparativo de las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023 4 Hacer una propuesta para mejorar las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023

**Fuente:** Elaboración propia, con la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

#### **4.7. Principios éticos**

##### **Respeto por las personas**

El presente estudio consideró el total respeto hacia cada uno de los participantes de la investigación, tanto relacionados directamente, como indirectamente con el estudio.

##### **Beneficencia**

Los resultados obtenidos en la investigación sirvieron como referencia para demás autores que esperen incidir en el análisis de la información o diseño de estrategias de mejora, como consecuencia del aporte científico

##### **Justicia**

El investigador requirió de la autorización del responsable legal de la empresa que se tomó como referencia para el estudio, contando con la necesidad de recolectar datos dentro de sus instalaciones, en donde se complementó con la autorización del mismo investigador para poder exponer su estudio en el repositorio legal de la Universidad. Mientras que, no se debe de dejar de lado el hecho de que cada participante del estudio tuvo que firmar el consentimiento informado con la finalidad de poder exponer la aceptación de ofrecer su punto de vista, respecto a la problemática de estudio (Anexo 4).

## V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 5.1. Resultados:

**5.1.1. Respecto al objetivo específico 1:** Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023

Tabla 5: *Resultados del objetivo específico 1:*

Autor (es)	Resultados
<b>Meza (2019)</b>	Establece que, el conocimiento de la legislación y normativa vigente fue el área más ampliamente comprendida, Esto indica que hay una comprensión adecuada de la legislación tributaria y que las empresas están cumpliendo sus obligaciones. Por otro lado, la percepción de la importancia de cumplir con la legislación tributaria fue un factor menos considerado y el uso de buenas prácticas contables también fue de menor atención, lo que sugiere que no hay suficiente precaución con la información contable. Respecto a la calidad de la información presentada, los resultados de la investigación muestran que es baja, ya que muchas empresas no están presentando lo requerido por la ley, lo que significa que no hay la suficiente diligencia para presentar información tributaria precisa y actualizada.
<b>Bernal (2021)</b>	Afirma que, las empresas del sector comercial han carecido de comprensión en relación con sus deberes tributarios, debido principalmente a su desconocimiento del tema y la incapacidad de contar con asistencia especializada y recursos para acceder al conocimiento requerido. Esto, además, se ve influenciado por la escasez de recursos económicos. Estas limitaciones impiden el desarrollo de una visión a largo plazo, afectando la toma de decisiones.
<b>Yucra (2022)</b>	Argumenta que, los empresarios deben conocer y entender el sistema fiscal, sus derechos y deberes, así como los métodos de recaudación para desarrollar su propia cultura tributaria. Con miras a recopilar datos sobre micro y pequeñas empresas del sector comercial de Ayacucho, se llevó a cabo un enfoque cuantitativo, en donde se ha reconocido que los propietarios de los negocios han alcanzado a mantener un conocimiento respecto a leyes tributarias de nivel carente, comprendiendo con ello que existió elevada ignorancia respecto a leyes fiscales y diferentes mecanismos de recaudación.
<b>León (2020)</b>	Sostiene que, Caracterización de la cultura tributaria de la micro empresa comercial se ha concluido que la entidad analizada no ha contado con los adecuados conocimientos tributarios, manteniendo una percepción desfavorable en cuanto a tributación, contando con una conducta tributaria que, a pesar de ir acorde con la conducta tributaria, ha requerido de mejora.
<b>Isidro (2020)</b>	Menciona que, el sector de productos agroquímicos fue el objetivo de estudio, y las empresas comerciales fueron encuestadas para recopilar los datos. Uno de los principales descubrimientos del informe fue que la mayoría de las empresas encuestadas manifestaron que el cumplimiento de sus obligaciones

tributarias es una responsabilidad significativa para ellos. También se destacó que tales empresas consideran que el cumplimiento de sus deberes fiscales contribuye al progreso económico de su nación. Lo expuesto ha indicado que la cultura tributaria ha mantenido relación directa respecto a la responsabilidad personal de una organización, siendo limitada por el nivel de conocimiento y los requisitos tributarios.

- Villanueva (2021)** Establece que, la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes demuestra que no han sido ni demostrado un adecuado cumplimiento con los pagos de los tributos en forma oportuna así mismo ha reducido los valores tributarios, se concluyó que los conocimientos, educación y valores han sido inadecuados y no aptos.
- Rivera (2020)** Establece que, los resultados evidenciaron que carece de información Esto, a su vez, se relaciona con un alto nivel de evasión de impuestos, como la omisión de ingresos y el uso de métodos para evitar el pago de impuesto. Por otro lado, el estudio destacó la importancia de la asesoría tributaria para los contribuyentes. Los resultados muestran que aquellos contribuyentes con mayor acceso a la asistencia tributaria tienen una mejor comprensión de la tributación y una mayor disposición a cumplir con sus obligaciones.
- Arauzo (2019)** Afirma que, según el estudio, la cultura tributaria y la evasión tributaria llegaron a demostrar que un 83% es cumple y no cumple, pero son pocos los que no cumplen con sus obligaciones Se concluyó con ello, la existencia de relación entre las variables, manteniendo una sigma inferior.
- Senia (2018)** Sostiene que, la cultura tributaria y la evasión es muy malo y que por ende cumplen ellos con los pagos en forma voluntaria y que son muy pocos los que evaden los impuestos y no cumplen a la fecha correspondiente con sus pagos, por ello se concluye que existe una relación entre las variables que si cumplen con sus pagos.

---

**Fuente:** Elaboración propia, con la asesoría del DTAI Vásquez Pacheco y en base a los antecedentes nacionales, regionales y locales (si es que hubo todos)

5.1.2. **Respecto al objetivo específico 2:** Identificar y describir las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023

Tabla 6: *Resultados del objetivo específico 2:*

Ítems (preguntas)	Resultados	
	Sí	No
<b>Conciencia tributaria</b>		
¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias?		X
¿Es consciente la empresa de sus deberes fiscales?	X	
¿Gestiona la empresa sus impuestos de forma responsable?	X	
¿La empresa reconoce la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias?		X
¿La empresa se encuentra al corriente con sus obligaciones fiscales?		X
¿La empresa incentiva al cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	X	
¿Está la empresa comprometida con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales?		X
¿Existe una conciencia tributaria adecuada en la empresa?		X
¿Existen controles internos para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?		X
¿La empresa promueve la responsabilidad fiscal de sus empleados?	X	
<b>Valores tributarios</b>		
¿La empresa cumple con sus responsabilidades tributarias?		X
¿La empresa es puntual en el pago de impuestos?		X
¿La empresa cumple con todas las normas y regulaciones tributarias?	X	
¿La empresa ofrece soluciones eficaces para la gestión de los impuestos?		X
¿La empresa se asegura de cumplir con los requisitos de tributación?	X	
¿Es honesta la empresa con la declaración de impuestos de su régimen tributario?		X
¿La empresa presenta sus impuestos de forma correcta y veraz?	X	
¿La empresa informa de forma exacta sus pagos de tributos?		X
<b>Actitudes tributarias</b>		
¿Las actitudes de la empresa con respecto a los impuestos son apropiadas?		X
¿Es la posición de la empresa al respecto de los tributos proporcionada por el gobierno la correcta?		X
¿La empresa cumple con los requerimientos fiscales establecidos por el Estado?		X
¿La empresa asume los tributos con una actitud adecuada?		X
¿Cumplen las actitudes de la compañía con los requerimientos tributarios impuestos?		X
¿La empresa adopta una postura adecuada en relación con el gasto público?		X
¿La empresa adopta una posición apropiada hacia la SUNAT?		X
¿La empresa está dispuesta a aceptar los impuestos?	X	
¿La empresa toma medidas correctas con respecto a los impuestos?	X	

¿La empresa adopta una actitud favorable hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	X
<b>Conocimiento tributario</b>	
¿La empresa tiene un conocimiento general del régimen tributario al que está sujeta?	X
¿La empresa tiene alguna idea de los impuestos a los que está sometida?	X
¿La empresa tiene una comprensión de los requisitos y responsabilidades tributarias?	X
¿Comprende los compromisos fiscales específicos que la empresa debe cumplir?	X
¿Está informada acerca de las modificaciones legislativas que afectan la situación tributaria?	X
¿La empresa está al tanto de los requisitos tributarios para una empresa?	X
¿La empresa comprende los deberes como contribuyente?	X
¿La empresa conoce los derechos que le corresponden como empresa?	X
¿La empresa entiende los términos y condiciones de los impuestos?	X
¿La empresa está familiarizado con los requerimientos fiscales para una empresa?	X

**Fuente:** Elaboración propia, y la asesoría del DTAI de Vásquez Pacheco y el Anexo 3



5.1.3. **Respecto al objetivo específico 3:** Realizar un análisis comparativo de las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023.

Tabla 7: *Resultados del objetivo específico 3:*

<b>Elemento de comparación</b>	<b>Resultados del objetivo específico 1</b>	<b>Resultados del objetivo específico 2</b>	<b>Resultados</b>
<b>Conciencia tributaria</b>	Los autores Meza(2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020) e Isidro (2020), afirman que los representantes de las micro y pequeñas empresas entre las principales características referidos a la conciencia tributaria la mayoría adolece, dado que cuentan con bajo nivel de conciencia tributarias, por lo tanto, su nivel de cumplimiento con sus obligaciones tributarias es limitada, porque al momento de realizar sus operaciones comerciales no brindan los comprobantes de pago a los clientes, tampoco no declaran todas sus actividades a la SUNAT, sus declaraciones no lo hacen puntualmente	La empresa Ferretería Ferrepablo, no está al día con los impuestos relacionados con su actividad. Por un lado, no se ha asegurado de realizar los pagos de los impuestos a tiempo; no ha cumplido con la presentación de las declaraciones correspondientes. Esto ha provocado que incurra en multas por incumplimiento de la legislación tributaria, lo que refleja la falta de responsabilidad tributaria. Además, tiene limitada conciencia de los beneficios tributarios que podrían obtenerse al cumplir con la normativa establecida. Originando una pérdida de recursos que se podrían destinar a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.	Sí coinciden
<b>Valores tributarios</b>	Los autores Meza(2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019) describen que el cumplimiento de obligaciones tributarias es importante para la sociedad dado que refleja la responsabilidad empresarial de los representantes de la empresa, porque consideran que cumplir con sus deberes tributarios es un deber cívico, sin embargo, sus valores tributarios es deficiente, porque, su prioridad no es el cumplimiento tributario, solo lo hacen por obligación y por miedo a	La empresa Ferretería Ferrepablo no se centra en los valores que deben ser respetados por ley. Esto significa que no respeta los requisitos legales que se deben cumplir en materia tributaria, tales como el pago de impuestos, el cumplimiento de la normativa, entre otros. Así, se desprende que no hay una cultura tributaria que se respete en esta empresa. Además, el incumplimiento de los principios tributarios establecidos por la ley, como el de equidad, proporcionalidad y justicia fiscal, pueden tener graves	Sí coinciden

las sanciones tributarias, a ello se agrega a la falta de cultura tributaria y a la falta de recursos para cumplir con los pagos tributarios, por lo tanto, se puede concluir que los valores tributarios desde la perspectiva de los representantes de las micro y pequeñas empresas son insuficientes y limitan el desarrollo y crecimiento del país.

consecuencias para los intereses de la compañía. Por tanto, la contribución de esta empresa a la sociedad es mínima.

**Actitudes tributarias**

Los autores Meza(2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020) e Isidro (2020), señalan que los representantes de los micros y pequeñas empresas, en cuanto al pago de los tributos no es visto como una necesidad sino como una carga, por lo que los empresarios desarrollan actitudes tributarias erróneas como el incumplimiento de las obligaciones tributarias, la no realización de los pagos a tiempo, la utilización de métodos antirreglamentarios para la determinación de los tributos, entre otros. A excepción de muy pocos representantes que consideran que cumplir con las obligaciones tributarias, así como los efectos que tendría el incumplimiento de estos.

Las actitudes tributarias de Ferretería Ferrepablo no cumplen con los estándares de cultura tributaria, pues estas son un conjunto de creencias, valores y normas aceptadas socialmente. Estas actitudes tributarias caracterizan la responsabilidad fiscal, la transparencia y la legalidad, los cuales no se reflejan en el comportamiento de la empresa. Además, la empresa no respeta los principios de equidad, integridad y honestidad, los cuales deben estar presentes en una cultura tributaria sólida. Por lo tanto, Ferrepablo no cuenta con las características de la cultura tributaria necesarias para cumplir con las normas impositivas.

Sí coinciden

Por lo tanto, se afirma que los empresarios tienen relativamente una actitud tributaria positiva, pues cumple parcialmente con sus obligaciones tributarias de manera oportuna y de acuerdo con la legislación vigente. .

**Conocimiento tributario**

Los autores Meza(2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019) describen que los representantes de los micro y pequeñas empresas

La empresa Ferretería Ferrepablo no posee los conocimientos tributarios necesarios para ajustarse a las características de la cultura tributaria. Esto conlleva a que sus procesos de tributación no sean los

Sí coinciden

cuentan con conocimiento tributario dado que es una herramienta de suma importancia, ya que permite a los representantes a entender las normas, disposiciones y reglamentos que regulan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Esto les ayuda a minimizar el riesgo de sanción por falta de cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Sin embargo, a pesar de contar con conocimientos tributarios el cumplimiento de las obligaciones tributarias es mínimo, porque las declaraciones lo realizan en los tiempos establecidos acorde al vencimiento. Por ello, el conocimiento es un elemento clave para entender y cumplir con las disposiciones tributarias. De esta manera, las empresas ferreteras pueden asegurar una buena relación con las autoridades tributarias, además de una buena gestión de sus obligaciones tributarias.

adecuados, ya que no poseen la información necesaria para cumplir con todas las obligaciones tributarias. Por lo tanto, no se está ajustando a los principios y requerimientos establecidos por la ley. Esto conlleva a que la empresa pueda ser sujeta a sanciones por no cumplir con los requerimientos tributarios. Además, esto genera una desventaja competitiva para la empresa, ya que no está al tanto de los cambios en la legislación tributaria y no se ajusta a los requerimientos de esta.

---

**Fuente:** Elaboración propia, con el asesoramiento del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

5.1.4. **Respecto al objetivo específico 4:** Hacer una propuesta para mejorar las características de la cultura tributaria de la empresa “Ferretería Ferrepablo” de Huánuco, 2023

Tabla 8: *Resultados del objetivo específico 4*

Componentes	Debilidades	Propuesta de mejora	Acciones
Conciencia tributaria Valores tributarios Actitudes tributarias Conocimiento tributario	Debido a que recién se ha estado conformado los resultados en cuanto al objetivo específico 2, se han manifestado las debilidades en el ítem 6.4.		

**Fuente:** Elaboración propia, con el asesoramiento del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

## 5.2. Análisis de resultados:

### 5.2.1. Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, 2023

Según los autores Meza(2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019, describen que las características principales de cultura tributaria en relación a la conciencia tributaria de los representantes de la empresa se evidencia que la mayoría no cuentan con una conciencia tributaria adecuada, su nivel de conciencia tributarias es baja lo cual tiene repercusión en su actitud tributaria, por lo tanto, su nivel de cumplimiento con sus obligaciones tributarias es limitada, porque al momento de realizar sus operaciones comerciales no brindan los comprobantes de pago a los clientes, tampoco no declaran todas sus actividades a la SUNAT, sus declaraciones no lo hacen puntualmente, Justificando su accionar a la falta de educación financiera, la complejidad de los impuestos y la falta de incentivos para cumplir los requerimientos. Además, los contribuyentes empresarios generalmente tienen una percepción de que los impuestos son abusivos e innecesarios. Esta situación dificulta que estas cumplan con sus

obligaciones fiscales, ya que también sufren problemas económicos como la falta de financiación, lo que les impide contratar un contador para manejar sus impuestos. Por lo tanto, se hace necesario implementar programas de educación financiera para los microempresarios para que puedan adquirir un nivel adecuado de conciencia tributaria. Esto les permitirá tener una mejor comprensión de los temas fiscales y motivarlos a cumplir con sus obligaciones tributarias. Además, es importante que la administración tributaria mejore los incentivos fiscales para promover el cumplimiento de los tributos. Esto abarca ofrecer beneficios a los pequeños empresarios que cumplan correctamente con sus obligaciones tributarias, lo que los motivará a realizar una contribución importante al progreso económico del país. En definitiva, la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas comerciales se ve restringida debido a la falta de conocimientos financieros, la complejidad de los impuestos y la ausencia de estímulos para cumplir con sus deberes tributarios. Por lo tanto, se requiere implementar programas de educación financiera para los pequeños empresarios y mejorar los incentivos tributarios para fomentar el cumplimiento de los tributos. Esta medida ayudará a las micro y pequeñas empresas a formar una sólida cultura tributaria y contribuir de manera significativa al crecimiento económico del país.

En relación a los valores tributarios los autores Meza (2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019), afirman que los representantes carecen de adecuados valores tributarios, dado que su práctica siempre tiende al incumplimiento tributario mostrando a realizar declaraciones de sus impuestos fuera de tiempo, sin transparencia, y no reales, esto se debe entre otros a la ausencia de educación fiscal y la falta de capacitación. Estas deficiencias se ven agravadas por la percepción de que los impuestos son una carga

excesiva y el bajo nivel de la cultura tributaria. Por lo tanto, para mejorar esta situación se recomienda fomentar la educación fiscal, el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la implementación de programas de capacitación para los propietarios de las Mypes.

En cuanto a la actitud tributaria, los autores Meza (2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019) señalan que tienen una actitud relativamente negativa al cumplimiento tributario los representantes y/o propietarios de las micro y pequeñas empresas, debido a la inadecuada percepción de la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias. Los empresarios no poseen un adecuado conocimiento de las leyes tributarias del país, el personal de la empresa no está bien informado acerca de sus deberes tributarios y además hay una falta de recursos para el cumplimiento de obligaciones tributarias. Esta situación es sumamente preocupante, pues limita la visión completa de los asuntos tributarios. Sin embargo, no se puede desmerecer que existe un limitado cumplimiento tributario

En cuanto a conocimiento tributarios los autores Meza (2019), Bernal (2021), Yucra (2022), León (2020), Villanueva (2021), Isidro (2020), Rivera (2020), y Arauzo (2019), describen que los representantes de las micro y pequeñas empresas no cuentan con los conocimientos tributarios de manera adecuada, debido a la falta de información, la complejidad tributaria y la percepción de los contribuyentes de que la tributación es abusiva. Esto se relaciona con un alto nivel de evasión de impuestos, como la omisión de ingresos y el uso de métodos para evitar el pago de impuestos. Esto sugiere que el acceso a la asesoría tributaria es una herramienta eficaz para mejorar la cultura tributaria de los comerciantes de micro y pequeñas empresas.

## **5.2.2. Respecto al objetivo específico 2:**

### **Respecto a la conciencia tributaria**

Entre las principales características sobre la conciencia tributaria del representante de la empresa en estudio se evidencia que no ha cumplido en su totalidad con las obligaciones tributarias, como consecuencia de que se ha requerido de una mejora significativa en términos de conciencia de los deberes fiscales, habiendo sido una de sus fortalezas la gestión; sin embargo, ello se ha visto limitado por la falta de importancia que se ha mantenido por los principales directivos, considerando ello como un gasto de la empresa que no contribuye hacia su desarrollo o progresión. Mientras que, no se debe de dejar de lado el hecho de que la empresa no se ha encontrado comprometida con el cumplimiento en términos de obligaciones fiscales, carencia de conciencia tributaria y exponiendo falencias en términos de los controles internos. En concordancia con lo manifestado por **Meza (2019)** ha afirmado que toda empresa debe de mantener un nivel de conciencia tributario-optimizada, con la finalidad de que se pueda proliferar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en relevancia con la adopción del cumplimiento fiscal, considerando con ello una mayor responsabilidad de la entidad en cuanto a su responsabilidad contable. De acuerdo con las bases teóricas, se puede manifestar que **Alvarado y Ángulo (2019)**, consideran que la conciencia tributaria representa la comprensión de responsabilidad que se llega a tener en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, con la finalidad de que se pueda mantener el cumplimiento íntegro de las leyes y las normas tributarias.

### **Respecto a los valores tributarios**

En referencia a los valores tributarios, que practican dentro de la empresa de manera muy especial el representante de la empresa en estudio se evidencia que la

entidad no ha llegado a cumplir con sus responsabilidades tributarias, siendo impuntual en el pago de sus impuestos, de acuerdo con ello, es que no se han vivenciado soluciones eficaces de acuerdo con la gestión de los impuestos, lo que ha llegado a poner en tela de juicio su honestidad en relación con la declaración de impuestos, de acuerdo con el régimen tributario de la entidad, conllevando a que la información que se llegue a tener en referencia con el pago de tributos, cuente con limitaciones. En similitud con **Meza (2019)**, se ha señalado que los valores tributarios forman parte de los miembros de una asociación o empresa, debido a que ello admite responsabilidad por parte de estos, en cuanto a la prevalencia de pago de impuestos, considerándolo como un deber cívico mediante el cual se puede reflejar la responsabilidad en términos de pago de tributos de una organización, respecto a la realidad fiscal de una nación. Además, las bases teóricas han expuesto que **Zhang et al. (2022)**, expone que los valores tributarios corresponden a ser aquella asignación de bienes y/o servicios, sobre los cuales se puede establecer un valor del impuesto o tasa, con la finalidad de que se pueda determinar el monto a pagar en términos de contribuyente.

### **Respecto a las actitudes tributarias**

En relación a las actitudes tributarias, que muestran el representate de la empresa se ha demostrado una falencia en cumplimiento de requerimientos fiscales que han llegado a ser establecidos por entidades estatales, en donde el cumplimiento se encuentra relacionado con la postura que la compañía llegue a tener, respecto hacia el pago de impuestos a la SUNAT o cumplir con las condiciones mínimas de cultura tributaria. En concordancia con lo expuesto, **Ponce (2021)**, ha manifestado su observación desde la perspectiva de la empresa, en donde todo incumplimiento de pago corresponde a hacer un inadecuado uso de los métodos reglamentarios de pago,



debido a que la entidad cuenta con una actitud equívoca en cuanto a las obligaciones tributarias. En referencia con las bases teóricas, **Mohammad y Bidin (2022)**, han señalado que las actitudes tributarias llegan a ser aquel conjunto de creencias que tiene un ámbito de estudio, en cuando al pago de impuestos, con la finalidad de que se pueda demostrar la voluntad de pago de los individuos involucrados, sea persona natural o jurídica.

### **Respecto al conocimiento tributario**

Entre las características principales se observa que la empresa no ha contado con una capacitación coherente en términos de impuestos, lo que ha conllevado una limitada idea que se ha tenido acerca de los requisitos, importancia de la responsabilidad tributaria, comprensión de compromisos fiscales o modificaciones legislativas que acompañan a los requisitos tributarios, en donde dichas limitaciones han generado afectaciones en términos de comprensión de los deberes de todo contribuyente, evitando que la empresa se encuentre familiarizada con requerimientos fiscales. De acuerdo con lo señalado, **Rivera (2020)**, ha expuesto que el conocimiento tributario dentro de una entidad representa la relevancia que se tiene en la toma de decisiones, debido a que permite que las empresas puedan mantener el cumplimiento y conocimiento claro de la normativa, disposiciones y reglamentos vigentes, con la finalidad de que ello pueda ayudar a la estructura tributaria de la entidad en valoración. Para el caso de las bases teóricas, **Chen y Jebran (2020)**, han manifestado que corresponde a ser la comprensión íntegra que se tiene en cuanto a la legislación y aquellos procedimientos tributarios que se encuentran vigentes dentro de un determinado país, con la finalidad de que estos puedan corresponder con el uso de estrategias fiscales de alta eficacia.

### **5.2.3. Respecto al objetivo específico 3:**

Se ha procedido analizar la comparativa entre cada una de las dimensiones de la cultura tributaria, respecto a demás autores, con la finalidad de que ello pueda encontrar repercusión directa en la coincidencia o negación manifestada por los antecedentes tomados como referencia.

#### **Respecto a la conciencia tributaria**

Los resultados encontrados en la investigación han puesto en manifiesto que SÍ HA EXISTIDO COINCIDENCIA entre la realidad de la empresa analizada, la cual no llega a cumplir con las características de la conciencia tributaria, es decir, no está al día con los impuestos relacionados con su actividad. Por un lado, no se ha asegurado de realizar los pagos de los impuestos a tiempo; por otro, no ha cumplido con la presentación de las declaraciones correspondientes. Esto ha provocado que la compañía incurra en multas por incumplimiento de la legislación tributaria, lo que refleja la falta de responsabilidad tributaria. Además, no se tiene conciencia de los beneficios tributarios que podrían obtenerse al cumplir con la normativa establecida. Esto origina una pérdida de recursos que se podrían destinar a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Esto mismo, ha sido lo manifestado por los antecedentes de estudio, los cuales han expuesto que las empresas de características pequeñas suelen tener problemas con el pago de sus impuestos, debido a que lo conciben como un gasto, muy por encima de comprenderlos como una gestión efectiva.

#### **Respecto a los valores tributarios**

De acuerdo con la información recuperada, se ha manifestado la existencia de COINCIDENCIA entre la realidad de la empresa en términos de valores tributarios,

debido a que la entidad no cumple con las características tributarias, ya que no se centra en los valores que deben ser respetados por ley. Esto significa que no respeta los requisitos legales que se deben cumplir en materia tributaria, tales como el pago de impuestos, el cumplimiento de la normativa, entre otros. Así, se desprende que no hay una cultura tributaria que se respete en esta empresa. Además, el incumplimiento de los principios tributarios establecidos por la ley, como el de equidad, proporcionalidad y justicia fiscal, pueden tener graves consecuencias para los intereses de la compañía. Por tanto, la contribución de esta empresa a la sociedad es mínima. Bajo dicha tendencia, se ha señalado que los autores han dejado en exposición que la mayoría de las empresas suelen carecer de formación para el cumplimiento de sus responsabilidades tributarias, como consecuencia de una capacitación carente, en donde la demostración de nivel suele ser bajo en cuanto al compromiso de la responsabilidad fiscal, buscando mejorar la honestidad, compromiso y reconocimiento de los deberes tributarios.

### **Respecto a las actitudes tributarias**

Bajo la realidad manifestada en términos de actitudes tributarias, se ha encontrado COINCIDENCIA entre la realidad de la entidad en estudio, respecto a los antecedentes planteados, con lo cual las actitudes tributarias de la entidad en estudio no cumplen con los estándares de cultura tributaria, pues estas son un conjunto de creencias, valores y normas aceptadas socialmente. Estas actitudes tributarias caracterizan la responsabilidad fiscal, la transparencia y la legalidad, los cuales no se reflejan en el comportamiento de la empresa. Además, la empresa no respeta los principios de equidad, integridad y honestidad, los cuales deben estar presentes en una cultura tributaria sólida. Por lo tanto, Ferrepablo no cuenta con las características de la

cultura tributaria necesarias para cumplir con las normas impositivas. Bajo dicha tendencia, los antecedentes comparados han manifestado que una mejor comprensión y conocimiento de las obligaciones tributarias, inicia con una actitud hacia el cambio positiva, con la finalidad de que ello pueda mantener el desarrollo de una visión de responsabilidad social que permita el compromiso del individuo en referencia con las obligaciones tributarias.

### **Respecto al conocimiento tributario**

En el caso del conocimiento tributario, se ha encontrado COINCIDENCIA respecto a los autores tomados expuestos en el estudio, en donde la entidad valorada no posee los conocimientos tributarios necesarios para ajustarse a las características de la cultura tributaria. Esto conlleva a que sus procesos de tributación no sean los adecuados, ya que no poseen la información necesaria para cumplir con todas las obligaciones tributarias. Por lo tanto, no se está ajustando a los principios y requerimientos establecidos por la ley. Esto conlleva a que la empresa pueda ser sujeta a sanciones por no cumplir con los requerimientos tributarios. Además, esto genera una desventaja competitiva para la empresa, ya que no está al tanto de los cambios en la legislación tributaria y no se ajusta a los requerimientos de esta. De acuerdo con dicha manifestación, los autores han señalado que todo proceso de mejora del conocimiento tributario llega a optimizar la estructura de una entidad, con la finalidad de que las estrategias empleadas lleguen a ser eficientes en cuanto al aprovechamiento de beneficios fiscales y mejoras continuas que delimiten un alto nivel de cultura ambiental.

#### **5.2.4. Respecto al objetivo específico 4**

Ver el ítem 6.4.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Respecto al objetivo específico 1:**

Según los autores revisados establecen que, la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas de comercio del Perú, está limitada debido a la falta de educación tributaria, por no cumplir con los pagos de los impuestos a tiempo y a su fecha establecido. Asimismo, en la región de Las Moras – Huánuco, el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los propietarios de Mypes del sector comercial es deficiente debido a la falta de conocimientos acerca del sistema tributario, la ausencia de educación fiscal y la falta de capacitación. Por lo tanto, se recomienda fomentar la educación fiscal, el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la implementación de programas de capacitación para los propietarios de las Mypes. Para mejorar la cultura tributaria se recomienda la aplicación de los factores indispensables para la cultura tributaria, así como el uso de medios de comunicación y de asesores tributarios. Estas medidas contribuirán a mejorar el conocimiento de la legislación tributaria, el uso de buenas prácticas contables, el acceso a los servicios bancarios, la información tributaria y las herramientas tecnológicas, además de la implementación de programas de educación tributaria para mejorar la cultura fiscal del sector comercial. Finalmente se concluye que las Mypes no cuentan ni tienen una adecuada cultura tributaria.

### **6.2. Respecto al objetivo específico 2:**

Los resultados demuestran que la cultura tributaria de la empresa de caso, se caracteriza, por no cumplir con sus obligaciones tributarias por carecer de conocimiento tributario. Exponiendo falencias en los controles internos y en el cumplimiento de los valores y actitudes tributarias. Además, se ha evidenciado que la entidad no cuenta con una educación tributaria adecuado, acerca de las normativas

tributarias, lo cual ha limitado la toma de decisiones y la comprensión de los deberes de todo contribuyente. Así mismo incumplen con los pagos de los impuestos por obligación de la ley para evitar sanciones, no realizan dichos pagos por falta de conciencia tributaria. Estas limitaciones han generado afectaciones en cuanto al cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que se concluye que dicha empresa no tiene ni cuenta con una adecuada cultura tributaria.

### **6.3. Respecto al objetivo específico 3:**

Según los resultados realizados del análisis comparativo de los objetivos específicos 1 y 2, se observa que la cultura tributaria de la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de las empresas de caso de estudios, coinciden que no cuentan con conocimientos, conciencia, educación y valores tributarios, como se puede visualizar que la empresa Ferretería Ferrepablo no cuenta con las características de la conciencia tributaria, de los valores tributarios, de las actitudes tributarias y del conocimiento tributario necesarias para cumplir con las normas impositivas. Esto conlleva a que la entidad incurra en multas por incumplimiento de la legislación tributaria, generando una pérdida de recursos que se podrían destinar a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Además, no se está respetando los principios de equidad, proporcionalidad y justicia fiscal, lo cual puede generar graves consecuencias en la compañía. Por otro lado, la empresa carece de formación para el cumplimiento de sus responsabilidades tributarias y no se está al tanto de los cambios en la legislación tributaria. Finalmente, la conclusión comparativa es que la Mype del sector comercio del Perú y la empresa del caso de estudio, no cuentan ni tiene una adecuada cultura tributaria.

#### 6.4. Respetto al objetivo específico 4:

**Tabla 04: Propuesta de mejora**

<b>Dimensiones</b>	<b>Debilidades-problemas</b>	<b>Propuesta de mejora</b>	<b>Acciones</b>
<b>Conciencia tributaria</b>	Falta de conocimiento sobre responsabilidades tributarias	Formación y capacitación a los empleados sobre responsabilidades tributarias	Incluir en la jornada laboral un programa de formación y capacitación sobre responsabilidades tributarias. Esto incluiría el diseño de cursos y la contratación de capacitadores calificados para impartir conocimientos tributarios.
	Retrasos en el pago de impuestos	Implementación de un sistema de control de tiempos de pago de impuestos	Establecer un sistema de control de tiempos para el pago de impuestos. Esto incluiría un calendario de tiempos para el pago, así como la creación de un sistema de notificaciones para recordar al personal acerca de los pagos pendientes.
	Poca documentación sobre actividades tributarias	Establecimiento de procesos y sistemas para documentar actividades tributarias	Establecer procesos y sistemas para documentar las actividades tributarias de la empresa. Esto incluiría la creación de documentos para registrar el movimiento de los pagos, así como el monitoreo de la información tributaria.
	Falta de supervisión sobre el cumplimiento tributario	Establecer un sistema de monitoreo del cumplimiento tributario	Establecer un sistema de monitoreo para garantizar el cumplimiento tributario de la empresa. Esto incluiría la creación de un sistema de auditoría interna para el control de los pagos y el monitoreo de estos.
	Falta de recursos para cumplir con los requerimientos tributarios	Establecer un presupuesto de tributos	Establecer un presupuesto de tributos para garantizar el cumplimiento de los requerimientos tributarios. Esto incluiría el análisis de los recursos disponibles y la identificación de los tributos necesarios para cumplir con los requerimientos.

<b>Valores tributarios</b>	Falta de conocimiento de la legislación tributaria	Capacitación para el personal encargado de la gestión tributaria	Contratar a un profesional del sector para que guíe al equipo en la adquisición de conocimientos tributarios y les brinde información sobre las últimas leyes y regulaciones.
	Falta de seguimiento de los cambios de la legislación tributaria	Establecer un sistema de alertas para el personal encargado de la gestión tributaria	Implementar un sistema informático que informe a los gerentes cada vez que las leyes o regulaciones tributarias cambian, para que se mantengan al día con las últimas normas.
	Ineficiencia en el procesamiento de los impuestos	Automatizar el procesamiento de impuestos	Implementar un sistema informático que procese todos los impuestos, desde el cálculo hasta el pago, de manera automática.
	Falta de análisis de los datos tributarios	Analizar los datos tributarios para asegurar la correcta aplicación de la legislación	Contratar a un profesional del sector para que realice un análisis detallado de los datos tributarios, para asegurarse de que el equipo está aplicando correctamente la legislación.
	Falta de un sistema de control de calidad para la gestión tributaria	Establecer un sistema de control de calidad para la gestión tributaria	Establecer un sistema de auditoría interna para verificar que el equipo está cumpliendo con los requisitos legales y que todos los impuestos están siendo procesados de manera correcta.
<b>Actitudes tributarias</b>	Falta de capacitación en materia tributaria.	Estimular la capacitación de los colaboradores en materia tributaria.	Establecer cursos de capacitación acerca de la legislación tributaria, destinados a los empleados de la empresa. Establecer un plan de incentivos para los empleados que se destaquen en la materia.
	Falta de un sistema de control y seguimiento de los procesos tributarios.	Establecer un sistema de control y seguimiento de los procesos tributarios.	Implementar un sistema de control de los procesos tributarios que permita a la empresa llevar un registro de los pagos, impuestos y documentación necesaria. Establecer una herramienta para la evaluación periódica de los procesos.
	Falta de conocimiento acerca de los cambios	Incorporar sistemas de alertas que permitan estar al tanto de los	Establecer sistemas de alertas que informen a la empresa sobre los cambios en la legislación tributaria. Establecer



	legislativos en materia tributaria.	cambios legislativos en materia tributaria.	canales de comunicación con profesionales o entidades que estén en capacidad de informar acerca de los cambios.
	Falta de un sistema de verificación tributaria.	Establecer un sistema de verificación tributaria.	Establecer un sistema que verifique y verifique la exactitud de los pagos tributarios. Establecer controles internos para asegurar que los pagos se realicen de acuerdo con la legislación.
	Falta de una estrategia de cumplimiento tributario.	Establecer una estrategia de cumplimiento tributario.	Establecer una estrategia de cumplimiento tributario que incluya la identificación de los riesgos tributarios, la definición de los procedimientos y la implementación de controles internos. Establecer un equipo de expertos tributarios para el seguimiento y revisión periódica de los procedimientos.
	Falta de conocimiento en los diferentes tipos de impuestos que aplican a la empresa.	Implementar un programa educativo para que los empleados adquieran un nivel de conocimiento tributario básico.	Establecer un programa educativo específico para capacitar a los empleados en los diferentes tipos de impuestos que aplican a la empresa. Esto debería incluir cursos en línea, clases presenciales con un experto en tributación y la participación en seminarios y conferencias del sector.
<b>Conocimiento tributario</b>	Falta de conocimiento sobre las declaraciones de impuestos.	Contratar un experto tributario para asesorar a la empresa y establecer un sistema de informes para controlar los pagos de impuestos.	Contratar un experto en tributación para que asesore a la empresa sobre los impuestos que deben pagar, así como los plazos para presentar declaraciones de impuestos. Establecer un sistema de informes diarios para vigilar los pagos de impuestos y asegurar que los impuestos se pagan a tiempo.
	Falta de conocimiento sobre los créditos tributarios y deducciones.	Establecer un programa de formación para los empleados que necesiten mejorar sus habilidades en términos de conocimiento tributario.	Establecer un programa de formación específico para los empleados que necesiten mejorar sus habilidades en términos de conocimiento tributario. Esto debería incluir cursos en línea, clases presenciales con un experto en

		tributación y la participación en seminarios y conferencias del sector.
Falta de conocimiento sobre los cambios en la legislación tributaria.	Establecer un sistema de alertas para informar a la empresa sobre los cambios en la legislación tributaria.	Establecer un sistema automatizado de alertas para informar a la empresa sobre los cambios en la legislación tributaria. Esto debería incluir el envío de correos electrónicos, mensajes de texto o notificaciones de aplicaciones móviles.
Falta de conocimiento en el uso de herramientas tributarias.	Establecer un programa de capacitación para los empleados que necesiten mejorar sus habilidades de uso de herramientas tributarias.	Establecer un programa de capacitación específico para los empleados que necesiten mejorar sus habilidades en el uso de herramientas tributarias. Esto debería incluir cursos en línea, clases presenciales con un experto en tributación y la participación en seminarios y conferencias del sector.

**Fuente:** Elaboración propia, con el asesoramiento del DTAI Vásquez Pacheco (2023).

## **6.5. Respecto al objetivo general**

Entre las características principales de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Perú, se evidencia que la mayoría no cuentan con una conciencia tributaria, ni valores tributarios, generando una actitud negativa hacia el cumplimiento tributario, y el limitado conocimientos tributarios no ayuda a generar una conciencia tributaria para ser buenos contribuyentes, en cuanto a la empresa en estudio se muestra las deficiencias de la cultura tributaria en la empresa Ferretería Ferrepablo entre ellas se tiene la falta de responsabilidad tributaria, el no aprovechamiento de los beneficios tributarios y el no cumplimiento de los principios tributarios establecidos por la ley. Es decir que la empresa no está al día con los impuestos relacionados con su actividad, no ha cumplido con la presentación de las declaraciones correspondientes y no cumple con los valores que deben ser respetados por ley. Además, la empresa no posee los conocimientos tributarios necesarios para ajustarse a las características de la cultura tributaria, lo cual conlleva a que sus procesos de tributación no sean los adecuados y sean sujetas a sanciones por no cumplir con los requerimientos tributarios. Estos factores generan desventajas competitivas y una contribución de la empresa a la sociedad mínima.

## VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 7.1. Referencias bibliográficas:

Abuselidze, G. y Gogitidze, I. (2020). Tax policy for business entities under the conditions of association with the European Union: features and optimization directions.

Alvarado, F. y Angulo, A. (2019). *Las micro y pequeñas empresas, su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo en la Provincia Pasco 2010-2018*

Amacifuen, J. (2022). *Caracterización de los factores relevantes de cultura tributaria y obligaciones tributarias de las micro y pequeñas empresas sector comercio del Peru: Caso Empresa MARESVILLAK E.I.R.L. - Huánuco, 2020* [Informe de pregrado].

Arauzo, M. (2019). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las empresas ferreteras del distrito de Huánuco – 2017* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de Chimbote.

Bani, T., Farhan, A. y Hamed, M. (2021). Determinants of Tax Compliance Intention among Jordanian SMEs: A Focus on the Theory of Planned Behavior. *Economies*, 10(2), 1-30.

Batrancea, L., Ali, M., Chermezan, L., Speranta, E. y Gaban, L. (2022). Sources of SMEs Financing and Their Impact on Economic Growth across the European Union: Insights from a Panel Data Study Spanning Sixteen Years. *Sustainability*,

Bernal, M. (2021). *La Cultura Tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de Carabayllo 2020: un Estudio Descriptivo* [Informe de posgrado]. Universidad César Vallejo.

- Bhalla, N., Kumar, R. y Kaur, I. (2022). Effect of Tax Knowledge and Technological Shift in Tax System on Business Performance:
- Bhatt, G. (2021). Mercados emergentes. *Finanzas y Desarrollo*, 58(2), 1-68.
- Bustamante, A., Quintero, A., y Preciado, S. (2020). *Programa de Difusión de Cultura Tributaria en Colombia* [Informe de posgrado. Universidad de Antioquia.
- Calduch, R. (2019). Las élites en las ciencias sociales: hacia una teoría general de élites. *Revista de Latinoamérica Am.*, 9 (3), 102 – 128.
- Callupe, A. y Vargas, C. (2022). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Mercadillo Mollecito del Distrito De Pillco Marca- Provincia y Departamento de Huánuco 2020* [Informe de pregrado]. Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Castro, L. y Torralba, B. (2020). *La Cultura Tributaria como Factor Primario de la Responsabilidad Fiscal en Negocios Multinivel y Comerciantes de Barrio en Bogotá* [Informe de pregrado. Fundación Universitaria los Libertadores.
- Chen, L. y Jebran, K. (2020). The effect of Confucian culture on corporate tax avoidance: evidence from China. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1),
- Chen, S., Xu, L. y Jebran, K. (2021). The effect of confucian culture on corporate tax avoidance: Evidence from china. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*,
- Churchill, J. (2022). Taxation Principles and Practices in Nigeria. *Academic Paper*, 4(5), 1-24.
- COMEXPERU (2021). Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2021 [Informe técnico]. Sociedad de Comercio Exterior del Perú

- Corbella, L. (2020). Aportaciones de Martha Nussbaum y Amartya sen a la construcción de una dimensión ética en la relación socioeducativa: una revisión sistemática. *Psicología Social*, 1(1), 1-14.
- Cox, Y. y Venegas, F. (2021). Tendencias y perspectivas de la ciencia financiera: Un artículo de revisión. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas, Nueva Época*, 16(1), 1-15.
- Devina, E. (2020). Financing Decision as a Mediating Variable Between Capital Structure and Firm Performance. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 174(1), 1-5.
- Díaz, G., Quintana, M. y Fierro, D. (2020). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161.
- Díaz, V. (2019). *Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Ferretería Katherine, Chimbote 2016* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote.
- Endovitsky, D., y Lomsadze, D. (2019). Assessment of the tax culture and the size of the shadow economy in european studies. *Space and Culture, India*, 7(3),
- Flores, N. (2021). Reseña de "Teoría de la innovación: evolución, tendencias y desafíos. Herramientas conceptuales para la enseñanza y el aprendizaje. *Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, 17(24), 1-5.
- Fuadah, L., Dewi, K., Mukhtaruddin, M., Kalsum, U., Arisman, A. (2022). The relationship between sustainability reporting, E-commerce, firm performance and tax avoidance with organizational culture as moderating variable in small

- and medium enterprises in palembang. *Sustainability (Switzerland)*, 14(7), 1 – 12.
- García, J. (2019). *Gestión del conocimiento y eficiencia en proyectos: Caso empresa Robuspack* [Informe de posgrado]. Universidad Ciateq.
- Gómez, J. y Morán, D. (2020). Estrategias para abordar la evasión tributaria en América Latina y el Caribe. *Revista de macroeconomía del desarrollo*, 1 (1),
- Guale, C. (2022). *Cultura tributaria para los microempresarios de venta de comida y bebidas ubicados en la playa de la comuna San Pablo, provincia Santa Elena, año 2022* [Informe de pregrado]. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Guerra, A., y Harrington, B. (2022). Regional variation in tax compliance and the role of culture. *Economía Política*, 1 (1), 12 – 19.
- Gutiérrez, A., Escobedo, P., Mariuccia, D. y Gutiérrez, M. (2019). Financeing in the training of health professionals from the perspective of the public sector, 2016-2018. *Faculty of Human Medicine URP*, 19(4), 38-46.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Huamán, M (2022). *Cultura tributaria y las obligaciones tributarias, en las micro y pequeñas empresas ferreteras del distrito Calca – Cusco, 2021* [Informe de pregrado]. Universidad César Vallejo.
- Isidro, S. (2020). *Cultura tributaria y la evasión tributaria en las empresas comerciales de productos agroquímicos del distrito de Huánuco, 2017* [Informe de pregrado]. Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Ispriyarso, B., Bayuseno, A. y Wahab, H. (2021). Legal reformation of tax court in indonesia: Reforming legal culture, institutional and legislative aspects. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10 (1), 722-728.

- Korostelkina, I., Dedkova, E., Varaksa, N., y Korostelkin, M. (2020). Models of tax relations: Improving the tax culture and discipline of taxpayers in the interests of sustainable development. *Paper presented at the E3S Web of Conferences*, 159 (1), 21 – 29. doi:10.
- Kuandykov, N., Abil, Y., Utepov, A., Nurkey, A., y Abenova, A. (2021). Investigating the relationship between tax culture and tax communication in kazakhstan. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 197-210. doi:
- León, R. (2020). *Caracterización de la cultura tributaria de la micro empresa comercial “Corporación Horvasa S.A.C.” – Huaraz, 2018* [Informe de pregrado]. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Li, Y., Al-Sulaiti, K., Dongling, W., Abbas, J., y Al-Sulaiti, I. (2022). Tax avoidance culture and employees' behavior affect sustainable business performance: The moderating role of corporate social responsibility. *Frontiers in Environmental Science*, 10 (1), 21 – 29.
- Machaca, S. (2022). *Cultura y obligaciones tributarias en el Centro Comercial Unión 2000, distrito La Joya, Arequipa 2022* [Informe de pregrado]. Universidad César Vallejo.
- Medina, K. y Ortigón, J. (2020). *Historia de las ideas económicas en Joseph Stiglitz y Gregory Mankiw* [Informe de pregrado]. Universidad de La Salle.
- Meza, Y. (2019). *Caracterización de la Cultura Tributaria en las Microempresas de la Asociación de Comerciantes César Vallejo Ate Vitarte, 2018* [Informe de pregrado]. Universidad César Vallejo.
- Miranda, J. (2023). Taxation Principles and Concepts. *Taxation in Finance and Accounting*, 1(1), 9-38.



- Mohammad, N. y Bidin, Z. (2022). The Effect of Tax Fairness, Peer Influence, and Moral Obligation on Sales Tax Evasion among Jordanian SMEs. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(407), 1-15.
- Morales, J. (2022). Amartya Sen y la moderna teoría económica del bienestar y desarrollo humano. *Estudios del CURI*, 1(1), 1-12.
- Ortiz, C. (2021). *Cultura tributaria y formalización en el sector comercial* [Informe de pregrado]. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Pascuali, M. (2021). Los principios constitucionales tributarios materiales, el estado del arte en el ámbito comparado. *Actualidad Jurídica*, 1(43), 1-15.
- Pathirana, R. (2021). *Traditional taxation principles and e-commerce taxation: challenges and developments* [Informe de pregrado]. University of Colombo.
- Ponce, Y. (2021). *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las Mypes del sector comercio en el mercadillo Las Moras – Huánuco, 2019* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote.
- Poradova, M. y Janoskova, K. (2021). Impact of Credit Market Development on Project Financing. *SHS Web of Conferences*, 91(1), 1-11.
- Puigví, T. (2022). Tax education, a strategy also to improve tax culture: The experience of the tax agency of catalonia. *Revista De Educacion y Derecho*, 1(26), 54 – 59. doi:10.1344/REYD2022.26.40643
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E. y Vélez, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 41(29), 153-171.
- Ramirez, B., Condezo, Y. y Valenzuela, Z. (2022). *La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de las Empresas Ferreteras en la*

- Ciudad de Huánuco, periodo 2020* [Informe de pregrado]. Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Rashid, H. (2020). Taxpayer's Attitude Towards Tax Evasion in a Developing Country: Do the Demographic Characteristics Matter? *International Journal of Applied Behavioral Economics*, 9(2), 1-19.
- Reyes, A. y Sanchez, J. (2019). *Diamante de Porter y los Factores de la Competitividad de la empresa L'Oreal Perú en el segmento masculino* [Informe de pregrado]. Universidad Tecnológica del Perú.
- Rifki, F. y Yustrida, B. (2021). Internal or external financing: New evidence on investor reaction in Indonesian manufacturing firms. *Journal of Accounting and Investment*, 22(2), 242-253.
- Rivera, C. (2020). *Cultura tributaria y evasión tributaria en las empresas ferreteras del distrito de Huánuco, 2017* [Informe de pregrado]. Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Rodríguez, R. (2020). *Importancia de la cultura tributaria en MIPYMES* [Informe de pregrado]. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Schatan, R., Benitez, J., Coelho, I. Madariaga, J. (2019). *Tax Regime for Small Taxpayers and Special Economic Zones* [Informe técnico]. International Monetary Fund.
- Senia, I. (2018). *Cultura tributaria y la evasión tributaria en las empresas comerciales de productos agroquímicos del Distrito de Huánuco, 2017* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de Chimbote.
- Stezano, F. (2021). Enfoques, definiciones y estimaciones de pobreza y desigualdad en América Latina y el Caribe. *FIDA*, 1(1), 1-64.

- Susyanti, J. y Askandar, N. (2019). Why Is Tax Knowledge and Tax Understanding Important? *JEMA Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 1
- Sutrisno, T., y Dularif, M. (2020). National culture as a moderator between social norms, religiosity, and tax evasion: Meta-analysis study. *Cogent Business and Management*, 7(1), 54 – 59. doi:
- Tene, T. (2019). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes del Mercado Gran Colombia de la ciudad de Loja* [Informe de pregrado]. Universidad Nacional de Loja.
- Toumi, F., Bouraoui, M., y Khlif, H. (2022). National culture and tax avoidance: A quantile regression analysis. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 40(2), 196-211.
- Urdaneta, A.; Borgucci, E. y Jaramillo, B. (2021). Crecimiento económico y la teoría de la eficiencia dinámica. *Revista de ciencias de la administración y economía*, 11 (21); 1 – 24.
- Vallejos, A., Díaz, K., Jaime, S., Pezzia, L. y Sicha, J. (2019). *Efecto del comercio internacional sobre el nivel del PBI en economías desarrolladas y en vías de desarrollo* [Informe de pregrado]. Universidad de Lima.
- Vásquez Pacheco, F. (2021). Lineamientos básicos para elaborar el proyecto de investigación- documento de trabajo. Docente Tutor Investigador (DTI) de la Escuela Profesional de Contabilidad de la ULDECH-Católica-Chimbote.
- Velarde, R. (2020). Economía Internacional. *Revista virtual de Economía*, 1(1), 1-16. <https://viceacademico.unmsm.edu.pe/wp-content/uploads/2020/10/Revista-economia-a%C3%B1o1-numero-01.pdf>

- Villanueva, T. (2022). *Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la feria artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de Chimbote.
- Yucra, T. (2022). *Caracterización de la cultura tributaria en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso comercial Beto – Ayacucho, 2019* [Informe de pregrado]. Universidad Católica de los Ángeles Chimbote.
- Zanabria, F. (2021). *Cultura tributaria y la evasión tributaria en las MYPES del distrito de Puno 2021* [Informe de pregrado]. Universidad César Vallejo.
- Zhang, X., Husnain, M., Yang, H., Ullah, S., Abbas, J., y Zhang, R. (2022). Corporate business strategy and tax avoidance culture: Moderating role of gender diversity in an emerging economy. *Frontiers in Psychology*, 13 (1); 1 – 12. doi:
- Zúñiga, A. y Abad, J. (2022). *Diseño de Portafolio ASG de Renta Variable MILA MILA Equity ESG Portfolio Design* [Informe de posgrado]. Universidad EAFIT.

## 7.2. Anexos:

### 7.2.1. Anexo 1: Modelos de fichas bibliográficas

---

#### Carta de autorización simple

Huánuco, 04 de enero del 2023.

Doctar:

**LUIS ALBERTO TORREZ GARCÍA**  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**  
**CHIMBOTE**

De mi especial consideración:

Yo, PABLO CALLIFE BENJAMIN, con DNE 42893224, gerente general de la empresa **FERREPABLO**, con domicilio legal en el AV. UNIVERSITARIA 2808 C.P. ME. VILCAR CAYSHAYNA FRENTE AL PARADERO FIGUS, KM 2.5 Pilco Marca -Huánuco. AUTORIZO al estudiante Evangelista Atencio, Celestina, con DNE 44637364, de la **Universidad Católica los ángeles de Chimbote - Facultad de Ciencias e Ingeniería** **vos**, Escuela Profesional de Contabilidad, con código 4803181123, para que pueda usar y compartir información de la empresa líneas arriba mencionada.

Atentamente,



**FERREPABLO**  
SUC S.A.S.  
Benjamin Callife  
DNI 42893224

Escaneado con CamScanner

---

## 7.2.2. Anexo 2: Cuestionario de recojo de información

### 1.1.1. Cuestionario de recojo de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### "CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA "FERREPABLO" - HUÁNUCO Y PROPUESTA DE MEJORA, 2023"

**Instrucciones:** La finalidad del presente cuestionario es Determinar las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa "Ferretería Torres" de Huánuco y diseñar la propuesta de mejora, 2023

#### CULTURA TRIBUTARIA

Nº	Elemento	SI	NO
1	¿La empresa cumple con sus obligaciones tributarias?		X
2	¿Es consciente la empresa de sus deberes fiscales?	X	
3	¿Gestiona la empresa sus impuestos de forma responsable?	X	
4	¿La empresa reconoce la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias?		X
5	¿La empresa se encuentra al corriente con sus obligaciones fiscales?		X
6	¿La empresa incentiva al cumplimiento de sus obligaciones tributarias?	X	
7	¿Está la empresa comprometida con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales?		X
8	¿Existe una conciencia tributaria adecuada en la empresa?		X
9	¿Existen controles internos para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?		X
10	¿La empresa promueve la responsabilidad fiscal de sus empleados?	X	
11	¿La empresa cumple con sus responsabilidades tributarias?		X
12	¿La empresa es puntual en el pago de impuestos?		X
13	¿La empresa cumple con todas las normas y regulaciones tributarias?	X	
14	¿La empresa ofrece soluciones eficaces para la gestión de los impuestos?		X

FERREPABLO  
RUC: 20100000000  
*[Firma]*  
Bosque de la Victoria  
Huánuco

15	¿La empresa se asegura de cumplir con los requisitos de tributación?	x	
16	¿Es honesta la empresa con la declaración de impuestos de su régimen tributario?		+
17	¿La empresa presenta sus impuestos de forma correcta y veraz?	x	
18	¿La empresa informa de forma exacta sus pagos de tributos?		x
19	¿Las actitudes de la empresa con respecto a los impuestos son apropiadas?		x
20	¿Es la posición de la empresa al respecto de los tributos proporcionada por el gobierno la correcta?		+
21	¿La empresa cumple con los requerimientos fiscales establecidos por el Estado?		+
22	¿La empresa asume los tributos con una actitud adecuada?		+
23	¿Cumplen las actitudes de la compañía con los requerimientos tributarios impuestos?		+
24	¿La empresa adopta una postura adecuada en relación con el gasto público?		+
25	¿La empresa adopta una posición apropiada hacia la SUNAT?		x
26	¿La empresa está dispuesta a aceptar los impuestos?	x	
27	¿La empresa toma medidas correctas con respecto a los impuestos?	x	
28	¿La empresa adopta una actitud favorable hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?		x
29	¿La empresa tiene un conocimiento general del régimen tributario al que está sujeta?	x	
30	¿La empresa tiene alguna idea de los impuestos a los que está sometida?		x
31	¿La empresa tiene una comprensión de los requisitos y responsabilidades tributarias?		x
32	¿Comprende los compromisos fiscales específicos que la empresa debe cumplir?		+
33	¿Está informada acerca de las modificaciones legislativas que afectan la situación tributaria?		x
34	¿La empresa está al tanto de los requisitos tributarios para una empresa?		x
35	¿La empresa comprende los deberes como contribuyente?		x
36	¿La empresa conoce los derechos que le corresponden como empresa?	+	
37	¿La empresa entiende los términos y condiciones de los impuestos?	x	
38	¿La empresa está familiarizado con los requerimientos fiscales para una empresa?		+

Muchas gracias

  
**FERREPARLO**  
 RUC 1081093490  
 Benjamin  
 Quito

### 7.2.3. Anexo 3: Consentimiento informado



#### PROTOKOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Circuito Social)

La finalidad de este protocolo es Denotar Sociales, es informado sobre el proyecto de investigación y solicítelo tu consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: "CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL PERÚ: CASO EMPRESA "FERREPABLO" - HUÁNUCO Y PROPUESTA DE MEJORA, 2023". y es dirigida por Mgtr. VÁSQUEZ PACHECO, FERNANDO, docente de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: identificar y describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa "Ferretería Torres" de Huancayo y hacer una propuesta de mejora, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 25 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntario y anónima. Usted puede decidir interrumpir en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de mi persona, si desea, también podrá escribir al correo [Kari\\_10\\_15@hotmail.com](mailto:Kari_10_15@hotmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultar sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Benjamin, Pablo Castañe

Fecha: 04 de diciembre 2022.

Correo electrónico: alupa2@hotmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

COMITÉ INSTITUCIONAL DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN - ULADECS CATÓLICA



## Reporte de Ficha RUC

Lima, 07/03/2023

PABLO CALLUPE BENJAMIN  
10416933249

### Historial General del Contribuyente

Código y descripción de Tipo de Contribuyente	01 PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Fecha de Inscripción	20060004
Fecha de Inicio de Actividades	20060014
Estatus del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0185 - D.Z.HUANUCO-NEPECO
Condición del Dominio Fiscal	HABIDO
Sistema electrónico de pago	08060002
Comprobantes electrónicos	FACTURA (desde 06/06/2023),BOLETA (desde 13/06/2023)

### Datos del Contribuyente

Nombre Comercial	PENYEPABLO
Tipo de Representación	+
Actividad Económica Principal	3626 - VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS
Actividad Económica Secundaria 1	4125 - VENTA AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
Actividad Económica Secundaria 2	4773 - VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	COMPUTARIZADO
Código de Profesión / Oficio	PROFESION U OCUPACION NO ESPECIFICADA
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	+
Teléfono Fijo 2	+
Teléfono Móvil 1	82 - 97943003
Teléfono Móvil 2	+
Correo Electrónico 1	ecola_1255@hotmail.com
Correo Electrónico 2	-

### Currículo Fiscal

Actividad Económica Principal	4848 - VENTA AL POR MAYOR DE OTROS ENSERES DOMÉSTICOS
Departamento	HUANUCO
Provincia	HUANUCO
Distrito	HUANUCO
Tipo y Nombre Zona	D.P. ME. VILCAR CAYHUAYNA
Tipo y Nombre Vía	AV. UNIVERSITARIA

Nombre	REN
Km	1
Mz	1
Lote	1
Dpto	-
Intero	-
Otras Referencias	FRENTE AL PARQUEO FOCUS, KM 25
Condición del terreno delimitado como Delineado Parcel	OTRO

#### Datos de Persona y sus relaciones a la Empresa

Documento de Identidad	DNI 47888334
Cond. Domiciliado	DOMICILIADO
Fecha de Nacimiento e Inicio Sucesión	26/05/1989
Sexo	Masculino
Nacionalidad	PERUANA
País de Procedencia	-

#### Registros de Transacciones

Transacción	Año de Inicio	Módulo de Contabilidad	Zonas	
			Distrito	Intero
IGV - DEPÓS. INT. - CTA. PROPIA	20080014	-	+	-
RENITA - FIRMAMEN ESPECIAL	20080014	-	+	-

**Importante:**  
Recomiende que es obligatorio consultar periódicamente su Datos Electrónicos SOL, para conocer de forma oportuna las actualizaciones e información de interés que faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y aduaneras.



# TRABAJO

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo

# TRABAJO

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo