

# UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD



Cultura tributaria y la rentabilidad, en el Mercado Modelo, Distrito  
de Barranca, 2019

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

Autor:

Espinoza Hidalgo, Fabiola

Asesor:

Marcelo Huaman, Juan Silvino

Chimbote – Perú

2019

## Palabras clave

---

Tema	Cultura tributaria, rentabilidad
Especialidad	Tributación

---

## Keywords

---

Topic	Tax culture, profitability
Specialty	Taxation

---

## Lineas de Investigacion

Tributación

Ciencias Sociales.

Economía y Negocios.

Economía

## Lines of Investigation

Taxation

Social Sciences.

Economy and business.

Economy

**Titulo:**

**Cultura tributaria y la rentabilidad, en el mercado modelo,  
distrito de Barranca, 2019**

**Title:**

**Tax culture and profitability, in the model market, Barranca  
district, 2019**

## **Resumen**

La investigación, cultura tributaria y rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019, se realizó para responder a la pregunta ¿Cual es el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019?, de igual manera se respondió al objetivo general: Determinar el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019.

La hipótesis que se formulo es: La cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

La metodología empleada es de investigación basica, nivel correlacional, metodo hipotetico deductivo, diseño no experimental, transversal.

De los resultados obtenidos siendo la probabilidad ( $p= 0.000$ ) y el ( $r_s= 0.450$ ), se concluye que existe relación altamente significativa, positiva debil y directamente porporcional entre la cultura tributaria y la rentabilidad en las microempresas del mercado modelo, distrito de Barranca, 2019. Entendiendose que cuando se tenga mayor conocimiento de la cultura tributaria y el veneficio que se logra al cumplir el pago de tributos, a la par con ello se daran las condiciones para el acceso a diferentes fuentes de financiamiento para lograr obtener su rentabilidad que sea sostenible en el tiempo.

## **Abstrac**

Research, tax culture and profitability in the model market, district of Barranca, 2019, was carried out to answer the question: What is the level of relationship between tax culture and profitability in the Model market of the district of Barranca, 2019? In the same way, the general objective is met: Determine the level of relationship between the tax culture and profitability in the Barranca District Model Market, 2019.

The hypothesis that was formulated is: Tax culture is significantly related to profitability in the model market, Barranca district, 2019.

The methodology used is basic research, correlational level, deductive hypothetical method, non-experimental, cross-sectional design.

From the results obtained being the probability ( $p = 0.000$ ) and the ( $rs = 0.450$ ), it is concluded that there is a highly significant, positive, weak and directly proportional relationship between the tax culture and profitability in the microenterprises of the model market, district of Barranca , 2019. Understanding that when there is greater knowledge of the tax culture and the tax that is achieved by paying taxes, along with this, the conditions for access to different sources of financing will be given to achieve their profitability sustainable over time.

## Indice

Palabras clave .....	i
Titulo.....	ii
Resumen.....	iii
Abstrac .....	iv
Indice .....	v
Capitulo I: Introduccion.....	1
1.1. Antecedentes y Fundamentacion Cientifica .....	1
1.1.1. Antecedentes .....	1
1.1.2. Fundamentacion Cientifica .....	5
A) Cultura tributaria.....	5
B) Rentabilidad.....	11
1.2. Justificacion .....	12
1.3. Problema .....	12
1.3.1. Realidad Problematica.....	13
1.3.2. Planteamiento del Problema.....	14
1.4. Conceptualizacion y Operacionalizacion .....	14
1.4.1. Conceptualizacion de las Variables.....	14
1.4.2. Operacionalizacion de las Variables .....	15
1.4.3. Delimitacion .....	15
1.5. Hipotesis .....	15
1.6. Objetivo .....	16
1.6.1. Objetivo General .....	16
1.6.2. Objetivo Especifico .....	16

Capitulo II: Medios y materiales .....	17
2.2. Tipo y diseño de Investigacion .....	17
2.2.1. Tipo de Investigacion .....	17
2.2.2. Diseño de Investigacion .....	17
2.3. Poblacion y Muestra .....	17
2.3.1. Poblacion.....	17
2.3.2. Muestra.....	17
2.4. Tecnicas e Instrumentos de Recoleccion de Datos .....	17
2.4.1. Tecnicas de Investigacion .....	17
2.4.2. Instrumento de Investigacion .....	18
Capitulo III: Resultados .....	19
3.1. Analisis de Datos .....	19
3.2 Prueba de Hipotesis .....	20
Cpitulo IV: Analisis y discusión.....	23
Apitulo V: Conclusiones.....	25
Capitulo VI: Recomendaciones .....	26
Agradecimiento.....	27
Referencias Bibliograficas .....	28
Anexos .....	30

## **CAPITULO I: INTROUCCION**

La investigación busca determinar como la Cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad, en el mercado Modelo, distrito de Barranca, 2019. Es una investigacion de tipo basica, nivel correlacional, diseño no experimental, transversal simple.

La investigacion consta de varias partes las cuales se detalla a contiunación:

En el capitulo I, se explica el porque se realiza la investifacion, se plantea el problema y el proposito del estudio, se muestra la concepuación y operacionalizacion de las variables, las hipotesis y los objetivos.

En el capítulo II, se planteo los medios y materiales que se aplicaron, se definio la poblacion y muestra, las tecnicas, los instrumentos el procesamiento y analisis de la información.

En el capítulo III, se presentan los resultados de la investigación

En el capítulo IV, se realizaron todos los análisis cuantitativos y cualitativos de los datos arrojados por los encuestados, para ello se utilizaron distribuciones de frecuencia para cada variable y para ambas en conjunto. Igualmente se calcularon las correlaciones de ambas variables, para determinar la comprobación de la relación, exponiéndose las teorías que apoyan la contrastación de las hipótesis y los objetivos del estudio, así como exponen los enfoques que se han investigado de las variables.

En el capítulo V, se plantea las conclusiones de la investigacion

En el capítulo VI, se plantean las recomendaciones de la investigación.

De este modo se cumplió con el objetivo de la presente investigación de demostrar cómo la cultura tributaria se relaciona con la rentabilidad, en el mercado Modelo, distrito de Barranca, 2019

### **1.1. Antecedentes y fundamentación científica**

#### **1.1.1. Antecedentes**

Veronica (2014) En su tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo-Perú”, de acuerdo a los resultados obtenidos y a las contrastación de sus hipótesis, se

concluye que el nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes es bajo, ya que se observó que un porcentaje significativo (83%) de la población estudiada conceptualiza la importancia de los tributos como una sanción aplicada a cualquier persona al realizar una transacción económica. La muestra estudiada estuvo constituida por 313 comerciante de la ciudad de Chiclayo, para seleccionar su muestra se utilizó la técnica Aleatoria Simple.

Cruzado (2014) En su tesis “Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales sunat – intendencia Lima en el periodo 2013” en función al cumplimiento de los objetivos trazados se concluye que la falta de cultura y/o conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima sobre el cumplimiento de sus obligaciones formales, incide negativamente en la situación económica directa e indirectamente en la recaudación fiscal, ya que permite a la Administración tributaria cumpla con sus objetivos institucionales (presión tributaria 17% PBI) aplicando multas y sanciones. Los resultados han sido obtenidos mediante encuesta realizada a 45 contribuyentes pertenecientes al Reg. General del Cercado de Lima.

Castro y Vega (2013) En su tesis “Las causas que motivan la evasión tributaria en la empresa constructora Los Cipreses s.a.c en la ciudad de Trujillo en el periodo 2012” en la cual se llegó a la conclusión mediante las pruebas realizadas de que existe una deficiente conciencia tributaria, lo que motiva a evadir. Asimismo para la constructora Los Cipreses S.A.C , cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias , es atentar contra su liquidez, debido a que la competencia desleal originada , obliga a asumir el impuesto como costo del producto, para poder mantenerse en el mercado y así obtener más utilidades en beneficio propio. La población de estudio está determinada por 25 trabajadores de la empresa Los Cipreses SAC.

Quispe ( 2012) En su tesis “La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna” donde se concluye que la comprensión de los lineamientos de Política Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna debido a que no están de acuerdo a la realidad económica del país y se basan en el incremento de los impuestos como un ataque agresivo al sector formal. Además se dictamina que la implementación de Programas en Educación Tributaria que se realiza tiene una influencia muy baja en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la Cultura Tributaria como debe ser. Para el presente estudio se considerará una muestra de 58 comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna.

Ramos y Abarca (2013) En su tesis “La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en las empresas comerciales de la provincia de Huaura” Concluyó que en estos momentos es fundamental considerar lo que es la cultura, la misma es entendida como el conjunto de conocimientos, modos de vida y costumbres de una sociedad determinada, o bien como el conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. Cuando un conjunto de personas interactúan y acuerdan organizar y constituir empresas en los diversos campos de la economía nacional están plenamente conscientes de que al desarrollar un conjunto de actividades y operaciones, éstas generan obligaciones de todo tipo, especialmente aquellas a las que están expuestas los deudores tributarios como son específicamente las que se obtienen de los resultados obtenidos en un período determinado que responden a la articulación combinada del capital y el trabajo que en forma específica se denomina Impuesto a la Renta de Tercera Categoría. Tanto a la persona natural, como a la persona jurídica que desarrollan actividades

generadoras de rentas de tercera categoría les interesa conocer y difundir la cultura tributaria que es una estrategia importante para posibilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y contribuir a la disminución de la evasión fiscal. La cultura Tributaria es entendida como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana.

Herrera (2015) En su tesis: "Implementación del Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa del Perú: Caso Empresa Fondo de Cultura Económica del Perú S.A."-LIMA Se concluye que la incidencia de la implementación del control interno es significativa en la rentabilidad de la empresa Fondo de Cultura Económica del Perú S.A. Lima 2015, pues de acuerdo al cuestionario realizado a los 6 jefes de áreas (Gerencia, Finanzas y Contabilidad, Comercial, Edición y Prensa, Almacén y Sistemas) nos permite evidenciar que es necesario la implementación de un control interno, porque se encontró errores e irregularidades en los procesos, lo cual conllevaron en el período 2015 no contar con la rentabilidad proyectada en lo presupuestado. Es por ello que la gerencia determinó implementar el control interno para la obtención de resultados confiables, y poder alcanzar las metas y objetivos.

Murrugarra (2011) En su tesis: Contribución del Control Interno en la rentabilidad económica y competitividad del Molino San Luis E.I.R.L., del distrito de Guadalupe. Refiere que el control interno, aparece a medida del crecimiento económico, las empresas aumentan de tamaño y sus propietarios empiezan a utilizar los servicios de gerentes contratados, lo cual conlleva a que los dueños tengan más cuidado de su patrimonio y en los informes de sus estados económicos y financieros, para evitar y protegerse contra el peligro de errores no

internacionales, lo mismo que contra los fraudes cometidos por gerentes y empleados. Actualmente las empresas y negocios aplican un control interno ya sea empíricamente o formalmente para el logro de sus objetivos en las áreas de presentación de informes financieros, operaciones y cumplimiento de leyes y regulaciones. En el estudio se puede decir que la empresa Molino San Luis E.I.R.L., solo se lleva a cabo empíricamente un control interno inadecuado, por la falta de control en el área de producción, contabilidad y administración sin embargo actualmente solo lleva un control previo e ineficiente, por medio de kardex, reportes diarios, control de asistencia de personal, que es lo que ha generado los resultados económicos, según los estados financieros del Molino San Luis.

## **1.1.2. Fundamentacion científica**

### **1.1.2.1 Cultura tributaria**

Ricardo (1959) señala a la tributación como “el problema principal de la economía política, consiste en determinar las leyes que regulan la distribución entre los propietarios de la tierra y de los del capital, necesario para cultivarla y los trabajadores que la cultivan”. Es por ello, que el principal problema que observó Ricardo en su época, fue la distribución de la riqueza, puesto que la realidad observada, era el enriquecimiento de unos y el empobrecimiento de otros. El mismo autor señala, que el reparto o distribución de la riqueza, es precisamente la cuestión más susceptible de ser influida por las ideas políticas y sociales, ya que se pone en ella de manifiesto la pugna entre los intereses económicos de las distintas clases sociales. Y por ello, estableció la importancia de los impuestos, puesto que son una parte del producto de la tierra y del trabajo de un país, que se pone a disposición del Gobierno, y su importe se paga, deduciéndolo del capital o de las rentas del país.

### **Teoría de la Disuasión**

Allingham & Sadmo, (s.f.) explica que para una persona adversa al riesgo, la disposición a pagar impuestos será mayor cuando:

Mayor sea la probabilidad que la Administración Tributaria descubra y sancione a los evasores.

Mayor sea la penalidad que se aplique a los evasores

El pago del impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto.

### **Teoría de la Capacidad Contributiva**

Anónimo, (s.f.) La capacidad contributiva es una de las teorías más aceptadas acerca del porqué pagar los impuestos y sobre quiénes deben pagarlos. A la pregunta de cuánto es lo que cada sujeto debe pagar de impuestos, esta teoría indica que cada ciudadano pagará tributos en relación de su poder económico.

Los parametros para lograr la capacidad contributiva es el Patrimonio: Ejemplo de ello está el impuesto sobre los Bienes Personales, el cual se establece en todo el territorio de la Nación. Lo tributan sólo las personas que quedan alcanzadas debido a que su patrimonio; La renta: Se establece en todo el territorio de la Nación. Tiene distintas características para las empresas y para las personas; y el Gasto (o consumo): Con referencia al Impuesto General a las Ventas, El IGV es mensual, se establece en todo el territorio de la Nación. En líneas generales, se aplica sobre las ventas, las obras, prestaciones de servicios, etc.

### **Teoría General de las Obligaciones**

Anónimo (s/f) define a la Teoría General de las Obligaciones es aquel conjunto de normas, reglas, principios e instituciones que regulan la obligación como categoría jurídica. La cual consta de dos partes; Parte

general la cual estudia la obligación en sí misma: las definiciones de obligación, sus características, su estructura, sus requisitos, su forma de adquirirse o extinguirse y la Parte especial estudia la obligación tomando en cuenta las fuentes de donde emana o se origina la obligación.

**En el Decreto Supremo N° 133-2013-EF del Código Tributario expresan lo siguiente :** Artículo 1°.- define a la obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente; en el Artículo 2°.- se menciona al nacimiento de la Obligación Tributaria, la cual nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. La sunat tiene como objetivo el hacer conocer y entender al deber cívico de pagar impuestos, y que la ciudadanía vea que el sistema tributario es un sistema justo, para ello utiliza algunas estrategias, las cuales están enfocadas en la formación y en la información.

**En el Decreto Legislativo N° 1269: Crea el Régimen MYPE Tributario del Impuesto a la Renta expresa lo siguiente :** Artículo 4.- Determinación del impuesto a la renta en el RMT, Los sujetos del RMT determinarán la renta neta de acuerdo a las disposiciones del Régimen General contenidas en la Ley del Impuesto a la Renta y sus normas reglamentarias. El reglamento del presente decreto legislativo podrá disponer la no exigencia de los requisitos formales y documentación sustentatoria establecidos en la normativa que regula el Régimen General del Impuesto a la Renta para la deducción de gastos a que se refiere el artículo 37° de la Ley del Impuesto a la Renta, o establecer otros requisitos que los sustituyan; Artículo 19°.- Requisitos Formales; en la cual se detalla que el impuesto general esté consignado por separado en el comprobante de pago que acredite la compra del bien, el servicio afecto, el contrato de construcción o, de ser el caso, en la nota de débito, o en la copia autenticada por el

Agente de Aduanas o por el fedatario de la Aduana de los documentos emitidos por la SUNAT, que acrediten el pago del impuesto en la importación de bienes. Que los comprobantes de pago o documentos consignen el nombre y número del RUC del emisor, de forma que no permitan confusión al contrastarlos con la información obtenida a través de los medios de acceso público de la SUNAT y que, de acuerdo con la información obtenida a través de dichos medios, el emisor de los comprobantes de pago o documentos haya estado habilitado para emitirlos en la fecha de su emisión.

- a. Cultura Tributaria: Por cultura tributaria entendemos el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria.
- b. Obligación: Es el vínculo a través del cual las dos partes intervinientes, acreedora y deudora, quedan ligadas, implicando tal relación que la parte deudora deberá dar cumplimiento con la prestación objeto de la obligación
- c. Valores: Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro.
- d. Actitud: Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las labores.
- e. Consumidores Finales: Es aquella persona física o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta bienes muebles o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden, para su consumo final o definitivo
- f. Obligaciones Sustanciales: La obligación tributaria sustancial nace de una relación jurídica que tiene origen en la Ley, y consiste en el pago al Estado del impuesto como consecuencia de la realización del presupuesto generador del mismo.

- g. Obligaciones Formales: Las obligaciones formales se pueden citar a la presentación de las declaraciones tributarias, la obligación de expedir factura y entregarla al adquirente de bienes y servicios, la de llevar la contabilidad, la de suministrar información ocasional o regularmente, la de inscribirse como responsable del impuesto sobre las ventas.
- h. Tasas: Es un tributo caracterizado por que el hecho imponible incluye, como elemento central, una actividad del Estado que afecta o beneficia especialmente a determinado sujetos.
- i. Acreedor: Es aquella persona (física o jurídica) o entidad, que legítimamente está autorizada para exigir el pago o cumplimiento de una obligación contraída.
- j. Deudor: Es aquella persona (natural o jurídica) o entidad que tiene la obligación de satisfacer una cuenta por pagar contraída a una parte acreedor
- k. Impuesto General a las Ventas (IGV): Conocido en otros países como Impuesto al Valor Agregado - IVA, dentro de la clasificación de los impuestos es considerado como uno indirecto ya que quien soporta la carga económica del mismo no es obligado tributario (vendedor de bienes o prestador de servicios), sino un tercero (comprador o consumidor final) que viene a ser el "obligado económico".

Además de ello, es un impuesto al valor agregado de tipo plurifásico (grava todas las fases del ciclo de producción y distribución) no acumulativo (solo grava el valor añadido), y que se encuentra estructurado bajo el método de base financiera de impuesto contra impuesto (débito contra crédito)

- l. Impuesto a la Renta: El Impuesto a la Renta grava las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales a aquéllas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos

periódicos

- m. Impuesto Selectivo al Consumo: Es un impuesto indirecto que, a diferencia del IGV, solo grava determinados bienes (es un impuesto específico); una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental, como por ejemplo: las bebidas alcohólicas y cigarrillos. Otra finalidad del ISC es atenuar la regresividad del IGV al exigir mayor carga impositiva a aquellos consumidores que objetivamente evidencian una mayor capacidad contributiva por la adquisición de bienes suntuosos o de lujo, como por ejemplo la adquisición de vehículos automóviles nuevos, agua embotellada, bebidas rehidratantes, energéticas, entre otras.
- n. Régimen de Percepciones: Es un sistema de pago adelantado del Impuesto General a las Ventas, mediante el cual el Agente de percepción (vendedor), percibe del importe de una venta o importación, un porcentaje adicional que tendrá que ser cancelado por el cliente o importador quien no podrá oponerse a dicho cobro.
- o. Régimen de Retenciones: Es el régimen por el cual, los sujetos designados por la SUNAT como Agentes de Retención deberán retener parte del Impuesto General a las Ventas que le es trasladado por algunos de sus proveedores, para su posterior entrega al Fisco, según la fecha de vencimiento de sus obligaciones tributarias que les corresponda.
- p. Deduciones: Es un mecanismo que consiste en el descuento que efectúa el comprador o usuario de un bien o servicio afecto al sistema, de un porcentaje del importe a pagar por estas operaciones, para luego depositarlo en una cuenta corriente a nombre del vendedor o prestador del servicio (titular de la cuenta) que tiene en el Banco de la Nación.
- q. Declaraciones Determinativas: Son aquellas en las que el declarante

determina la base imponible y, en su caso, la deuda tributaria a su cargo. Se emplea para las declaraciones mensuales y anuales de los tributos que administra la SUNAT o cuya recaudación se le encargue.

- r. Declaraciones Informativas: Son aquellas en las que el declarante informa acerca de sus operaciones o las de terceros, en las cuales no se determina ninguna deuda.

#### **1.1.2.2. Rentabilidad.**

Sánchez (2002) Describe que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Bautista (2015) expresa que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios material, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados. Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios. Sin embargo, la capacidad para generar las utilidades dependerá de los activos que dispone la empresa en la ejecución de sus operaciones, financiados por medio de recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas) que implican algún costo de oportunidad, por el principio de la escasez de recursos, y que se toma en cuenta para su evaluación.

De esta forma, ella representa una medida de eficiencia o productividad de los fondos comprometidos en el negocio, con el fin de garantizar el aumento de valor y su continuidad en el mercado. Esto

significa que no interesa si se generan beneficios muy altos si para ello se tiene que emplear una considerable cantidad de recursos. Por tanto, una inversión es tanto mejor cuanto mayores son los beneficios que genera y menores son los recursos que requiere para obtenerlos.

### **Tipos de Rentabilidad**

**Desde el punto de vista contable, el estudio de la rentabilidad se realiza a dos niveles:**

- **Rentabilidad Económica**

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de su financiación, dado en un determinado periodo. Así, esta se constituye como un indicador básico para juzgar la eficiencia empresarial, pues al no considerar las implicancias de financiamiento permite ver qué tan eficiente o viable ha resultado en el ámbito del desarrollo de su actividad económica o gestión productiva. En otros términos, la rentabilidad económica reflejaría la tasa en la que se remunera la totalidad de los recursos utilizados en la explotación.

- **Rentabilidad Financiera**

Es una medida referida a un determinado periodo, del rendimiento obtenido por los capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

## **1.2. Justificación**

### **A. Justificación teórica**

La investigación se justifica porque permitio dotar de conocimientos a los involucrados de la investigación acerca de la cultura tributaria y la rentabilidad, proporcionándoles herramientas para que desarrollen una gestión eficiente y eficaz.

## **B. Justificación práctica**

La investigación permitio conocer de manera real, objetiva, clara y veraz como se encuentra la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo del distrito de Barranca, a través de estos resultados permitirá a los involucrados de la investigación hacer las correcciones que ellos crean convenientes

## **C. Justificación metodológica.**

La investigación permitio tener resultados objetivos dado que se utilizaro métodos científicos tales como: niveles de investigación, diseño de investigación, técnicas estadísticas e instrumentos y la utilización de un Software especializado para el procesamiento de datos.

Estoy convencida que esta investigación servirá como base para que otros investigadores continúen profundizando en la investigación

## **1.3. Problema**

### **1.3.1. Realidad problemática**

Un problema nacional y local es que los contribuyentes se caracterizan por una fuerte tendencia a no cumplir con sus obligaciones tributarias de forma voluntaria, sino bajo presión de la administración tributaria, por temor a las sanciones y multas que genera el incumplimiento de sus obligaciones.

Se puede percibir una Cultura Tributaria débil media en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, debido a que no cuentan con los conocimientos básicos sobre sus obligaciones tributarias.

La presente investigación se desarrollará en el distrito de Barranca, en el mercado modelo, se basa en investigar a los contribuyentes.

### **1.3.2. Planteamiento del problema**

¿Cual es el nivel de relacion entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019?

## **1.4. Conceptuacion y operacionalizacion**

### **1.4.1. Concepto de las variables**

#### **A) Cultura tributaria.**

Es el conjunto de rasgos distintivos de los valores, la actitud y el comportamiento de los integrantes de una sociedad compuesta por consumidores finales y empresas con respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos en materia tributaria

#### **B) Rentabilidad**

Bautista (2015) Expresa que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de obtener ciertos resultados. Bajo esta perspectiva, la rentabilidad de una empresa puede evaluarse comparando el resultado final y el valor de los medios empleados para generar dichos beneficios. Sin embargo, la capacidad para generar las utilidades dependerá de los activos que dispone la empresa en la ejecución de sus operaciones, financiados por medio de recursos propios aportados por los accionistas (patrimonio) y/o por terceros (deudas) que implican algún costo de oportunidad, por el principio de la escasez de recursos, y que se toma en cuenta para su evaluación

### 1.4.2. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Cultura tributaria	Conciencia tributaria	Cumplimiento con las normas tributarias
	Educación tributaria	Implementación de cursos tributarios
	Orientación tributaria	Charlas informativas de Sunat
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Rentabilidad	El riesgo económico de la empresa	Revisión periódica EEFF Reportes de monitoreo
	Información financiera	Control de ingresos Información de capital
	Utilidad de ejercicios	Nuevas inversiones Cambio de costos fijos por

### 1.4.3. Delimitaciones de la investigación

- **Delimitación Temporal**

La investigación se llevó a cabo en el periodo de mayo a agosto del 2019

- **Delimitación Social**

La población estaba constituido por los 150 microempresarios del mercado modelo, del distrito de Barranca, 2019

- **Delimitación Espacial**

La investigación se llevó a cabo en el mercado modelo del distrito de Barranca, 2019.

- **Delimitación Conceptual**

Se investigo las teorías relacionadas con la cultura tributaria y la rentabilidad

### **1.5. Hipotesis**

La cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

### **1.6. Objetivos**

#### **1.6.1. Objetivo general**

Determinar el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019

#### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Conocer el nivel de cultura tributaria en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.
- Analizar el nivel de rentabilidad en el mercado modelo, del distrito de Barranca, 2019.
- Conocer el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

## **CAPITULO II: MEDIOS Y MATERIALES**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **2.1.1. Tipo de investigación**

La investigación es Correlacional, porque se midió el grado de relación de las variables: Cultura tributaria y Rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

#### **2.1.2. Diseño de investigación**

La investigación es de diseño no experimental, dado que no manipulamos las variables, observamos el fenómeno en su ambiente natural para después analizarlos. Transversal, porque obtuvimos la información en un tiempo único y una sola vez.

### **2.2. Población y muestra**

#### **2.2.1. Población**

La población está conformada por 150 microempresarios del mercado modelo del distrito de Barranca, 2019, toda la población formo parte del studio.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Las Técnicas e instrumentos que se emplearán para la obtención de los datos son los siguientes:

#### **2.3.1. Tecnica de investigacion**

##### **A.- Análisis documental.**

Esta técnica se utilizo, para registrar la información necesaria de los reportes, libros, informes, tesis y registros y otros documentos que fueron de gran importancia para recabar información de interés para la elaboración de esta investigación

##### **B.- Encuesta.**

Esta técnica se utilizará para recoger información directamente de las variables de estudio, la cual está basada en las respuestas orales y/o

escritas de una población. Es una técnica de adquisición de información, mediante un formulario/cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto o grupo seleccionado.

### **2.3.2. Instrumento de investigación**

#### **Cuestionario:**

El instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Brace, 2008).

## CAPITULO III: RESULTADOS.

### 3.1. Analisis de datos.

#### 3.1.1. Estadísticos descriptivos.

En las siguientes tablas se aprecia los resultados descriptivos de las variables Cultura tributaria y rentabilidad.

##### A. Variable: Cultura tributaria

Tabla 01: Nivel de cultura tributaria de los microempresarios del mercado modelo, del distrito de Barranca, 2019.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	10	6.7
Bueno	15	10.0
Regular	45	30.0
Malo	55	36.7
Pesimo	25	16.7
TOTAL	150	100%

##### Interpretación.

En la tabla 01, 10 microempresarios que representan el 6.7% del total tienen un nivel de cultura tributaria excelente, para 15 microempresarios que representan el 10.0% del total, el nivel de cultura tributaria es Bueno, 45 microempresarios que representan el 30.0% del total, el nivel de cultura tributaria es regular, 55 microempresarios que representan el 36.7% del total, el nivel de cultura tributaria es malo y finalmente 25 colaboradores que representan el 16.7% del total, el nivel de cultura tributaria es pesimo.

## B. Variable: Rentabilidad

Tabla 02: Nivel de rentabilidad en las microempresas del mercado modelo, del distrito de Barranca, 2019.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	12	8.0
Bueno	30	20.0
Regular	50	33.3
Malo	40	26.7
Pesimo	18	12.0
TOTAL	150	100%

### Interpretación

En la tabla 02, 12 microempresas que representan el 8.0% del total, tienen una excelente rentabilidad, 30 microempresas que representan el 20.0% del total, tienen una buena rentabilidad, 50 microempresas que representan el 33.3% del total tienen una regular rentabilidad, 40 microempresas que representan el 26.7% del total, tienen una rentabilidad mala, y finalmente 18 microempresas que representan el 12.0% del total, tienen una pesima rentabilidad.

### 3.2. Prueba de hipótesis

Como las variables de estudio son categóricas, sus niveles de medición ordinal y el diseño son correlacional, para la contratación de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman utilizando el SPSS. 22.

Para (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 305). Los coeficientes varían de -1.0 (correlación negativa perfecta) a + 1.0 (correlación positiva perfecta), considerando el (0) como ausencia de correlación entre las variables jerarquizadas. Se trata de estadísticas sumamente eficientes para datos ordinales. El grado de correlación está dado por los siguientes valores.

### Grado de relación según coeficiente de correlación.

Rango	Relación
-1	Correlación negativa perfecta
-0.9	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.5	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.1	Correlación negativa muy débil
0	No existe correlación alguna entre las variables
0.1	Correlación positiva muy débil
0.25	Correlación positiva débil
0.5	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.9	Correlación positiva muy fuerte
1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernandez y Baptista (2014)

En la investigación social existe la convención de aceptar como porcentaje de confianza válido el nivel de significancia del 0.05, el cual significa que el analista tiene el 95% de seguridad para generalizar sin equivocarse.

#### A. Hipótesis general

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

**H<sub>1</sub>:** La cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

Prueba estadística: coeficiente de correlación de Spearman nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí  $p < 0.05$ , entonces rechazamos H<sub>0</sub>

Tabla 03: Prueba de correlación de Spearman entre las variables cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

	<b>Correlaciones</b>	<b>Rentabilidad</b>
<b>Cultura Tributaria</b>	Coefficiente de correlación	0.450
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	150

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (2 colas).

### **Interpretación**

Los resultados de la tabla 03, se percibe que el valor de la probabilidad ( $p = 0.000$ ) es menor que el valor de la significancia ( $\alpha = 0.05$ ); entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna. El coeficiente de correlación es de ( $r_s = 0,450$ ), infiriendo que existe relación altamente significativa, positiva débil y directamente proporcional entre la cultura tributaria y la rentabilidad en las microempresas del mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.

## CAPITULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSION

- De los resultados obtenidos en la tabla 03, se puede observar que el valor de probabilidad ( $p = 0.000$ ) es menor que el valor de significancia ( $\alpha = 0,05$ ); del mismo modo el coeficiente de correlación es de ( $r_s = 0,450$ ), infiriendo que existe relación altamente significativa, positiva debil y directamente proporcional entre la cultura tributaria y la rentabilidad en las microempresas del mercado modelo, distrito de Barranca, 2019, el resultado se contrasta con la investigación realizada por, Ramos y Abarca (2013) quien concluyo que la cultura tributaria es entendida como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana.
- De los resultados obtenidos en la tabla N° 01, se aprecia que solamente el 16.7% de los microempresarios del mercado modelo tienen un nivel de cultura tributaria bueno o excelente, frente al 30% de los microempresarios que tienen un nivel de cultura tributaria regular y el 53.4% de los microempresarios tiene un nivel de cultura tributaria malo o pesimo, estos resultados se respaldan con la investigación realizada por Veronica (2014) quien concluye que el nivel de cultura tributaria en los comerciantes es bajo, ya que se observó que un porcentaje significativo (83%) de la población estudiada conceptualiza la importancia de los tributos como una sanción aplicada a cualquier persona al realizar una transacción económica.
- De los resultados obtenidos en la tabla N° 02, se aprecia que solamente el 28.0% de las microempresas del mercado modelo tienen un nivel de rentabilidad bueno o excelente, frente al 33.3% de las microempresas que tienen un nivel de rentabilidad regular y el 38.7% de las microempresas tiene un nivel de rentabilidad malo o pesimo, estos resultados se respaldan con la investigación realizada por Herrera (2015) quien concluye que la incidencia de la implementación del control interno es significativa en la rentabilidad de la

empresa Fondo de Cultura Económica del Perú S.A. Lima 2015, pues de acuerdo al cuestionario realizado a los 6 jefes de áreas (Gerencia, Finanzas y Contabilidad, Comercial, Edición y Prensa, Almacén y Sistemas) nos permite evidenciar que es necesario la implementación de un control interno, porque se encontró errores e irregularidades en los procesos, lo cual conllevaron en el período 2015 no contar con la rentabilidad proyectada en lo presupuestado.

## CAPITULO V: CONCLUSIONES

- De los resultados obtenidos siendo la probabilidad ( $p= 0.000$ ) y el ( $rs= 0.450$ ), se concluye que existe relación altamente significativa, positiva debil y directamente porporcional entre la cultura tributaria y la rentabilidad en las microempresas del mercado modelo, distrito de Barranca, 2019. Entendiendose que cuando se tenga mayor conocimiento de la cultura tributaria y el veneficio que se logra al cumplir el pago de tributos, a la par con ello se daran las condiciones para el acceso a diferentes fuentes de financiamiento para lograr obtener su rentabilidad que sea sostenible en el tiempo.
- Se concluye que el nivel de cultura tributaria de los microempresarios del mercado modelo es bajo, dado que solo el 16.7% del total tienen un nivel conocimiento optimo, entendiendose que conocen a cerca de las normas tributarias, y es importante que la SUNAT debe dar cursos de Educación tributaria y que el gobierno debe transparentar el uso que esta dando a los tributos recaudados, y por ultimo que si han asistido a charlas dictadas por la SUNAT.
- Se concluye que el nivel de rentabilidad de las microempresas del mercado modelo, no es el optimo dado que solamente el 53.3% de las microempresas tienen una rentabilidad Buena con tendencia a regular, el 38.7% de las microempresas tienen su rentabilidad pesima con tendencia a malo y solamente el 8% de las microempresasas tienen su rentabilidad excelente. Esto se debe a que no todas las micrempresas tienen conocimientos o revisan sus estados financieros, no conocen de los reportes de monitoreo, y no utilizan estrategias adecuadas para contabilizar sus ingresos, tampoco cuentan con una buena informacion de su capital, y lo mas importante no adecuan sus productos a los gustos y preferencias de los clientes.

## **CAPITULO VI: RECOMENDACIONES**

- Se recomienda al gobierno a través del ente especializado (SUNAT), intensifique sus estrategias de inducción y capacitación a cerca de las obligaciones tributarias y su importancia que significa esta contribución para el crecimiento económico del país, del mismo modo ha través del ministerio de la producción realizar charlas de inducción y capacitación a cerca de emprendedurismo y crecimiento sostenible, utilizando adecuadamente las herramientas financieras para el control óptimo de sus ingresos y egresos.
- Se recomienda a los microempresarios del Mercado modelo participar en los cursos que imparta la SUNAT, relacionados con la educación tributaria, y solicitar a las entidades competentes informen en que se invierte lo recaudado por pago de tributos, esto estimulara ha seguir tributando y contribuyendo en el crecimiento económico del país.
- Se recomienda a los microempresarios capacitarse en temas relacionados con el manejo de los estados financieros, conocer lor reportes de monitoreo, utilizen estrategias adecuadas para contabilizar sus ingresos y lleven un control adecuado de su capital. Realizar estudios de mercado que les permita conocer lo gustos y preferencias de los clientes, esto les permitira adecuar su producto de acuerdo a las necesidades y de esa manera satisfacerlos mejor.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad San Pedro por permitirme crecer como profesional de bien.

A mis padres por su apoyo constante la cual me permitio formarme como profesional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Allingham, & Sadmo. (s.f.). Teoria de la Disuacion. Obtenido de Recuperado por <http://smithwarl-culturatributaria.blogspot.pe/2012/04/teoria-de-la-disuasion.html>
- Ana Fiorella,Ramos Cadenas; Remigio Abarca,Yoshy Fiorella. (2013). La Cultura Tributaria como estrategia para disminuir la Evasion Fiscal en las empresas Comerciantes de la Provincia de Huaura. Huacho-Perú: Universidad José Faustino Sanchez Carrión.
- Anónimo. (s.f.). Obtenido de Recuperado por [http://www.afip.gov.ar/institucional/afipSimulada/archivos/La%20capacidad %20contributiva.pdf](http://www.afip.gov.ar/institucional/afipSimulada/archivos/La%20capacidad%20contributiva.pdf)
- Caballero, A. (2005): Metodología de la Investigación Científica. Tercera Edición.
- Castro Polo, Sandra Patricia; Vega Fiorella Carolyne. (2013). Las causas que motivan la Evasion Tributaria en el Empresa Constructora los Cipreses SAC. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.
- Córdova, I (2012), El proyecto de investigación cuantitativa, Primera Edición, Perú: Editorial San Marcos.
- Córdova, I (2013), Estadística aplicada a la investigación, Primera Edición. Perú: Editorial San Marcos.
- Cuarta Edición. Editorial McGraw Hill. México. México.
- Gaona, W., & Tumbaco, P. (2009). La Educacion tributaria como medida para incrementar la recaudacion fiscal en Guayaquil. Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Hernández, R. Fernández, C., Baptista, P (2010) Metodología de la Investigación.
- Hernández, R. Fernández, C., Baptista, P. (2000) Metodología de la Investigación.
- Hernández, R. Fernández, C., Baptista, P. (2006) Metodología de la Investigación.
- Hernández, R., Fernández., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación.

Lima Perú: Editorial Técnico Científico.

Marquiza Cruzado, C. J. (2014). Incidencia de la Cultura Tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales Sunat. La Libertad-Perú: Universidad Nacional de Trujillo.

Martinez. (2007). Decisiones de comportamiento irregular y evasión fiscal en la empresa, un análisis causal de los factores organizativos. España: Universidad de Málaga.

Ñaupas, H et al (2011) Metodología de la Investigación Científica y Asesoramiento de Tesis. Lima, Edit. CEPREDIM\_UNMSM

Peña Gonzales, C. (2010). Formas y Figuras de Evasión de impuestos más frecuentes en Santiago. Chile: Universidad de Santiago de Chile.

Quezada, N. (2010). Metodología de la Investigación, Primera Edición, México: Editora Macro.

Quinta Edición. Editorial McGraw Hill. México. México.

Quispe Cañi, J. (2012). La Política Tributaria y su Influencia en la Cultura Tributaria de los Comerciantes del Mercadillo Bolognesi de la Ciudad de Tacna. Tacna- Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

Ricardo, D. (1959). Teoría de la Tributación. Obtenido de Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20Tributaria%20de%20David%20Ricardo.htm>

Segunda Edición. Editorial McGraw Hill. México. México.

Sexta Edición. México: Editorial McGraw Hill.

Veronica, M. D. (2014). Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo para mejorar la recaudación pasiva. Lambayeque-Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Encuesta para diagnosticar la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo del distrito de Barranca, 2019.

INSTRUCCIONES: Amigo, la presente encuesta tiene el propósito de recopilar información sobre la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo del distrito de Barranca, 2019.

Mucho le agradeceremos seleccionar su opción y marcar con una “X” en el paréntesis o en el recuadro respectivo y/o complete la información solicitada; tiene el carácter de ANÓNIMA, y su procesamiento será reservado, por lo que le pedimos HONESTIDAD en las respuestas.

### **CUESTIONARIO:**

#### **ENCUESTA SOBRE CULTURA TRIBUTARIA**

##### **DIMENSION E INDICADORES**

#### **Conciencia tributaria**

1. ¿Considera usted que el contribuyente cumple con las normas tributarias?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
2. ¿Alguna vez se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.

#### **Educación tributaria**

3. ¿Cree usted que se debería impartir cursos de Educación tributaria en los contribuyentes por parte de la Sunat?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
4. ¿La falta de honradez de algunos contribuyentes no es excusa para que otros dejen de pagar sus tributos?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.

**Charlas informativas**

5. ¿El gobierno debe informar el destino que se da a la recaudación de los tributos?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
6. ¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la Sunat respecto ha información tributaria?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces

e. Nunca.

## **ENCUESTA SOBRE RENTABILIDAD DIMENSION E INDICADORES**

### **Riesgo económico de la Empresa.**

1. ¿Hay revisiones de los estados financieros de la empresa?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
2. ¿La empresa cuenta con un responsable de monitoreo?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
3. ¿Cree Ud. que los reportes de monitoreo son vitales en la empresa?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.

### **Información financiera**

4. ¿La empresa contabiliza sus ingresos al mes?
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
5. ¿Cree Ud. que el control de ingresos influye con los riesgos financieros?

- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
6. Cuenta la empresa con una buena información de su capital?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.

**Utilidad del ejercicio**

7. ¿ Cree Ud. que una nueva inversión, posicione a la empresa con la competitividad?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.
8. ¿En los últimos meses la empresa a variado sus costos fijos de sus productos?
- a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. Algunas veces.
  - d. Muy pocas veces
  - e. Nunca.

9. ¿La empresa realiza cambios de los productos no rentables?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Algunas veces.
- d. Muy pocas veces
- e. Nunca.

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**Cultura tributaria y la rentabilidad, en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>
<p><b><u>PROBLEMA PRINCIPAL</u></b></p> <p>¿Cual es el nivel de relacion entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado Modelo del distrito de Barranca, 2019?</p>	<p><b><u>OBJETIVO GENERAL.</u></b></p> <p>Determinar el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019</p> <p><b><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></b></p> <p>Conocer el nivel de cultura tributaria en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.</p> <p>Analizar el nivel de rentabilidad en el mercado modelo, del distrito de Barranca, 2019.</p> <p>Conocer el nivel de relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019</p>	<p><b><u>HIPÓTESIS GENERAL</u></b></p> <p>La cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la rentabilidad en el mercado modelo, distrito de Barranca, 2019.</p>

POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO Y DISEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO
<p><b><u>POBLACIÓN</u></b></p> <p>La población objeto de estudio está conformado por 150 microempresarios del mercado modelo del distrito de Barranca.</p>	<p><b><u>TIPO DE INVESTIGACION.</u></b></p> <p>La investigación es correlacional, porque se midió el grado de relación entre las variables cultura tributaria y rentabilidad.</p> <p><b><u>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</u></b></p> <p>Siguiendo el lineamiento de Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño de la investigación fue no experimental, descriptivo - correlacional de corte transversal.</p> <div data-bbox="703 885 947 1193" data-label="Diagram"> <pre> graph TD     M --&gt; Ox[0x]     M --&gt; Oy[0y]     Ox --- r[  r  ]     r --- Oy </pre> </div>	<p><b><u>TÉCNICAS</u></b></p> <p><b>Investigación bibliográfica:</b></p> <p>Recurriendo a las fuentes secundarias y obtener información de otras investigaciones.</p> <p><b>Encuesta</b></p> <p>La aplicación de la encuesta para determinar relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad de los microempresarios del mercado modelo del distrito de Barranca.</p> <p><b><u>INSTRUMENTOS</u></b></p> <p>Escala de Likert para obtener datos relacionados a la cultura tributaria de los microempresarios.</p> <p>Escala de Likert para obtener datos relacionados con la rentabilidad en el mercado modelo.</p> <p>Programa <b>SPSS</b> para procesar los datos obtenidos.</p>	<p><b>1. <u>Para el cálculo de la confiabilidad:</u></b></p> <p>Se aplicará el Alfa de Cronbach.</p> $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_j^2}{S_y^2} \right]$ <p><b><u>Para el análisis de datos:</u></b></p> <p>Se utilizó la prueba de normalidad de Kolomogorov . Simirnov, y el análisis descriptivo.</p> <p><b><u>Para la prueba de Hipótesis:</u></b></p> <p>Se utilizo el coeficiente de Rho de Spearman.</p> $r_s = 1 - \frac{\sum_{i=1}^{n-1} d_i^2}{n^3 - n}$ <p><math>n = n^2</math> de pares de datos</p> <p><math>d_i =</math> diferencia de rangos en las variables del par <math>i</math></p>

