

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ECONOMÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMIA



TESIS

**CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA FORMALIZACIÓN LABORAL
EN LAS AGENCIAS DE VIAJE DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2023**

PRESENTADO POR:

BACH. LESLY ESTHEFANY AGUILAR JUNCO

BACH. NOELIA SILVIA FERNANDEZ BACA

CHAMPI

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA

ASESOR:

DR. WALTER CLAUDIO BEIZAGA RAMIREZ

CUSCO - PERÚ

2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Cultura Tributaria y su relación con la Formalización Laboral en las agencias de Viaje de la Ciudad del Cusco, 2023

Presentado por: Bach. Lesly Esthepany Aguilar Junco DNI N° 7.669.165.6

presentado por: Bach. Noelia Silvia Fernandez Baca Clumpi DNI N° 7.341.801.0

Para optar el título profesional/grado académico de Economista

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 8%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 16 de abril de 2025


Firma

Post firma Walter Claudio Beizaga Ramirez

Nro. de DNI 2.382.164.2

ORCID del Asesor 0000 - 001 - 9232 - 2063

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:** 27259:449536703

LESLY ESTHEFANY AGUILAR JUNCO NOELIA SILV...

CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA FORMALIZACIÓN LABORAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJE DE ...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:449536703

Fecha de entrega

15 abr 2025, 6:25 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

15 abr 2025, 6:30 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA FORMALIZACIÓN LABORAL EN LAS AGENCIAS DEdocx

Tamaño de archivo

431.9 KB

168 Páginas

35.223 Palabras

198.070 Caracteres

8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 15 words)

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 0%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Dedicatoria

Agradezco a Dios por ser mi guía y fortaleza, y por concederme la vida y la oportunidad de alcanzar esta meta. A mis padres, Edwin Aguilar Ramírez y Rebeca Junco Vásquez, por su amor incondicional y constante apoyo, que me han impulsado a superar los desafíos. A mis abuelos, Roberto y Juana, por su amor y apoyo inquebrantables, y a mis hermanos, Anali y E. Joseph Aguilar, por ser mi fuente de alegría y motivación. A mis amigos, por su apoyo y amistad durante este proceso. Este proyecto es fruto del esfuerzo colectivo y la inspiración de cada uno de ustedes. ¡Gracias por ser parte de este logro!

Lesly Esthefany Aguilar Junco

Dedico esta tesis a Dios, por ser mi fortaleza y guía, y a mis padres, Javier Fernández Baca Motta y Elizabeth Champi Zullca, cuyo amor, valores y apoyo inquebrantable han sido el pilar de este proyecto, dándome la fuerza para enfrentar cada desafío. Agradezco profundamente a mis tíos, Elizabett Fernández Baca Motta y Teófilo Farfán Tanaka, por su amor, consejos y constante aliento, y a mis amigos, por su apoyo y amistad, que han hecho de este proceso algo memorable. Este logro es un reflejo del amor y apoyo de todos ustedes, por lo que les estoy eternamente agradecida.

Noelia Silvia Fernández Baca Champi

Agradecimiento

En primer lugar, expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestro creador “Dios”, por cuidarnos, guiarnos y darnos la fortaleza y sabiduría necesarias para culminar este proyecto de investigación.

Expresamos nuestra profunda gratitud a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) por brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente en un entorno académico de excelencia.

A nuestro asesor, Dr. Walter Claudio Beizaga Ramírez, le agradecemos enormemente por su valiosa orientación, apoyo y paciencia durante todo el proceso de investigación. Su experiencia y dedicación han sido cruciales para la consecución de este trabajo, hemos aprendido mucho bajo su tutela.

También deseamos expresar nuestro agradecimiento a todos los docentes que han contribuido en nuestra formación académica en esta prestigiosa universidad. Cada uno de ellos han jugado un papel fundamental en nuestro desarrollo, y sus enseñanzas han dejado una huella indeleble en nuestra vida profesional y personal.

Las Tesistas.

Presentación

Señor Decano de la Facultad de economía Dr. Rafael Vargas Salinas y señores jurados de la “Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco”.

En obediencia a las disposiciones vigentes en el reglamento de grados y título de la Escuela Profesional de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco ponemos a vuestra consideración la presente investigación titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACION CON LA FORMALIZACIÓN LABORAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJE DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2023”, con la finalidad de optar al Título Profesional de Economista.

La presente investigación, pretende Determinar como la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, La formalización empresarial es fundamental para el desarrollo económico y social, ya que permite a los negocios acceder a beneficios legales, tributarios y financieros que potencian su crecimiento sostenible. En este sentido, la cultura tributaria, entendida como el conocimiento, cumplimiento y actitud hacia las obligaciones fiscales, juega un papel crucial. En un sector tan relevante como el turismo, la formalización de las agencias de viaje es clave para garantizar su competitividad y sostenibilidad. Sin embargo, la carencia de una sólida cultura tributaria puede dificultar este proceso, por lo que esta investigación busca analizar la relación entre ambos aspectos y proponer recomendaciones que impulsen una cultura tributaria favorable, promoviendo la formalización y fortaleciendo el sector turístico local.

Las tesis.

Introducción

La informalidad es uno de los principales desafíos que enfrenta el sector empresarial en el Perú, afectando tanto a su desarrollo como a la recaudación fiscal y a la competencia justa entre negocios. Según datos del INEI (2022), más del 70% de las empresas en el país operan en la informalidad, lo que incluye una parte significativa de las agencias de viaje, un sector clave para la economía peruana debido a la importancia del turismo. La cultura tributaria, que abarca la conciencia, la educación y las creencias en torno a los tributos, juega un rol crucial en la decisión de las empresas de formalizarse. Sin embargo, el débil nivel de cultura tributaria en muchos sectores genera un escenario donde la evasión de impuestos y la falta de cumplimiento de las obligaciones fiscales son comunes, afectando directamente la formalización empresarial.

La investigación titulada "Cultura tributaria y su relación con la formalización laboral en las agencias de viaje de la ciudad del Cusco, 2023" aborda uno de los principales problemas que afectan al sector empresarial en el país: la informalidad. A pesar de los esfuerzos del Estado por promover el cumplimiento fiscal y las normativas legales, muchas agencias de viaje operan fuera del marco formal, lo que limita su crecimiento, competitividad y sostenibilidad. Esta situación de informalidad no solo afecta el desarrollo de las empresas, sino también la recaudación fiscal, el cumplimiento de derechos laborales y la calidad del servicio turístico en el país, en este mismo sentido, la presente investigación está dividida en 5 capítulos; en cuanto al primer capítulo está conformado por el planteamiento del problema, el cual está desarrollado a partir de la contextualización de la variable formalización en el sector turismo en el ámbito internacional, nacional y local, hasta arribar a l problema objeto de investigación, donde se caracterizó los principales problemas y efectos que se están desarrollando a causa del problema identificado.

Asimismo, en el capítulo 2, se desarrolló el Marco teórico, el cual fue estructurado por 3 secciones, la primera, los antecedentes de la investigación, donde se identificaron investigaciones, y artículos de revista que permiten apreciar problemas similares en las variables de estudio pero en otros contextos, para así compararlos posteriormente, seguido de las bases teóricas, donde se desarrolló las teorías y enfoques de ambas variables de estudio, y finalmente el marco conceptual, el cual sirve de glosario de términos de las palabras clave, seguido se desarrolló el capítulo 3 titulado hipótesis y variables, en este apartado se desarrolló las posibles respuestas anticipadas al problema planteado en la presente investigación, asimismo, se identificó las variables, dimensiones y los indicadores con los cuales se realizó la presente investigación, seguido se desarrolló el Capítulo 4 metodología de la investigación, en este apartado se desarrolló el marco metodológico a seguir, el cual fue a partir de un enfoque cuantitativo, asimismo de alcance descriptivo – correlacional y de diseño no experimental, además, se identificó la población y la muestra, así como las técnicas de recolección de información, procesamiento y análisis, y finalmente se desarrolló el Capítulo 5, resultados y discusión, en este apartado, se realizó la presentación de los resultados de forma descriptiva, así como la presentación de resultados por objetivos y el contraste de la hipótesis, concluyendo así con la discusión de resultados.

El apartado de conclusiones y recomendaciones, fueron colocadas después del desarrollo de los cinco capítulos.

Resumen

La presente investigación intitulada como “CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACION CON LA FORMALIZACIÓN LABORAL EN LAS AGENCIAS DE VIAJE DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2023”, el cual tuvo como objetivo general, Determinar como la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, donde se realizó un estudio para 333 agencias de viaje, asimismo, se desarrolló a partir de un diseño metodológico de alcance descriptivo-correlacional, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental de corte transversal, donde se arribó a las siguientes conclusiones: La cultura tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco presentan un coeficiente de Spearman de 0.836, lo que indica una relación fuerte, positiva y directa. Lo que indica a un alto nivel de cultura tributaria, que incluye una buena conciencia sobre la tributación, educación tributaria y creencias sólidas sobre los tributos, está estrechamente asociado con una mayor formalización empresarial, que abarca aspectos como la formalización jurídica, tributaria y laboral. Asimismo, presentan un nivel de significancia de 0.000, lo que confirma que esta correlación es estadísticamente significativa, evidenciando que una cultura tributaria robusta contribuye significativamente a una mayor formalización de las prácticas empresariales en las agencias de viajes en Cusco.

Palabras clave: formalización, cultura tributaria, conciencia tributaria, nivel educativo y creencias tributarias.

Abstract

The present research entitled “TAX CULTURE AND ITS RELATIONSHIP WITH LABOR FORMALIZATION IN TRAVEL AGENCIES IN THE CITY OF CUSCO, 2023”, whose general objective was to determine how the tax culture influences the formalization of travel agencies in the city of Cusco, 2023, where a study was conducted for 333 travel agencies, also, it was developed from a methodological design of descriptive-correlational scope, mixed approach and non-experimental cross-sectional design, where the following conclusions were reached: Tax culture and business formalization of travel agencies in the city of Cusco have a Spearman coefficient of 0.836, which indicates a strong, positive and direct relationship. This indicates that a high level of tax culture, which includes a good awareness of taxation, tax education and solid beliefs about taxes, is closely associated with greater business formalization, which includes aspects such as legal, tax and labor formalization. Likewise, they present a significance level of 0.000, which confirms that this correlation is statistically significant, evidencing that a robust tax culture contributes significantly to a greater formalization of business practices in travel agencies in Cusco.

Key words: formalization, tax culture, tax awareness, tax education and tax beliefs.

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Presentación	iv
Introducción	v
Resumen	vii
Abstract	viii
ÍNDICE	ix
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema de investigación	1
1.2. Formulación del problema de investigación.....	4
1.2.1. Problema general	4
1.2.2. Problemas específicos	4
1.3. Justificación.....	5
1.3.1. Relevancia social.....	5
1.3.2. Implicancias practicas	5
1.3.3. Valor teórico.....	5
1.3.4. Utilidad metodológica	5

1.3.5. Viabilidad o factibilidad	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
CAPITULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.1.1. Antecedentes Internacionales	7
2.3. Marco conceptual:	45
CAPITULO III	48
HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	48
3.1. Hipótesis	48
3.1.1. Hipótesis General	48
3.1.2. Hipótesis específicas.	48
3.2. Variable(s).....	49
3.2.1. Variables.....	49
3.2.2. Operacionalización de variables.....	108
CAPITULO IV	51
DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN.....	51

4.1.	Alcance de Investigación.....	51
4.2.	Enfoque de la investigación.....	51
4.3.	Diseño de la Investigación.....	52
4.4.	Población y muestra	53
4.4.1.	Descripción de la población	53
4.4.2.	Selección de la Muestra.....	53
CAPITULO V		59
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		59
5.1	Presentación de tablas.....	60
5.2	Resultado por objetivos	82
5.3	Contraste de hipótesis.....	87
CONCLUSIONES		97
RECOMENDACIONES		99
Bibliografía.....		101
ANEXOS.....		106
MATRIZ DE CONSISTENCIA		107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Descripción de la población.....	53
Tabla 2.	Muestra.....	54
Tabla 3.	Valor de Alfa de Cronbach.....	57
Tabla 4.	Cuadro de correlacion de Pearson.....	58
Tabla 5.	Nivel de confiabilidad.....	59
Tabla 6.	Años de constitución de la empresa.....	60
Tabla 7.	Ingresos anuales.....	61
Tabla 8.	¿Cómo considera usted la claridad para la inscripción al RUC?.....	115
Tabla 9.	¿Cómo considera usted el tiempo en el proceso de inscripción al RUC?.....	116
Tabla 10.	¿Cómo considera usted la asistencia recibida durante la inscripción al RUC?.....	117
Tabla 11.	Inscripción Ruc.....	62
Tabla 12.	¿Cómo considera usted el proceso de inscripción en los registros públicos?.....	117
Tabla 13.	¿Cómo considera usted la claridad de los requisitos para la inscripción en los registros públicos?.....	118
Tabla 14.	¿Cómo considera usted la eficiencia del sistema de registros públicos?.....	119
Tabla 15.	Registros Públicos (Agrupada).....	63

Tabla 16.	Dimensión Formalización Jurídica (Agrupada).....	63
Tabla 17.	¿Cómo considera usted la gestión de los libros contables en su empresa?.....	120
Tabla 18.	¿Cómo considera usted la facilidad de acceso a los libros contables?.....	120
Tabla 19.	¿Cómo considera usted la eficiencia de los libros contables?.....	121
Tabla 20.	Libros contables (Agrupada).....	64
Tabla 21.	¿Cómo considera usted la puntualidad en la declaración de tributos de su empresa?.....	122
Tabla 22.	¿Cómo considera usted la claridad en la normativa para la declaración de tributos?.....	123
Tabla 23.	¿Cómo considera usted la transparencia en la declaración de tributos?.....	124
Tabla 24.	Declaración de tributos (Agrupada).....	65
Tabla 25.	¿Cómo considera usted la participación de su empresa en programas de formalización tributaria?.....	125
Tabla 26.	¿Cómo considera usted la asistencia recibida en la participación en programas de formalización tributaria?.....	126
Tabla 27.	¿Cómo considera usted los beneficios derivados de la participación en programas de formalización tributaria?.....	127
Tabla 28.	Participación en programas (Agrupada).....	65
Tabla 29.	¿Cómo considera usted la rendición de cuentas en auditorías internas de su empresa?.....	128

Tabla 30.	¿Cómo considera usted la frecuencia de las auditorías internas en su empresa?.....	129
Tabla 31.	Rendición Cuentas en Auditorías Internas (Agrupada).....	66
Tabla 32.	Dimensión Formalización tributaria (Agrupada).....	67
Tabla 33.	¿Cómo considera usted la inscripción del personal en planilla?.....	130
Tabla 34.	¿Cómo considera usted la transparencia de los registros del personal en planilla?.....	131
Tabla 35.	Personal en Planilla (Agrupada).....	67
Tabla 36.	¿Cómo considera usted el cumplimiento de las normativas laborales en su empresa?.....	132
Tabla 37.	¿Cómo considera usted el cumplimiento de los derechos laborales en su empresa?.....	133
Tabla 38.	Derechos Laborales (Agrupada).....	68
Tabla 39.	Dimensión Formalización laboral (Agrupada).....	69
Tabla 40.	Variable Formalización (Agrupada).....	69
Tabla 41.	¿Cómo considera usted su conocimiento y /o experiencias previas sobre tributación?.....	134
Tabla 42.	¿Cómo considera usted la educación tributaria que ha recibido en su formación?.....	135
Tabla 43.	Conocimiento de Tributación (Agrupada).....	70

Tabla 44.	¿Cómo considera usted el cumplimiento tributario voluntario en las empresas del país?.....	135
Tabla 45.	¿Cómo considera usted la efectividad de las campañas de cumplimiento tributario voluntario?.....	136
Tabla 46.	Cumplimiento Tributario Voluntario (Agrupada).....	71
Tabla 47.	¿Cómo valora usted la importancia de los tributos?.....	137
Tabla 48.	¿Cómo valora usted la contribución de los tributos?.....	138
Tabla 49.	Valoración de tributos (Agrupada).....	72
Tabla 50.	Dimensión Conciencia tributaria (Agrupada).....	73
Tabla 51.	¿Cómo considera usted su conocimiento sobre normatividad tributaria?.....	140
Tabla 52.	¿Cómo considera usted la disponibilidad de información sobre normatividad tributaria?.....	141
Tabla 53.	¿Cómo considera usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias de su empresa?.....	142
Tabla 54.	¿Cómo considera usted la claridad de la normatividad tributaria de las obligaciones tributarias?.....	143
Tabla 55.	Conocimiento de Normatividad Tributaria (Agrupada).....	73
Tabla 56.	¿Cómo considera usted su conocimiento sobre las sanciones tributarias?.....	143
Tabla 57.	¿Cómo considera usted la difusión de información sobre sanciones tributarias?.....	144

Tabla 58.	Conocimiento de Sanciones Tributarias (Agrupada).....	74
Tabla 59.	Dimensión Educación tributaria (Agrupada).....	75
Tabla 60.	¿Cómo percibe usted la influencia de las creencias personales sobre la obligación tributaria?.....	146
Tabla 61.	¿Cómo considera usted la confianza sobre la justicia tributaria en el país?.....	146
Tabla 62.	¿Cómo considera usted la equidad en la justicia tributaria?.....	147
Tabla 63.	Percepción de la Justicia Tributaria (Agrupada).....	77
Tabla 64.	¿Cómo valora usted la transparencia del gobierno en la asignación y uso de los ingresos fiscales recaudados?.....	148
Tabla 65.	¿Cómo considera usted la efectividad del gobierno en el uso de los ingresos fiscales para mejorar la infraestructura y servicios públicos que benefician a su empresa?.....	149
Tabla 66.	Confianza en el Uso de los Ingresos Fiscales (Agrupada).....	77
Tabla 67.	¿Cómo considera usted la influencia de las normas sociales y culturales en el cumplimiento tributario?.....	150
Tabla 68.	Normas Sociales y Culturales (Agrupada).....	78
Tabla 69.	Creencias de la tributación (Agrupada).....	79
Tabla 70.	Variable Cultura tributaria (Agrupada).....	80
Tabla 71.	Prueba de Normalidad.....	81
Tabla 72.	Correlación de la variable cultura tributaria y formalización.....	82

Tabla 73.	Correlación de consciencia tributaria y formalización.....	83
Tabla 74.	Correlación de educación tributaria y formalización.....	84
Tabla 75.	Correlación de creencias de la tributación y formalización.....	85
Tabla 76.	Contraste de hipótesis de la cultura tributaria y formalización.....	87
Tabla 77.	Contraste de hipótesis de la consciencia tributaria y formalización.....	87
Tabla 78.	Contraste de hipótesis de la educación tributaria y formalización.....	88
Tabla 79.	Contraste de hipótesis de las creencias de la tributación y formalización.....	88

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.Planteamiento del problema de investigación

La cultura tributaria y la formalización son aspectos fundamentales para comprender el entorno empresarial en América Latina. En cuanto a la cultura tributaria, según Castillo (2016) Señala que la cultura tributaria se entiende como “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan de los mismos”, asimismo, lo componen tres dimensiones: conciencia tributaria, educación tributaria y creencias sobre la tributación. Según un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2020, solo el 29% de la población latinoamericana tenía una alta conciencia tributaria, lo que sugiere una falta de comprensión de la importancia de los impuestos en la sociedad (BID, 2020). La educación tributaria también es un desafío en la región, ya que pocos países incorporan la educación sobre impuestos en sus programas escolares y universitarios. Además, las creencias culturales en torno a la tributación pueden variar ampliamente y afectar la voluntad de cumplir con las obligaciones fiscales.

La relación entre la cultura tributaria y la formalización de las empresas en América Latina es compleja. Por un lado, una cultura tributaria deficiente y una percepción negativa de los impuestos pueden desalentar la formalización de las empresas, ya que los emprendedores pueden sentirse desmotivados por la carga fiscal. Por otro lado, la promoción de políticas fiscales más justas y eficientes podría impulsar nuevos emprendimientos al reducir la percepción de riesgo y aumentar la norma subjetiva de cumplimiento tributario.

En el ámbito nacional, la relación entre la cultura tributaria y la formalización en Perú es un tema de gran relevancia para comprender el entorno empresarial en el país. Al considerar a la formalización por Según Chávez (2016) como una serie de trámites que un empresario debe seguir después de decidir establecer una empresa en el marco de lo legal, ya sea como persona jurídica o natural. Estos pasos son necesarios para iniciar las operaciones en el sector elegido, en este sentido de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2023), se ha observado un incremento en la tasa de formalización de empresas en Perú en los últimos años. En el año 2022, dicha tasa alcanzó el 41,5%, experimentando un aumento de 3,6 puntos porcentuales en comparación con el año 2021. Asimismo, los sectores con la mayor tasa de formalización empresarial comprenden el comercio, la manufactura y los servicios. Específicamente, el sector comercial exhibe una tasa de formalización del 70,4%, seguido por el sector manufacturero con un 62,5%, y el sector de servicios con un 36,5% y en cuanto a los departamentos con la mayor tasa de formalización empresarial, destacan Lima, Callao y Arequipa. En particular, Lima registra una tasa de formalización del 48,6%, Callao presenta una tasa del 57,4%, y Arequipa muestra una tasa de formalización del 45,7%, existiendo a un gran brecha por cerrar el cual es debido por la percepción negativa falta de conocimiento sobre las obligaciones que contraen los emprendedores al momento de formalizarse, puesto que, en Perú según un estudio realizado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) en 2021, la conciencia tributaria en Perú es relativamente baja, con una falta de comprensión generalizada sobre la importancia de los impuestos en la sociedad (SUNAT, 2021). Además, la educación tributaria en el país es limitada, y las creencias culturales en torno a la tributación pueden variar, afectando la voluntad de cumplir con las obligaciones fiscales.

La cultura tributaria y la formalización en Perú plantea desafíos y oportunidades. Mientras que una cultura tributaria deficiente puede desmotivar a los emprendedores debido a la carga fiscal percibida, políticas fiscales más justas y una educación tributaria mejorada podrían mejorar la percepción y el cumplimiento tributario. Es esencial abordar estas dimensiones de manera integral para fomentar un entorno emprendedor saludable y promover una cultura tributaria efectiva en Perú

En el ámbito local, la ciudad del Cusco, no es ajena con la problemática expuesta líneas arriba, La relación entre la cultura tributaria y la formalización en las empresas, son grandes desafíos para el desarrollo social y económico de la región, puesto que son dos componentes necesarios para mantener la sostenibilidad del aparato productivo del mismo, las empresas de la ciudad del Cusco presentan un escenario complejo en términos de "cultura tributaria" y "formalización". En cuanto a la "cultura tributaria", se destaca la conciencia tributaria que poseen los empresarios, refiriéndose a la percepción y comprensión de la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales. El cual según el estudio de Pérez (2020), solo el 35% de la población cusqueña muestra una conciencia tributaria sólida, evidenciando una falta de comprensión generalizada sobre la relevancia de contribuir al sistema tributario, otro factor a considerar es la educación tributaria, la situación no es alentadora. Según datos del informe anual del Servicio de Administración Tributaria (SAT) del Cusco (2019), el 65% de la población carece de una educación tributaria adecuada, lo que contribuye a la baja cultura tributaria en la ciudad. La falta de conocimiento sobre los procesos fiscales y la obligación tributaria contribuye a la informalidad. Según datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) (2023) señalan que solo el 40% de las empresas

cumplen totalmente con sus obligaciones tributarias. Este incumplimiento contribuye a la erosión de la base tributaria y limita la capacidad del gobierno local para proporcionar servicios esenciales. Asimismo, el 55% de los empleadores en el Cusco no cumplen plenamente con las normativas laborales, según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2021). Estos datos resaltan la necesidad urgente de implementar estrategias integrales que aborden tanto la cultura tributaria como la formalización en todas sus dimensiones para promover un desarrollo sostenible en la ciudad del Cusco, de continuar con dichas brechas en la formalización de las empresas y cultura tributaria, suscitará una disminución en las obras públicas y programas sociales, debido a una menor recaudación fiscal, incrementando así la vulnerabilidad de los agentes económicos frente a diversas crisis y aumentará la pobreza, al no contar con empresas sólidas y autosostenibles, es por tal motivo que la presente investigación pretende determinar como la cultura tributaria se relaciona con la formalización laboral en las Agencias de Viaje de la Ciudad del Cusco, 2023, motivo por el cual se plantearon las siguientes interrogantes:

1.2. Formulación del problema de investigación

1.2.1. Problema general

- ¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo la conciencia tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?

- ¿De qué forma la educación tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?
- ¿En qué sentido las creencias tributarias se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?

1.3. Justificación

1.3.1. Relevancia social

La presente investigación beneficia a la población empresarial, puesto que le permitirá conocer los procesos tributarios y estos le pueden ayudar en el posicionamiento de sus empresas, asimismo beneficiará a las autoridades encargadas tener un diagnóstico de la realidad tributaria de las agencias de viaje, permitiendo tener mayor panorama sobre las estrategias de recaudación tributaria.

1.3.2. Implicancias prácticas

La presente investigación permitirá solucionar problemas relacionados a la identificación de la situación actual de las empresas de agencias de viaje la ciudad del Cusco concerniente a la cultura financiera y su relación en la formalización de las mismas.

1.3.3. Valor teórico

La presente investigación permitirá dotar de nuevo conocimiento científico a la sociedad a partir de los resultados obtenidos, asimismo permite contrastar las teorías relacionadas a la cultura tributaria y formalización de empresas, finalmente permite completar ciertos vacíos teóricos asociados a las variables de estudio.

1.3.4. Utilidad metodológica

Este enfoque del método científico permite la obtención de resultados y contraste de hipótesis que partirá de una muestra para luego ser procesados y analizados con coeficientes

estadísticos, como Spearman y chi cuadrado, y finalmente dichos resultados ser generalizados, este proceso de validación y contraste podrá ser utilizados en futuras investigaciones como guías metodológicas.

1.3.5. Viabilidad o factibilidad

La presente investigación será viable puesto que se tiene el conocimiento necesario para el desarrollo de la investigación, asimismo se cuenta con los recursos económicos y humanos para la recolección y procesamiento de datos, finalmente se cuenta con el apoyo las autoridades tributarias y las empresas de análisis.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Determinar como la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- Conocer como la conciencia tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.
- Identificar de qué forma la educación tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.
- Determinar en qué sentido las creencias tributarias se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Ortiz, (2020) en la tesis que lleva por título “Cultura tributaria de los comerciantes del cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas” de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador, cuyo motivo principal fue, analizar el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes del Cantón Eloy Alfaro de la provincia de Esmeraldas, asimismo la metodología utilizada fue de tipo cuantitativo y cualitativo de corte descriptivo, con una muestra de 101 comerciantes, y la técnica utilizada fue la encuesta, asimismo los resultados fueron que, los contribuyentes, a pesar de contar con un nivel académico intermedio, presentan carencias en su comprensión de la cultura tributaria, debido a factores como la escasez de recursos y la falta de tiempo, entre otros, por otro lado, se concluye que, se debería implementar medidas correctivas a través de un plan de acción que promueva el fortalecimiento de la cultura tributaria entre los comerciantes mediante una serie de capacitaciones con temáticas relacionadas. Los beneficios y resultados esperados incluyen la incorporación de un mayor número de agentes económicos en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo que permitirá al cantón Eloy Alfaro iniciar una fase de mejora en la promoción de la conciencia tributaria, eliminando los patrones de evasión fiscal.

Según Rivera y Silvera (2018) en su investigación titulada “Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro” el cual tuvo como objetivo principal “Reconocer que el proceso de formalización tributaria influye en el Desarrollo Socioeconómico de los comerciantes informales, permitiendo que su labor tenga los beneficios

fiscales que el Estado les reconoce, empleando para ello un proceso de aprendizaje sobre las normas del Código de la Ley Orgánica de Régimen Tributario” el cual fue estudiado a una población de 1325 comerciantes informales, el cual utilizó un muestreo probabilístico donde se determinó una muestra de 298 comerciantes informales, para lo cual se procedió a partir de una metodología de investigación de tipo exploratorio de diseño cualitativo, bibliográfico e histórico, para lo cual se utilizó el instrumento del cuestionario, donde se arribó a las siguientes resultados: Los resultados de la encuesta se procesaron y se presentaron en representaciones estadísticas. Los comerciantes informales que operan en las calles y que no han participado en cursos de formación administrativa y tributaria expresaron la necesidad de orientación fiscal para sus negocios. Las recomendaciones se centran en fomentar la cultura tributaria y brindar atención adecuada a la economía informal, la cual representa un medio de ingresos tributarios esenciales para el continuo desarrollo socioeconómico del Cantón Milagro. Palabras clave: Cultura tributaria, Comercio informal, Desarrollo socioeconómico.

2.1.2. Antecedentes nacionales

De acuerdo con Santos (2018) “Cultura tributaria y la formalización de las Mypes Comercializadoras Textiles de Gamarra en el periodo 2018”, el cual tuvo por propósito explicar de qué manera la cultura tributaria se relaciona con la formalización de las Mypes, el cual se aplicó a una población de 50 trabajadores que operan en las diferentes empresas textiles de Gamarra, asimismo se utilizó una de diseño no experimental de corte transversal, y con el instrumento del cuestionario, los cuales fueron validados a partir del análisis de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, asimismo para la validación de las hipótesis se aplicó el coeficiente de Rho Spearman, donde las hipótesis de investigación propuestas fueron aceptadas, por lo cual se concluye que La relación entre la cultura tributaria y la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes)

es evidente. Se aconseja a las Mypes dedicadas a la comercialización de productos textiles en el distrito de Gamarra que fortalezcan su conciencia tributaria y adquieran un mayor conocimiento sobre sus responsabilidades fiscales. Esto, a su vez, se traducirá en un proceso de formalización más efectivo y contribuirá al crecimiento sostenible de sus negocios.

Para Cumpa (2020) en su investigación “formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña”, el cual tuvo como propósito principal el determinar la relación entre cultura tributaria y formalización de los comerciantes del centro poblado de Sipán, con una población de 32 comerciantes, utilizando un muestreo censal y una metodología de investigación de enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, con un diseño no experimental, el cual a partir de un cuestionario concluyó lo siguiente que la variable cultura tributaria y formalización guardan una relación directa entre ambas variables, por lo tanto, si existe poca cultura tributaria habrá poca formalización en el centro poblado de Sipán, asimismo la relación entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes en el centro poblado de Sipán es clara y directa. Un incremento en el nivel de cultura tributaria se traduce directamente en un crecimiento en el nivel de formalización de las empresas comerciales. Por lo tanto, se llega a la conclusión que la intervención tanto del Estado como de otras instituciones privadas es esencial para subir el nivel de cultura en el centro poblado de Sipán. Esta intervención facilitará que los comerciantes adquieran una mayor conciencia sobre sus obligaciones tributarias y, como resultado, formalicen sus negocios.

Capuñay (2022), en su investigación titulada "Cultura tributaria y formalización de microempresas en el distrito de Tucume 2020", planteó como objetivo determinar si el nivel de cultura tributaria de los microempresarios influye en la formalización empresarial en dicho distrito durante el año 2020. La metodología empleada fue cuantitativa, con un diseño no experimental transversal y descriptivo-correlacional. Se utilizó la técnica de la encuesta,

aplicando un cuestionario tipo escala Likert a una muestra de 57 microempresarios del distrito de Tucume, seleccionada mediante muestreo probabilístico.

Entre las conclusiones destacadas por Capuñay, se evidenció un bajo nivel de cultura tributaria entre los microempresarios, reflejado en elevados índices de informalidad empresarial. Específicamente, se determinó que existe una correlación significativa del 81.9% entre la cultura tributaria y la formalización de las microempresas, indicando que a mayor cultura tributaria, mayor es la tendencia hacia la formalización. Estos hallazgos sugieren la importancia de promover acciones educativas e institucionales que fortalezcan la cultura tributaria, facilitando así procesos efectivos de formalización empresarial y reduciendo la informalidad.

Sanchez (2024), en su investigación titulada "Cultura tributaria y su influencia en la formalización tributaria en el Mercado Santa Rosa de Lima 2022", planteó como objetivo determinar cómo la cultura tributaria influye en la formalización tributaria de dicho mercado. La metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental transversal y aplicando técnicas de encuesta mediante un cuestionario basado en la escala Likert. La población estudiada estuvo conformada por 145 socios del mercado, seleccionando una muestra representativa de 78 individuos mediante un muestreo aleatorio simple. La recolección de datos se analizó utilizando el software estadístico SPSS.

Los resultados del estudio mostraron una correlación significativa entre la cultura tributaria y la formalización tributaria, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,764 y un valor p de 0,000. Esto indicó una fuerte relación positiva, señalando que los socios con una mayor cultura tributaria estaban más predispuestos a formalizar sus actividades tributarias. Sánchez concluyó que promover una cultura tributaria sólida mediante

educación y capacitaciones adecuadas podría ser una estrategia eficaz para aumentar la formalización tributaria. Estos resultados subrayan la relevancia de la educación fiscal como herramienta clave para reducir la informalidad y fomentar el cumplimiento tributario voluntario en contextos similares.

2.1.3. Antecedentes locales

Choquehuanca, (2021) en la tesis titulada “La cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial Molino I – distrito de Santiago – Cusco, primer semestre 2021” de la Universidad Andina del Cusco, cuyo objetivo fue explicar la cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I, Distrito de Santiago - Cusco, Primer Semestre 2021, asimismo la metodología utilizada fue de alcance descriptivo, diseño no experimental, por otro lado, la población de interés está conformada por 971 socios del Centro Comercial Molino I en Cusco. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó un método de selección probabilístico y se aplicó la fórmula correspondiente, resultando en una muestra de 278 comerciantes, del mismo modo, se utilizó la encuesta, entrevista y análisis documental como instrumentos de recolección de datos, por otra parte, los resultados indican que la mayoría de los comerciantes tienen una conciencia tributaria baja y una educación tributaria deficiente. Además, se concluyó que la cultura tributaria de los comerciantes está influenciada por factores como la falta de información y la complejidad del sistema tributario y que es necesario mejorar la educación tributaria y simplificar el sistema tributario para fomentar una cultura tributaria más sólida entre los comerciantes.

Tecsi, (2023) en la tesis “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco – 2022” de la Universidad Continental, cuyo objetivo fue establecer cómo se relaciona la cultura

tributaria con las obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco en el año 2022, por otro lado, la metodología fue de enfoque cuantitativo de base positivista, tipo aplicado, nivel correlacional, diseño no experimental de corte transversal, y tamaño el tamaño de muestra fueron 30 empresas de transporte turístico, por otra parte, los resultados indicaron que el 76,7% de las empresas tienen una buena cultura tributaria, mientras que el 13,3% tienen una cultura tributaria regular y el 10% tienen una cultura tributaria mala. En cuanto al cumplimiento de obligaciones tributarias, se encontró que el 60% de las empresas cumplen con sus obligaciones tributarias de manera regular, mientras que el 26,7% cumplen de manera buena y el 13,3% cumplen de manera mala, por lo que se concluyó que, existe un vínculo positivo entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transporte turístico en Cusco.

Noñunca y Villagra (2019), en su investigación titulada "Cultura tributaria y formalización tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado central Yauri, Provincia Espinar-Cusco 2019", tuvieron como objetivo determinar cómo la cultura tributaria se relaciona con la formalización tributaria en las micro y pequeñas empresas de dicho mercado. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva-explicativa, con un diseño no experimental y transversal. Se aplicaron técnicas de encuesta mediante cuestionarios en escala Likert a una muestra de 44 micro y pequeños empresarios seleccionados por un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Las conclusiones destacaron una correlación positiva significativa entre la cultura tributaria y la formalización tributaria en las micro y pequeñas empresas del Mercado central Yauri, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.343 y un nivel de significancia bilateral de 0.023. Estos resultados indican que, a mayor nivel de cultura

tributaria, existe mayor tendencia hacia la formalización tributaria. En tercera persona, se puede comentar que estos resultados subrayan la importancia de implementar programas educativos que fortalezcan la cultura tributaria, mejorando así la formalización y cumplimiento tributario voluntario en el sector empresarial estudiado.

Choque y Huallpa (2017), en su investigación titulada "Cultura tributaria y su influencia en la formalización de los empresarios de las MYPES. Ciudad de Espinar. Cusco. Perú. 2016", tuvieron como objetivo determinar cómo la cultura tributaria influye en la formalización de los empresarios de micro y pequeñas empresas en la ciudad de Espinar, Cusco. La metodología empleada fue de carácter descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental transversal. Se utilizó la técnica de encuesta, aplicando como instrumento cuestionarios estructurados con escala Likert, dirigidos a una población conformada por empresarios de las MYPES de Espinar. La muestra estuvo compuesta por un grupo representativo seleccionado de forma no probabilística por conveniencia.

En sus conclusiones, Choque y Huallpa destacaron una influencia positiva significativa de la cultura tributaria sobre la formalización empresarial, resaltando que una mayor difusión y conocimiento de los temas tributarios incrementan la formalización en los empresarios. Específicamente, encontraron que la difusión de cultura tributaria tenía una relación directa y fuerte con la formalización, concluyendo que promover una educación tributaria efectiva contribuye a reducir la informalidad significativamente en el contexto estudiado. En tercera persona, puede comentarse que estos resultados reflejan la necesidad urgente de implementar estrategias educativas en materia tributaria que permitan incrementar los niveles de formalización empresarial.

2.2.Base teórica

2.2.1. Formalización de empresas

2.2.1.1.Emprendimiento:

Para emprender y dar inicio a una tarea, un negocio o un desafío, especialmente cuando involucran obstáculos o riesgos, es necesario avanzar con determinación hacia un objetivo específico, se inicia con un emprendimiento a partir de tener a disposición y otros elementos, asimismo Jiménez, R. et. al, (2021) definen el emprendimiento como el proceso de iniciar actividades económicas, que implica la aplicación de habilidades gerenciales, la asunción de riesgos y la utilización de la creatividad y la innovación. Se puede concebir como una interconexión entre el emprendedor, las oportunidades presentes en el mercado y el comportamiento del propio emprendedor.

2.2.1.2.Teoría de la formalización

La formalización empresarial proporciona los fundamentos necesarios para que las empresas puedan establecerse de manera adecuada. El proceso de inscripción en varios registros públicos es una actividad rutinaria que no solo conlleva costos, sino que también ofrece servicios valiosos. De manera similar, se puede describir la formalización como el acto de cumplir con una obligación, permitiendo a las empresas mejorar su productividad y facilitando su acceso al sistema financiero. (Chimoy, 2011)

La formalización empresarial se refiere al proceso mediante el cual una empresa adopta y cumple con los requisitos legales, fiscales y administrativos necesarios para establecerse y operar de manera legal y reconocida por las autoridades correspondientes. Este proceso implica la inscripción en registros públicos, la obtención de licencias y permisos, y el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales.

En términos más generales, formalizar un negocio implica llevar a cabo todas las acciones necesarias para que la empresa opere dentro del marco legal y reglamentario establecido por la jurisdicción en la que se encuentra. Esto no solo incluye aspectos legales, sino también prácticas relacionadas con la contabilidad, la contratación laboral, y otros aspectos que garanticen el cumplimiento de las normativas vigentes y contribuyan a la transparencia y sostenibilidad del negocio. La formalización empresarial es esencial para asegurar la estabilidad, la protección legal y el acceso a beneficios y servicios que contribuyan al desarrollo y crecimiento sostenible de la empresa.

En el proceso de formalización, según el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2007), señala que la formalización tributaria implica obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC). Para ello, la entidad debe registrarse previamente en la SUNAT, y el contribuyente debe determinar el régimen tributario al que desea adherirse.

Según Chávez (2016) la formalización implica una serie de trámites que un empresario debe seguir después de decidir establecer una empresa, ya sea como persona jurídica o natural. Estos pasos son necesarios para iniciar las operaciones en el sector elegido.

Cruz (2015) sostiene que la formalización es un plan organizativo que establece cómo, cuándo, con qué elementos y quién ejecutará las acciones. Es esencial para la organización y la conducta de una persona, influenciada por el grado de formalización.

2.2.1.3.Importancia

Levy (2018) señala que, para lograr la efectividad de una empresa, es esencial considerar la conexión entre el entorno laboral, el nivel de formalización y aspectos como el cumplimiento de las tareas. Debido a esto, no se puede categorizar la formalización como buena o mala, ya que es un factor que evoluciona en respuesta a las circunstancias presentes.

2.2.1.4. Tipos

Existen 5 tipos de formalización entre ellas tenemos:

1.- Formalización Jurídica

Para esta formalización el contribuyente debe inscribirse al RUC y de igual forma elegir el tipo de régimen al cual quiere acogerse, entre estas tenemos 2 opciones: como persona natural o jurídica.

- **Persona natural:** se considera persona natural a cualquier ser humano con la capacidad de adquirir derechos y contraer obligaciones, respecto al negocio puede identificarse por el nombre del dueño o puede cambiarlo por un nombre comercial.

Algunas de las ventajas de constituir una empresa como persona natural puede ser: fácil creación y liquidación, unidad de mando y menor regulación, y como desventajas encontraríamos que existe responsabilidad ilimitada, disposición del capital limitado, fácil interrupción del camino de la empresa en caso se presente una enfermedad y/o accidente.

- **Elaboración de una minuta y escritura pública:**

Después de reservar el nombre, los socios deben crear un documento que exprese su intención de formar una empresa, eligiendo entre modalidades como SAA, SAC, S.R.L o E.I.R.L. Este documento debe incluir el pacto social y el estatuto de la sociedad.

La (Superintendencia Nacional de Administración Tributaria S.F) nos dice que: al formalizar un negocio como persona natural y adquirir el número de RUC, se requiere presentar el DNI (original y copia) y un recibo de servicio público (original y copia), además de obtener los permisos municipales, como la licencia de funcionamiento.

- **Persona jurídica:** consideramos persona jurídica a una compañía u organismo creado por la ley con capacidad de adquirir derechos y adquirir obligaciones a su nombre, está conformada por una o más personas naturales, una de las ventajas que posee es la existencia legal. Dentro de sus modalidades de constitución de empresas jurídicas incluyen: EIRL (empresa de un solo dueño con patrimonio independiente y toma de decisiones individual), SCRL (sociedad con un mínimo de 2 socios, pueden ser personas jurídicas o naturales), SAC (los socios no responden personalmente con sus bienes, no pueden inscribir acciones en el mercado de valores), y SA (los accionistas no responden con su patrimonio, sin límite en número de socios). (Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, 2007).

Según la Agencia de Promoción y la Inversión Privada (2020) menciona que los pasos para la formalización de una empresa jurídica son las siguientes: elaboración de la minuta de constitución elaborada por un abogado, elevar la minuta a escritura pública ante un notario público, inscribir la empresa ante Sunarp, obtener el Registro Único de Contribuyentes ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, obtención de autorización y registros especiales.

- **Inscripción al RUC**

La inscripción al RUC, según la SUNAT, es un registro obligatorio para contribuyentes y empresas. Este padrón actúa como una base de datos actualizada continuamente por los propios contribuyentes y la SUNAT.

- **Registros públicos**

La entidad de registros públicos conocida como SUNARP es responsable de establecer normas y políticas para los registros públicos, además de llevar a cabo funciones de planificación, normativa, organización, dirección y supervisión del control administrativo público.

2.2.1.5. Formalización Tributaria

Dentro del proceso de formalización tributaria, el contribuyente debe cumplir con la obligación de presentar sus declaraciones de impuestos según lo indique la SUNAT, al mismo tiempo debe mantener en orden sus libros contables.

2.2.1.6. Formalización Laboral

La formalización laboral consiste en integrar a los trabajadores dentro del sistema legal de empleo, garantizándoles derechos laborales, seguridad social y condiciones de trabajo dignas conforme a la legislación vigente.

Componentes clave:

- Contrato de trabajo registrado.
- Afiliación a un sistema de seguridad social (salud, pensión).
- Cumplimiento del salario mínimo legal.
- Pago de beneficios laborales: CTS, gratificaciones, vacaciones, horas extras, etc.
- Protección frente al despido arbitrario.

Objetivo principal: Garantizar la inclusión de los trabajadores en un sistema laboral justo, con derechos, estabilidad y protección social.

Una vez que la empresa haya definido la cantidad de trabajadores este está en la obligación de respaldar a sus trabajadores a través un contrato laboral además de contar con un libro de planillas el cual tiene que estar legalizado por el Ministerio de Trabajo.

Planilla Personal

- Régimen Laboral General: Nos proporciona diferentes formas de beneficios para con sus empleados como: compensación por tiempo de servicios (CTS), pagos extras como gratificaciones, asignación de vacaciones (30 días), seguro social ESSALUD, entre otros.
- Régimen Laboral Especial: En comparación del Régimen Laboral General, los días de vacaciones son los únicos concedidos al personal en planilla, y el Seguro Integral de Salud (SIS) será elegido. Además, no se recibirán gratificaciones ni se contará con Compensación por Tiempo de Servicios (CTS).

2.2.1.7. Formalización Empresarial

Definición:

La formalización empresarial se refiere al proceso mediante el cual una empresa o unidad productiva accede al marco legal e institucional del Estado. Esto implica registrarse y cumplir con requisitos tributarios, jurídicos, administrativos y normativos.

Componentes clave:

- Inscripción en registros públicos (SUNARP en Perú, por ejemplo).
- Obtención de RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- Licencias de funcionamiento municipal.
- Cumplimiento de normativas sectoriales y sanitarias.
- Declaración y pago de impuestos.
- Acceso a servicios financieros formales (créditos, seguros, etc.).

Objetivo principal: Integrar a las empresas dentro de la economía formal, otorgándoles seguridad jurídica, acceso a mercados formales y beneficios estatales.

2.2.1.8. Formalización Sectorial

Deberá contar con los requisitos y/o permisos que le indiquen su municipalidad de acuerdo a la localidad que pertenezca y de esta forma podrá formalizarse apropiadamente.

2.2.1.9. Formalización Municipal

Es indispensable que un negocio deba contar con una formalización correctamente hecha, que cuente con una licencia de funcionamiento ya que estos son exigidos por la municipalidad para que pueda pagar sus tributos municipales.

2.2.1.10. Ventajas

La formalización brinda al negocio la posibilidad de crecer y fortalecerse, enfrentando de manera más preparada los riesgos del entorno. Permanecer en la informalidad representa una desventaja competitiva frente a otras empresas del mismo sector, impidiendo el pleno desarrollo del negocio. (Shubert, 2013)

- **Crecimiento Empresarial**

El crecimiento empresarial implica un aumento cuantitativo que mejora diversos aspectos de la empresa, como las ventas y la productividad. Este proceso suele iniciarse con la formalización empresarial.

- **Volumen de Ventas**

Las ventas representan el intercambio de bienes o servicios por un valor monetario acordado, con el objetivo de que la empresa genere rentabilidad y el cliente satisfaga sus necesidades. (De la Parra, 2003)

- **Financiamiento Bancario**

El financiamiento bancario consiste en créditos proporcionados por entidades bancarias a empresas, con plazos de reembolso y tasas de interés específicas. Este recurso financiero permite a las empresas crecer y cubrir sus gastos. (Martínez, 2016)

La formalización según Levy (2018) facilita la entrada a los mercados sin conflictos con las autoridades y permite asociaciones para competir exitosamente. Mejora la percepción de la institución ante la clientela y amplía oportunidades de expansión a nivel nacional e internacional. Brinda acceso a préstamos bancarios, fomenta adquisiciones con facturas, asegura el cumplimiento de impuestos y contribuye al desarrollo estatal.

Para el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo (2007), la formalización empresarial conlleva diversas ventajas, tales como la apertura a nuevos mercados, la inclusión en el sistema financiero, la oportunidad de obtener créditos con proveedores, el cumplimiento de las obligaciones tributarias para contribuir con el desarrollo del país, generación de confianza a los clientes, la posibilidad de utilizar el crédito fiscal.

2.2.2. La Informalidad

2.2.2.1. Introducción

La informalidad es un fenómeno estructural presente en muchas economías en desarrollo, especialmente en América Latina, África y Asia. Esta situación se caracteriza por actividades económicas que no están registradas legalmente, no pagan impuestos y no ofrecen condiciones laborales protegidas. La informalidad tiene implicancias económicas, sociales y políticas, siendo tanto una respuesta a la rigidez del mercado formal como una estrategia de supervivencia frente a la pobreza y el desempleo.

2.2.2.2. Definición y conceptualización de la informalidad

Según el **Banco Mundial (2019)**, la economía informal comprende “todas las actividades económicas que están al margen del control del Estado y, por tanto, no sujetas a regulación, registro o tributación”. Esta definición pone énfasis en la exclusión institucional como eje del problema.

Para **Hernando de Soto (1987)**, la informalidad no es simplemente una ausencia de legalidad, sino el resultado de barreras burocráticas y marcos legales que impiden el acceso a la formalidad. En su obra *El otro sendero*, sostiene que “los informales no son ilegales por naturaleza, sino porque el sistema les impide ingresar a la legalidad” (p. 12). Su enfoque enfatiza el exceso de trámites, costos y corrupción como obstáculos estructurales.

Por su parte, **José Luis Machinea (2006)**, economista argentino y ex secretario ejecutivo de la CEPAL, plantea que la informalidad responde a fallas del mercado laboral y a la incapacidad del crecimiento económico para generar empleo de calidad. En su visión, “la informalidad está ligada tanto al modelo de desarrollo como a las políticas laborales adoptadas” (Machinea, 2006, p. 31).

Asimismo, **Portes y Castells (2003)** conceptualizan la economía informal como una forma de organización productiva que coexiste y se articula con el sector formal. En su enfoque sociológico, sostienen que “la informalidad no es necesariamente marginal ni transitoria, sino una parte estructural del capitalismo contemporáneo” (p. 15).

Finalmente, **OIT (2018)** define la informalidad como “el conjunto de actividades económicas realizadas por trabajadores o unidades económicas que están —en derecho o en la práctica— fuera del marco jurídico”. La OIT también ha contribuido a diferenciar entre empleo informal (trabajo no registrado) y sector informal (microempresas no registradas).

2.2.2.3. Causas de la informalidad

Las causas de la informalidad son múltiples y abarcan factores económicos, institucionales y sociales. Entre las principales destacan:

- Exceso de regulaciones y barreras legales
- Débil capacidad del Estado para fiscalizar y formalizar
- Crisis del empleo formal y precariedad laboral
- Falta de incentivos para la formalización y altos costos tributarios
- Segregación social y desigualdad en el acceso a oportunidades

4. Características del empleo informal

El empleo informal se caracteriza por:

- Falta de contrato laboral escrito.
- Ausencia de beneficios sociales (seguro, pensión, vacaciones).
- Inestabilidad laboral.
- Bajos niveles de productividad y capital.
- Predominio de micro emprendimientos y autoempleo.

La OIT (2018) señala que en América Latina, más del 50% de los trabajadores laboran en condiciones informales, lo que representa un desafío para la inclusión social y el crecimiento sostenido.

2.2.2.4. Consecuencias de la informalidad

La informalidad tiene efectos profundos sobre la economía y la sociedad:

- **En lo económico:** reduce la recaudación fiscal, limita el acceso al crédito y restringe la productividad.
- **En lo laboral:** genera precariedad, bajos salarios y ausencia de protección social.
- **En lo social:** perpetúa la pobreza, la exclusión y la desigualdad.

- **En lo institucional:** erosiona la confianza en el Estado y sus instituciones.

Para De Soto (1987), la informalidad es también una “economía paralela” que opera con su propia lógica, reglas y mecanismos de confianza, aunque carente de respaldo jurídico.

2.2.2.5.Estrategias para reducir la informalidad

Entre las medidas propuestas por diversos organismos y académicos para combatir la informalidad destacan:

- Simplificación administrativa y reducción de costos de formalización.
- Reformas fiscales y laborales que incentiven el empleo formal.
- Políticas activas de empleo y educación técnica.
- Acceso a microcréditos, financiamiento y capacitación.
- Fortalecimiento institucional y vigilancia laboral.

La OIT (2018) insiste en que “la transición hacia la formalidad debe ser gradual, inclusiva y basada en un enfoque de derechos humanos”.

2.2.2.6.Desventajas de la Informalidad

La informalidad según Levy (2018) presenta desventajas como limitada expansión nacional e internacional, dificultad para acceder a créditos y enfrentar pagos elevados por riesgos. La falta de reconocimiento legal impide establecer vínculos con instituciones más grandes y vendedores. La ausencia de apoyo estatal limita la producción y no contribuye al desarrollo del país. La falta de reconocimiento afecta la percepción y las deudas impactan directamente en el capital, sin ventajas tributarias.

2.2.2.7.Dificultades de formalizar en el interior del país

La SUNAT (2019) dice que la cultura ciudadana identifica desafíos como normativas de baja calidad en el desarrollo interpersonal, falta de lugares para unificar criterios, distancia entre entidades, conceptos negativos sobre ciudadanía y contribuyentes, y normas inapropiadas para cumplir con los planes de trabajo.

2.2.3. Economía Pública

2.2.3.1. Conceptualización de la Economía Pública

La economía pública se concibe tradicionalmente como la rama de la ciencia económica que analiza la intervención del Estado en la asignación de recursos, la distribución del ingreso y la estabilización del conjunto de la economía. Su importancia radica en comprender cómo las decisiones del sector público pueden conducir a un mayor bienestar social. Según Musgrave (2010), la economía pública se ocupa de las funciones estatales fundamentales al corregir fallos de mercado, proveer bienes públicos y atender la justicia distributiva. Desde otra perspectiva, Stiglitz (2009) afirma que esta disciplina explica la necesidad de la acción gubernamental ante imperfecciones del mercado, buscando mejorar la eficiencia y la equidad a través de la política fiscal. Mankiw (2009) agrega que comprender la economía pública permite evaluar el impacto que tienen impuestos y gasto público sobre el comportamiento de consumidores, productores e inversionistas, mientras Marín González (2014) resalta la relevancia del contexto institucional y normativo, que condiciona la eficacia de la intervención estatal.

La economía pública puede abordarse desde enfoques normativos, que sugieren cómo debería actuar el Estado, y desde enfoques positivos, que describen cómo su intervención opera en la práctica. Asimismo, considera tanto análisis teóricos como aplicaciones empíricas. Sus características centrales incluyen el estudio de la eficiencia, la equidad, la provisión de bienes públicos y la corrección de externalidades. Ejemplos notables son la construcción de infraestructura

esencial o la financiación de la educación y la salud. La importancia de la economía pública radica en su capacidad para orientar el diseño de políticas que promuevan el bienestar colectivo, la justicia social y el crecimiento inclusivo.

2.2.3.2. Funciones del Estado en la Economía

Las funciones del Estado han sido clasificadas por diversos autores, quienes coinciden en resaltar su centralidad en el logro de objetivos sociales. Musgrave (2010) propone tres funciones fundamentales: la asignativa, que se refiere a la provisión de bienes públicos; la distributiva, enfocada en la equidad del ingreso; y la estabilizadora, que busca corregir las fluctuaciones económicas y mantener el equilibrio macroeconómico. Stiglitz (2009) enfatiza que el Estado no sólo corrige fallos de mercado, sino que también debe intervenir para enfrentar externalidades, regular mercados con información asimétrica y suministrar información adecuada. Mankiw (2009) añade la función protectora del Estado, garantizando derechos de propiedad y manteniendo condiciones propicias para la competencia.

La institucionalidad es fundamental. Dunn (2003) considera que el Estado interviene para resolver problemas colectivos no resueltos por el mercado, mientras Kirchler (2007) subraya que la legitimidad y la confianza ciudadana en las autoridades fiscales son determinantes para el cumplimiento voluntario y el éxito de las intervenciones. Estas funciones pueden responder a distintos enfoques, desde la provisión directa de servicios hasta la regulación normativa. Sus características incluyen la búsqueda del bien común, la coherencia con el ordenamiento legal y la adaptación a contextos sociales cambiantes. Ejemplos como la defensa nacional o los programas de transferencias sociales ilustran estas funciones, cuya importancia radica en crear un entorno estable, justo y propicio para el desarrollo económico y social.

2.2.3.3. Herramientas Fiscales: Impuestos, Gasto y Transferencias

Para cumplir con sus objetivos, el Estado dispone de herramientas fiscales que moldean la economía. Musgrave (2010) destaca que impuestos, gasto público y transferencias son instrumentos que orientan la distribución del ingreso y la asignación de recursos. Stiglitz (2009) señala que la elección correcta de impuestos puede corregir incentivos distorsionados, mientras que un gasto público eficiente mejora la provisión de bienes y servicios. Mankiw (2009) hace hincapié en el impacto que las políticas fiscales tienen sobre decisiones privadas, como el ahorro y la inversión, y Slemrod y Bakija (2008) agregan que el diseño adecuado de los impuestos reduce la evasión y promueve la equidad.

Estas herramientas pueden clasificarse según su propósito (redistribución, estabilización, provisión de bienes públicos) o su impacto (eficiencia vs. equidad). Sus características incluyen la necesidad de transparencia, estabilidad normativa y coherencia con las metas de política pública. Un ejemplo es la implementación de impuestos progresivos sobre la renta, destinados a reducir la desigualdad, o la aplicación del IVA para ampliar la base impositiva. La importancia de estas herramientas radica en su capacidad para materializar el rol del Estado, generando recursos para sostener sus funciones y mejorar las condiciones de vida de la población.

2.2.3.4. Economía Pública y Bienes Públicos

La provisión de bienes públicos es un pilar central de la economía pública. Musgrave (2010) define estos bienes por su no rivalidad y no exclusión, lo que justifica la intervención del Estado ante la ausencia de incentivos de mercado para proveerlos eficientemente. Stiglitz (2009) observa que bienes como la defensa nacional o la infraestructura no serían suministrados de forma óptima por el sector privado. Por su parte, Mankiw (2009) destaca la necesidad de identificar correctamente qué bienes deben ser públicos, evitando la provisión excesiva o ineficiente. Bird y Gendron (2007) vinculan la financiación de bienes públicos con impuestos al consumo (como el IVA), mientras

Kirchler (2007) sugiere que la aceptación ciudadana de financiar estos bienes mediante impuestos depende de la percepción de su calidad y utilidad.

Los bienes públicos pueden ser puros o cuasi públicos, y responden a criterios de eficiencia colectiva y justicia social. Su provisión se caracteriza por requerir financiamiento colectivo y un esfuerzo planificado del Estado. Ejemplos incluyen la iluminación pública, la justicia, el control de epidemias o la preservación medioambiental. La importancia de este tipo de bienes se hace patente en la mejora del bienestar general y la consolidación de una infraestructura esencial que sustenta el crecimiento económico y el bienestar social.

2.2.3.5.Importancia de la Economía Pública

La relevancia de la economía pública es ampliamente reconocida. Musgrave (2010) destaca que la comprensión de su lógica permite diseñar políticas fiscales más justas. Stiglitz (2009) sostiene que la economía pública es el puente entre la teoría económica y la práctica gubernamental, orientando las intervenciones hacia la eficiencia y la equidad. Mankiw (2009) considera que la evaluación del impacto de las políticas fiscales sobre el crecimiento y la distribución del ingreso depende de esta comprensión, mientras Marín González (2014) subraya el rol de las instituciones y la calidad en el diseño de las políticas.

La importancia se aprecia en la capacidad de orientar el gasto, los impuestos y la distribución del ingreso hacia el bienestar colectivo. Al final, una sólida economía pública sirve de base para estados de bienestar robustos, sociedades más igualitarias y un crecimiento sostenible.

2.2.4. El Sistema Tributario

2.2.4.1.Conceptualización del Sistema Tributario

El sistema tributario puede definirse como el conjunto estructurado de normas, procedimientos y gravámenes mediante los cuales el Estado obtiene recursos de los contribuyentes para financiar sus

actividades y funciones. Musgrave (2010) considera el sistema tributario como el andamiaje institucional que guía la recaudación de impuestos, garantizando la provisión de bienes públicos y la consecución de fines redistributivos. Stiglitz (2009) destaca que un buen sistema tributario debe ser eficiente y equitativo, evitando distorsiones económicas innecesarias. Mankiw (2009) subraya la relevancia de la sencillez normativa y la transparencia, factores que facilitan el cumplimiento y reducen la evasión. Marín González (2014) sugiere que el sistema tributario debe articularse con las características estructurales de la economía, adaptándose a cambios internos y externos.

Los sistemas tributarios pueden clasificarse según su estructura impositiva, su grado de progresividad o la combinación de impuestos directos e indirectos. También pueden ser evaluados desde un enfoque normativo (el “deber ser” de la imposición) y otro positivo (cómo funcionan en la práctica).

Entre sus características destacan la coherencia interna, la flexibilidad, la legitimidad y la capacidad de generar ingresos suficientes sin desincentivar la producción ni el consumo. Los sistemas tributarios escandinavos, reconocidos por su alta progresividad y amplitud, y los sistemas basados en impuestos al valor agregado presentes en América Latina.

2.2.4.2. Los Tributos: Impuestos, Tasas y Contribuciones

Conceptos Fundamentales

Los tributos constituyen la fuente principal de ingresos fiscales del Estado. Musgrave (2010) señala que, en general, un tributo es una prestación económica obligatoria, establecida por ley, sin contraprestación directa e individualizada. Stiglitz (2009) plantea que los tributos son herramientas para corregir fallos de mercado y redistribuir recursos, mientras Slemrod y Bakija (2008) destacan la importancia de su diseño para incentivar el cumplimiento y la eficiencia. Bird y Gendron (2007) subrayan la relevancia de la elección de los tributos en el contexto de países en desarrollo,

enfaticando la necesidad de impuestos simples y transparentes, lo cuales están compuestos por impuestos, tasas y contribuciones.

Asimismo, el Perú según SUNAT, (2021) cuenta con un sistema tributario.

Sistema tributario nacional: Amasifuen, (2015) define al sistema tributario como un grupo de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos que se utilizan para explicar la carga impositiva directa e indirecta que deben pagar los ciudadanos para financiar la actividad del Estado. El sistema tributario también incluye dispositivos legales, como el Código Tributario, empleado para ejecutar la política tributaria, tiene como objetivos: incrementar el carga fiscal por los diferentes tributos recaudados, garantizar la efectividad, simplicidad y productividad del sistema así como repartir de manera imparcial los fondos recaudados correspondientes a los diferentes entes, por otro lado se tienen principios constitucionales tributarios en el sistema tributario peruano SUNAT, (2021), tal como se detalla a continuación:

- **Principio de legalidad:** Los tributos deben ser establecidos por leyes que emanan del Congreso, y el Poder Ejecutivo solo puede modificarlos o crear nuevos tributos si el Congreso le otorga la autorización correspondiente.
- **Principio de reserva de ley:** La ley que crea un tributo debe abordar los aspectos esenciales de la relación tributaria, como lo que se grava, la base imponible, la tasa, las exenciones, las sanciones y los procedimientos. El reglamento puede detallar aspectos secundarios sin afectar esta reserva de ley.
- **Principio de igualdad:** Este principio significa que nadie puede quedar eximido de pagar impuestos debido a circunstancias personales, y todos los que cumplan con los requisitos para la obligación tributaria deben contribuir. La igualdad se refiere al sacrificio económico que implica el pago de impuestos, de modo que las personas en situaciones económicas

similares deben ser tratadas de manera similar, y aquellos con mayores capacidades económicas deben aportar más.

- **Principio de efecto no confiscatorio:** Los impuestos no deben agotar de manera excesiva la capacidad económica de los ciudadanos al entregar una parte de su patrimonio al Estado.
- **Respeto de los derechos fundamentales de la persona:** Las normas tributarias no pueden vulnerar los preceptos constitucionales de la persona, como la igualdad ante la ley, el derecho al secreto y la inviolabilidad de las comunicaciones, y otros derechos fundamentales.

Por otro lado, es importante mencionar que los tributos incluyen, impuestos, tasas y contribuciones especiales, y su importancia radica en que representan una fuente fundamental de ingresos para el gobierno, asimismo según SUNAT, (2021) es una cantidad de dinero que se debe pagar de manera compulsoria, según lo establecido por la legislación, y que se remite al Estado con el propósito de financiar los costos asociados con el cumplimiento de sus objetivos y responsabilidades.

Asimismo, se tiene un subconjunto de tributos SUNAT, (2021) que constituyen ingresos de los gobiernos locales, son:

- **Impuesto:** Impuesto se define como un tipo de tributo en el cual el pago realizado por el contribuyente no da lugar a una retribución directa por parte del Estado en beneficio de este, como sucede con el Impuesto a la Renta. También puede ser definido como Gravámenes sin contraprestación directa, aplicados sobre la renta, la propiedad o el consumo (ej. impuesto a la renta, IVA).

- **Contribución:** Se define como un tributo cuyo origen está relacionado con los beneficios obtenidos a través de la ejecución de proyectos públicos o actividades gubernamentales, es decir Pagos por el uso o consumo de servicios específicos prestados por el Estado (ej. tasas portuarias, tasas por expedición de documentos).
- **Tasa:** La tasa es un tributo que se abona como resultado de la provisión real de un servicio público específico al contribuyente por parte del Estado, es decir, Tributos en los que existe cierta correlación entre el beneficio recibido y el pago efectuado, como ejemplo se mencionan los derechos arancelarios de los Registros Públicos y contribución por mejoras en infraestructura.

Por otra parte, el Perú cuenta con una institución que permite la administración de tributos, SUNAT, (2021) en el caso de los impuestos del gobierno nacional, la SUNAT es la entidad encargada de esta función recaudatoria, asimismo, los gobiernos locales se encargan de administrar las contribuciones y tasas municipales, que incluyen derechos, licencias, arbitrios, y en circunstancias especiales, los impuestos que les son atribuidos por la ley.

Como se mencionó anticipadamente la conciencia tributaria hace referencia a las actitudes y convicciones de las personas que influyen en su disposición para pagar impuestos. A menudo, se simplifica al examinar la tolerancia hacia el fraude fiscal y se piensa que depende únicamente de los valores individuales, del mismo modo la cultura tributaria abarca la conciencia tributaria, la educación y las creencias tributarias.

2.2.4.3. Ingresos y Egresos Fiscales

Definición y Perspectivas

Los ingresos y egresos fiscales constituyen la expresión tangible de la actividad financiera del Estado. Musgrave (2010) establece que los ingresos fiscales provienen principalmente de los

tributos, mientras que los egresos se destinan a la provisión de bienes públicos, servicios, transferencias y el pago de la deuda pública. Stiglitz (2009) enfatiza que la composición y el equilibrio entre ingresos y egresos son cruciales para la estabilidad macroeconómica. Mankiw (2009) considera que la eficiencia en la asignación del gasto y la capacidad recaudatoria definen el impacto social de las políticas fiscales. Marín González (2014) apunta que la calidad institucional y el control de la corrupción influyen en la eficacia del uso de los recursos públicos.

Existen diferentes formas donde provienen los ingresos y salidas fiscales:

- Ingresos tributarios: Proviene de impuestos, tasas y contribuciones.
- Ingresos no tributarios: Incluyen rentas patrimoniales, venta de activos estatales, donaciones y otros recursos extraordinarios.
- Egresos corrientes: Gastos en remuneraciones, bienes de consumo y servicios necesarios para el funcionamiento del Estado.
- Egresos de capital: Gastos de inversión en infraestructura, educación, salud u otras áreas estratégicas.

Desde el punto de vista normativo, se busca la eficiencia y la equidad en la recaudación y el gasto. Empíricamente, se evalúa el impacto concreto sobre el bienestar, la distribución del ingreso y el desarrollo económico.

Características: Deben ser transparentes, predecibles, responsables y orientados a maximizar el bienestar social.

2.2.5. Cultura Tributaria: Conciencia, Educación y Creencias Tributarias

2.2.5.1. Conceptualización de la Cultura Tributaria

La cultura tributaria se comprende como el conjunto de valores, actitudes, conocimientos y percepciones que las personas tienen respecto del sistema fiscal y el cumplimiento de sus

obligaciones tributarias. Kirchler (2007) destaca la influencia de factores psicológicos y sociales en el comportamiento tributario, subrayando la importancia de la confianza y la legitimidad del sistema. Torgler (2007) considera que la “moral tributaria” —esto es, la disposición interna a pagar impuestos— depende de la percepción de justicia y eficiencia en el gasto público. Dunn (2003) enfatiza que la educación, la claridad normativa y la credibilidad de las instituciones son clave para fomentar una cultura tributaria sólida.

Asimismo, Martínez et al. (2018) afirma que la cultura tributaria es un conjunto de prácticas y actitudes que los ciudadanos tienen hacia los impuestos, influenciado por factores sociales, económicos y culturales. Esta cultura puede tener un impacto significativo en la recaudación fiscal y en la eficiencia de los sistemas tributarios", por otro lado, Amasifuen (2015) considera que, la tributación tiene como objetivo principal proporcionar al Estado los recursos financieros necesarios para garantizar la defensa nacional, mantener el orden público y administrar los servicios públicos. En tiempos más recientes, se han agregado otros objetivos de carácter social, como la educación y la salud pública, además que Amasifuen (2015) considera que la importancia de la tributación en el Perú radica en su capacidad para proporcionar al Estado los recursos financieros necesarios para financiar la defensa nacional, mantener el orden público y administrar los servicios públicos. Además, una cultura tributaria sólida puede contribuir al desarrollo económico del país y reducir la evasión tributaria.

2.2.5.2. Estructura de la cultura tributaria:

La cultura tributaria abarca la conciencia tributaria (comprensión del rol de los impuestos), la educación tributaria (conocimientos sobre normas y procedimientos) y las creencias tributarias (percepciones sobre legitimidad, equidad y eficacia del sistema). Enfoques desde la economía

conductual, la psicología económica y la sociología tributaria complementan la visión puramente económica.

La cultura tributaria se inclina a las creencias, actitudes y comportamientos de los ciudadanos y empresas en cuanto al vínculo con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales. Es un aspecto crucial en cualquier sociedad, ya que afecta la percepción de la justicia y la equidad del sistema tributario, así como la disposición de las personas a pagar impuestos. Una cultura tributaria sólida promueve el cumplimiento voluntario y contribuye al desarrollo económico y social, mientras que una cultura tributaria débil puede dar lugar a la evasión fiscal y la erosión de la base

Impositiva. Por lo tanto, comprender y fomentar una cultura tributaria positiva es esencial para la recaudación de impuestos y el funcionamiento eficaz del sistema fiscal de un país.

Asimismo, Incluye elementos cognitivos (información), afectivos (actitudes) y normativos (normas sociales y expectativas). Una población con alta conciencia tributaria tenderá a cumplir voluntariamente con sus obligaciones, mientras que sociedades con baja confianza en las autoridades fiscales manifestarán mayor evasión.

Importancia: La cultura tributaria sólida reduce los costos de fiscalización, incrementa la recaudación, legitima el rol del Estado y fortalece el contrato social. Además, promueve el cumplimiento voluntario, disminuyendo el conflicto y la necesidad de coerción, lo cual repercute positivamente en la eficiencia del sistema fiscal.

2.2.5.3. Conciencia Tributaria

La conciencia tributaria Implica que el reconocimiento de que los impuestos son fundamentales para financiar los servicios públicos y el desarrollo de una sociedad. Una sólida conciencia tributaria promueve el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y fomenta la transparencia en el sistema tributario, de acuerdo con Plascencia, (2021) menciona que el término

"Conciencia Tributaria" se refiere a la motivación interna que impulsa a las personas a cumplir con sus obligaciones fiscales. Esto se centra en las actitudes y creencias de los individuos, es decir, en los aspectos no relacionados con la coerción, que influyen en su disposición a contribuir. Este concepto se analiza en términos de la tolerancia hacia el fraude fiscal y se considera que está influenciado por los valores personales, asimismo es importante conocer cuál es la finalidad de la tributación

La importancia de los impuestos para el financiamiento del bienestar colectivo. Kirchler (2007) indica que una mayor conciencia contribuye a la aceptación de la carga fiscal. Stiglitz (2009) agrega que entender el propósito de los tributos facilita la percepción de justicia. Torgler (2007) relaciona la conciencia tributaria con normas sociales internalizadas.

- Características e importancia

Involucra el conocimiento del destino de los impuestos, la comprensión de que la carga tributaria es necesaria para la provisión de bienes y servicios y el entendimiento de las consecuencias del incumplimiento. Por Ejemplo, las Campañas informativas sobre el uso de los impuestos en la construcción de hospitales o escuelas, es por ello la Importancia, puesto que, una alta conciencia tributaria refuerza la legitimidad del sistema y potencia el cumplimiento voluntario.

2.2.5.4. Educación Tributaria

La educación tributaria de acuerdo con la OECD, (2021) es un conjunto de iniciativas adoptadas por diversos países, tanto desarrollados como en desarrollo, con el propósito de convertir el vínculo entre los contribuyentes, los sistemas fiscales y las administraciones tributarias en beneficio mutuo y de la sociedad en su conjunto. Asimismo, la educación tributaria consiste en la formación de individuos para que comprendan las normas fiscales, sus obligaciones y los procedimientos

tributarios. Dunn (2003) ve en la educación una vía para reducir la complejidad percibida del sistema. Kirchler (2007) considera que una ciudadanía informada está más dispuesta a cumplir y a valorar la función estatal. Slemrod y Bakija (2008) subrayan la importancia de la educación tributaria para minimizar la evasión y las estrategias de elusión.

Estas iniciativas abarcan la creación de una cultura de cumplimiento tributario a través de:

- La educación de los contribuyentes mediante la impartición de formación en profundidad y la adquisición de nuevos conocimientos y competencias.
- La utilización de instrumentos de comunicación para sensibilizar a los contribuyentes sobre los diversos aspectos fiscales, como obligaciones, plazos, derechos del contribuyente y el destino de los ingresos fiscales.
- La prestación de asistencia práctica al contribuyente para cumplir con sus obligaciones tributarias.

La educación tributaria se adapta a las realidades económicas, sociales y culturales de cada lugar y busca promover un cumplimiento tributario más efectivo y una relación beneficiosa entre los ciudadanos, los sistemas fiscales y las autoridades tributarias

- Características e importancia

Incluye información clara, accesible, impartida a través de la educación formal y medios de comunicación, y la simplificación normativa, como ejemplo: Programas escolares, cursos en línea, folletos explicativos sobre la declaración de impuestos. Es por ello la importancia de la educación tributaria fomenta la transparencia, reduce la asimetría de información y construye una base ciudadana comprometida con el sostenimiento del Estado.

2.2.5.5. Creencias Tributarias

Las creencias tributarias se refieren a las percepciones subjetivas sobre la legitimidad, la equidad y la eficacia del sistema fiscal. Kirchler (2007) observa que las creencias positivas promueven el cumplimiento, mientras las negativas incentivan la evasión. Torgler (2007) vincula estas creencias con la moral tributaria y las normas sociales. Stiglitz (2009) considera que las creencias sobre la eficiencia del gasto público influyen en la disposición a pagar.

Las creencias de tributación son un componente esencial en el mundo de la fiscalidad y la economía, asimismo, (Aguinaga, R. & Galvez, L., 2018) afirma que las creencias que influyen en el comportamiento tributario de los individuos se originan en sus convicciones personales y valores morales, pero también son moldeadas por factores externos y su entorno social, como amigos y familiares. Estas creencias afectan las intenciones de cumplimiento tributario y pueden explicar por qué las tasas de cumplimiento son más altas de lo que predicen los ejemplos puramente económicos. Además, las interacciones sociales contribuyen a la formación de creencias y actitudes que influyen en las decisiones fiscales de los contribuyentes. Es así que se dice que, las creencias juegan un papel fundamental en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y afectan la toma de decisiones cotidianas de las personas.

- Características e importancia

Son influenciadas por la experiencia histórica, la transparencia, la cultura política y la comunicación institucional, por ejemplo, La creencia de que los impuestos se malgastan genera resistencia, mientras que la convicción de que los recursos se destinan a educación o salud mejora la disposición a contribuir. Es por ello la importancia de Las creencias tributarias, puesto que inciden directamente en la moral fiscal y en la relación entre Estado y contribuyentes, determinando la eficacia del sistema tributario.

2.2.6. Políticas Públicas y Políticas Tributarias: Fundamentos y Aplicaciones

Concepto y Alcance de las Políticas Tributarias

Las políticas tributarias son la columna vertebral de las políticas públicas, pues determinan cómo se recauda el ingreso estatal y cómo se financian las actividades del gobierno. Stiglitz (2009) considera que su diseño es vital para maximizar el bienestar general, equilibrando eficiencia y justicia. Slemrod y Bakija (2008) insisten en la necesidad de sistemas tributarios transparentes y simples, que incentiven el cumplimiento voluntario. Kirchler (2007) destaca el papel de la legitimidad y la aceptación social, argumentando que sin la percepción de equidad, la voluntad de contribuir se erosiona. Dunn (2003) invita a analizar estas políticas desde un enfoque integral, comprendiendo las dimensiones económicas, políticas e institucionales que las afectan.

Pueden clasificarse según sus metas: promover el crecimiento, redistribuir el ingreso, estabilizar la economía o asegurar la eficiencia recaudatoria. Sus características incluyen coherencia interna, flexibilidad y credibilidad. Un ejemplo lo constituye la aplicación de impuestos progresivos, que persiguen reducir la brecha entre ricos y pobres. En definitiva, la importancia de las políticas tributarias radica en su papel como soporte financiero de la actividad estatal y en su capacidad para moldear el contrato social entre ciudadanía y gobierno.

2.2.6.1. Clases y Tipos de Políticas Tributarias

La diversidad de políticas tributarias responde a la heterogeneidad de contextos y objetivos. Musgrave (2010) distingue entre impuestos directos (sobre la renta o la propiedad) e indirectos (sobre el consumo), cuyo impacto varía en términos de distribución y eficiencia. Stiglitz (2009) pone énfasis en la progresividad del impuesto a la renta, como mecanismo para reducir desigualdades. Mankiw (2009) menciona que existen sistemas proporcionales o incluso regresivos, que cargan proporcionalmente más a las rentas bajas. Por su parte, Slemrod y Bakija (2008) señalan

que la elección del tipo de impuesto puede priorizar la eficiencia, reduciendo distorsiones económicas, o la equidad, buscando una mayor justicia distributiva.

Estas clasificaciones, tipos y enfoques permiten ajustar las políticas tributarias a las necesidades de cada sociedad. Sus características incluyen la adaptabilidad a entornos cambiantes, la neutralidad frente a las elecciones individuales y el respeto a consideraciones normativas. Ejemplos notables son el IVA como impuesto al consumo, el impuesto progresivo a la renta o el impuesto a la propiedad. Su importancia radica en la capacidad de acomodarse a distintos objetivos, desde promover la inversión hasta frenar la desigualdad.

2.2.6.2. Características y Enfoques de las Políticas Tributarias

La efectividad de las políticas tributarias depende en gran medida de sus características y enfoques. Stiglitz (2009) aboga por la simplicidad, para minimizar los costos de cumplimiento, y la transparencia, para fomentar la confianza. Kirchler (2007) hace hincapié en la legitimidad: los contribuyentes deben percibir justicia en la imposición para cumplir voluntariamente. Slemrod y Bakija (2008) resaltan la estabilidad normativa y la previsibilidad, señalando que la incertidumbre desincentiva la inversión y el crecimiento.

Dunn (2003) insiste en la evaluación y el seguimiento constantes, de modo que las políticas puedan mejorar con el tiempo. Estas características incluyen eficiencia, equidad, legitimidad y flexibilidad. Ejemplos son las reformas tributarias que simplifican el número de impuestos, la eliminación de exenciones injustificadas o la adopción de incentivos fiscales para sectores clave. Su importancia radica en la mayor eficacia recaudatoria, la reducción de la evasión y la consolidación de la confianza ciudadana.

2.2.6.3. Ejemplos y Aplicaciones Prácticas de las Políticas Tributarias

Las políticas tributarias ofrecen múltiples herramientas para enfrentar problemas económicos concretos. Bird y Gendron (2007) destacan el IVA en países en desarrollo, permitiendo una base impositiva amplia. Stiglitz (2009) propone impuestos progresivos para contener la desigualdad. Mankiw (2009) sugiere incentivos fiscales para la investigación y el desarrollo, fortaleciendo la competitividad a largo plazo. Por su parte, Slemrod y Bakija (2008) promueven sistemas tecnológicos de control y monitoreo que reduzcan la evasión.

Estos ejemplos muestran la variedad de enfoques y aplicaciones, desde la diversificación de las fuentes de ingreso hasta la promoción de la innovación. Sus características incluyen adaptabilidad y focalización en metas concretas. Su importancia recae en el aporte tangible a la solución de problemas nacionales, fomentando la consolidación de instituciones más robustas y una sociedad más próspera.

2.2.6.4.Importancia y Legitimidad de las Políticas Tributarias

La relevancia de las políticas tributarias está íntimamente ligada a la supervivencia y eficiencia del Estado. Stiglitz (2009) afirma que un sistema tributario eficaz permite la provisión sostenible de bienes públicos, la reducción de las desigualdades y el aseguramiento de un mínimo de bienestar para todos. Kirchler (2007) advierte que la legitimidad del sistema es un componente crucial: los contribuyentes deben confiar en que sus impuestos financian servicios valiosos y se manejan con probidad. Slemrod y Bakija (2008) enfatizan que un balance entre eficiencia y equidad determina la satisfacción ciudadana y la competitividad económica. Dunn (2003) concluye que la evaluación continua de las políticas tributarias refuerza su calidad y legitimidad, garantizando su eficacia en el largo plazo.

2.2.7. Teoría del Consumidor

2.2.7.1.Introducción General

La Teoría del Consumidor es uno de los pilares fundamentales de la microeconomía, encargada de estudiar el comportamiento de los individuos frente a decisiones de consumo. Esta teoría analiza cómo los consumidores asignan su ingreso limitado para adquirir diferentes bienes y servicios, con el objetivo de maximizar su bienestar. Según Mankiw (2012), "los consumidores enfrentan disyuntivas y deben tomar decisiones racionales sobre cómo gastar su ingreso para obtener el mayor beneficio posible" (p. 21).

2.2.7.2. Fundamentos de la Teoría del Consumidor

I. Preferencias del consumidor

El punto de partida de la teoría es la noción de preferencias. Estas representan los gustos del consumidor y permiten ordenar distintas combinaciones de bienes. Las preferencias deben cumplir con tres condiciones: completitud, transitividad y no saciedad.

Según Pindyck y Rubinfeld (2014), "las preferencias del consumidor son fundamentales para entender la demanda de mercado, ya que reflejan la forma en que los individuos comparan distintas combinaciones de bienes" (p. 63). Las preferencias se representan mediante las **curvas de indiferencia**, las cuales muestran combinaciones de bienes que proporcionan el mismo nivel de satisfacción.

II. La utilidad

El concepto de utilidad representa el grado de satisfacción o placer que obtiene un consumidor al consumir bienes y servicios. Krugman y Wells (2018) indican que "la utilidad es una medida que refleja la felicidad o satisfacción del consumidor, aunque no necesariamente de forma cuantificable" (p. 167). Existen dos enfoques para analizarla:

- **Utilidad cardinal:** parte del supuesto de que la utilidad puede medirse en términos absolutos.

- **Utilidad ordinal:** se enfoca en el orden de las preferencias sin cuantificar exactamente la satisfacción.

2.2.7.3. Curvas de indiferencia y tasa marginal de sustitución

Las curvas de indiferencia son herramientas gráficas que representan combinaciones de dos bienes que proporcionan al consumidor el mismo nivel de utilidad. Tienen las siguientes características:

- Son convexas al origen (por la ley de la tasa marginal de sustitución decreciente).
- Nunca se cruzan entre sí.
- Tienen pendiente negativa.

La **Tasa Marginal de Sustitución (TMS)** muestra la cantidad de un bien a la que un consumidor está dispuesto a renunciar para obtener una unidad adicional de otro bien, manteniendo constante su nivel de utilidad. Como lo explican Pindyck y Rubinfeld (2014), “la TMS refleja la relación marginal de intercambio entre dos bienes que un consumidor está dispuesto a aceptar” (p. 66).

2.2.7.4. Restricción presupuestaria

El comportamiento del consumidor está limitado por el ingreso del que dispone y los precios de mercado. La **restricción presupuestaria** indica todas las combinaciones posibles de bienes que el consumidor puede adquirir con su ingreso. La ecuación general es:

$$P_x \cdot X + P_y \cdot Y = I$$

Donde:

- P_x y P_y son los precios de los bienes X e Y,
- X y Y son las cantidades de esos bienes, e
- I es el ingreso del consumidor.

Mankiw (2012) afirma que “la restricción presupuestaria representa el límite a las elecciones de consumo que pueden realizar los consumidores, en función de sus recursos” (p. 67).

2.2.7.5. Elección óptima del consumidor

El **equilibrio del consumidor** se alcanza en el punto donde una curva de indiferencia es tangente a la restricción presupuestaria. En este punto, el consumidor ha logrado la máxima utilidad posible dadas sus restricciones económicas.

Matemáticamente, la condición de equilibrio es:

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

Donde MU_x y MU_y son las utilidades marginales de los bienes X e Y. Krugman y Wells (2018) destacan que “el consumidor elige la combinación de bienes en la que el valor marginal por dólar gastado es igual para todos los bienes” (p. 171).

2.2.7.6. Efecto ingreso y efecto sustitución

Cuando el precio de un bien cambia, la cantidad demandada puede variar debido a dos efectos:

- **Efecto sustitución:** el consumidor sustituye el bien más caro por el más barato.
- **Efecto ingreso:** el cambio en el precio afecta el poder adquisitivo del ingreso real del consumidor.

Según Pindyck y Rubinfeld (2014), “la separación entre el efecto sustitución y el efecto ingreso es esencial para comprender cómo reaccionan los consumidores ante cambios de precios” (p. 89).

2.2.7.7. Curvas de demanda individual

La teoría del consumidor permite derivar la curva de demanda individual a partir de las preferencias y la restricción presupuestaria. Esta curva muestra cómo varía la cantidad demandada de un bien cuando cambia su precio, manteniéndose constantes los demás factores.

Mankiw (2012) sostiene que “la curva de demanda tiene pendiente negativa porque, al disminuir el precio de un bien, aumenta su utilidad por unidad monetaria, lo cual incentiva a consumir más” (p. 73).

2.2.7.8. Aplicaciones y Extensiones de la Teoría del Consumidor

La teoría ha sido aplicada en diversos contextos:

- Diseño de políticas públicas y subsidios.
- Segmentación de mercados en marketing.
- Análisis del bienestar y comportamiento del consumidor.

Además, la teoría ha sido ampliada por la economía del comportamiento, la cual introduce elementos como sesgos cognitivos, emociones y decisiones no racionales. Krugman y Wells (2018) señalan que “las decisiones de consumo no siempre responden a un proceso racional, por lo que la economía conductual resulta esencial para una visión más realista del consumidor” (p. 182).

2.2.7.9. Críticas a la Teoría del Consumidor

Entre las principales críticas se encuentran:

- Suposición de racionalidad perfecta.
- Estabilidad de preferencias a lo largo del tiempo.
- Ignora factores sociales, culturales y psicológicos.

Por ello, han surgido teorías complementarias que integran elementos de sociología, psicología y neurociencia, reconociendo que el comportamiento del consumidor es más complejo de lo que la teoría clásica plantea.

2.3. Marco conceptual:

- **Formalización:** La formalización empresarial se refiere al proceso mediante el cual un negocio implica llevar a cabo todas las acciones necesarias para que la empresa opere dentro

del marco legal y reglamentario establecido por la jurisdicción en la que se encuentra. Esto no solo incluye aspectos legales, sino también prácticas relacionadas con la contabilidad, la contratación laboral, y otros aspectos que garanticen el cumplimiento de las normativas vigentes y contribuyan a la transparencia y sostenibilidad del negocio. La formalización empresarial es esencial para asegurar la estabilidad, la protección legal y el acceso a beneficios y servicios que contribuyan al desarrollo y crecimiento sostenible de la empresa. (Chimoy, 2011)

- **Formalización jurídica:** La formalización jurídica se refiere al proceso mediante el cual una entidad, ya sea una empresa o una organización, cumple con los requisitos legales necesarios para establecerse y operar legalmente. Esto implica la creación de una entidad reconocida y registrada por las autoridades legales, cumpliendo con las leyes y regulaciones que rigen su existencia y funcionamiento. (Chimoy, 2011)
- **Formalización tributaria:** La formalización tributaria se centra en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de una entidad. Involucra la inscripción en el sistema tributario, la presentación de declaraciones, el pago de impuestos y la observancia de todas las normativas fiscales establecidas por las autoridades tributarias. La formalización tributaria es crucial para garantizar que una entidad contribuya adecuadamente al sistema fiscal y cumpla con las leyes tributarias vigentes. (Chimoy, 2011)
- **Formalización laboral:** La formalización laboral se refiere al proceso mediante el cual una entidad establece y mantiene relaciones laborales de acuerdo con las normativas legales y laborales vigentes. Esto implica la contratación de empleados de manera legal, el cumplimiento de las leyes laborales, la emisión de contratos de trabajo, el registro de empleados ante las autoridades correspondientes y la provisión de beneficios y derechos

laborales de acuerdo con la legislación. La formalización laboral busca garantizar condiciones justas y adecuadas para los trabajadores y el empleador. (Chimoy, 2011)

- **Cultura tributaria:** La cultura tributaria es un elemento fundamental en el ámbito fiscal que engloba las creencias, actitudes y prácticas de los ciudadanos y las empresas en relación con el pago de impuestos, según SUNAT, (2021) la cultura tributaria abarca los valores que los individuos de una sociedad comparten, así como las normas que acuerdan y los recursos materiales que generan a través del sistema tributario. Los valores en este contexto representan conceptos abstractos y compartidos en relación con la contribución fiscal, mientras que las normas se refieren a los principios claramente definidos o reglas que las personas deben respetar en el ámbito tributario.
- **Conciencia Tributaria:** Según Al-Mamun, A. et. al (2020), la conciencia tributaria implica la comprensión y la aceptación de las obligaciones fiscales, así como el reconocimiento de la relevancia de los impuestos en la provisión de servicios públicos y el bienestar social. Asimismo, Carrillo, (2022) e refiere al grado de conocimiento, comprensión y compromiso que tiene una persona o sociedad en relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y la importancia de contribuir al desarrollo del país a través del pago de impuestos.
- **Educación Tributaria:** Según Carrillo, (2022) la educación tributaria es un proceso de formación y concientización dirigido a la población en general, con el objetivo de promover una cultura tributaria que fomente el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales y el desarrollo económico y social del país, asimismo a educación tributaria busca que las personas comprendan la importancia de pagar impuestos y cómo estos recursos son utilizados para financiar servicios públicos y programas sociales. También busca fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión pública.

- **Creencias de la tributación:** Se refieren a las percepciones y actitudes que los individuos tienen sobre los impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales, según Carrillo, (2022) las creencias o percepciones de la población sobre la tributación pueden influir en su comportamiento tributario y en su disposición a cumplir con sus obligaciones fiscales. La educación tributaria busca abordar estas creencias y percepciones, y promover una cultura tributaria que fomente el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales.

CAPITULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1.Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

La cultura tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023, puesto que la conciencia, educación y creencias tributarias, fomenta la comprensión, valoración y legitimidad del sistema fiscal. Al fortalecer estas dimensiones, las Agencias de Viaje muestran mayor disposición a inscribirse legalmente, declarar tributos y formalizar su relación laboral con sus empleados, generando así una influencia significativa y directa en su formalización.

3.1.2. Hipótesis específicas.

- La conciencia tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023, puesto que, La internalización del valor social de los impuestos y la comprensión de la normativa promueven mayor cumplimiento voluntario, incentivando la inscripción en el RUC, la adecuada tenencia de libros contables y la declaración oportuna de tributos.

- La educación tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023, puesto que, La claridad sobre obligaciones, sanciones y justicia tributaria impulsa a las agencias a participar en programas formativos, rendir cuentas adecuadamente y asegurar el cumplimiento laboral, fortaleciendo su formalización.
- Las creencias tributarias se relacionan de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023, puesto que, La convicción de que los ingresos públicos se usan eficientemente, sumada a normas sociales que valoran la legalidad, motiva a las agencias a registrar formalmente su operación, mantener personal en planilla y adherir a estándares contables y tributarios establecidos.

3.2.Variable(s)

3.2.1. Variables

El variable de análisis en esta investigación es el siguiente:

Formalización = F (Cultura Tributaria)

Formalización = F (Conciencia Tributaria, Educación Tributaria, Creencias de la tributación)

Variable Dependiente:

- Formalización

Dimensiones:

- ✓ Formalización Jurídica
- ✓ Formalización Tributaria
- ✓ Formalización Laboral

Variable Independiente:

- Cultura Tributaria

Dimensiones:

- ✓ Conciencia Tributaria
- ✓ Educación Tributaria
- ✓ Creencias de la tributación

CAPITULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

4.1. Alcance de Investigación

Hernandez et al. (2014) define la investigación de alcance descriptivo como aquella que se enfoca en recopilar información relevante sobre la variable de interés, detallando las particularidades del grupo de investigación seleccionado y posteriormente evaluando y analizando los datos obtenidos.

Asimismo, Hernandez et al. (2014) menciona que, la investigación correlacional se emplea para establecer relaciones entre varias variables y medir su grado de asociación específico, superando así la mera descripción. Además, esta investigación se beneficia de una sólida base de datos que puede derivar de investigaciones descriptivas anteriores, lo que facilita su análisis

Con esta premisa como punto de partida, la presente investigación será desarrollada a través del alcance descriptivo correlacional, debido a que se pretende determinar la relación entre cultura tributaria y formalización empresarial.

4.2. Enfoque de la investigación

Según Hernandez et al. (2014) el enfoque cuantitativo se distingue por la utilización de un método de recolección de datos diseñado para confirmar las hipótesis planteadas y evaluar si los resultados respaldan el modelo de comportamiento propuesto. En este contexto, se basa en procesos deductivos para validar las hipótesis previamente formuladas a través de análisis estadísticos inferenciales. Además, el enfoque cuantitativo guarda una estrecha afinidad con

las ciencias naturales y sus diversas disciplinas, y a partir de los resultados obtenidos, es factible realizar generalizaciones que conducen a conclusiones respaldadas por evidencia.

En tal sentido, la presente investigación fue de enfoque cuantitativo, puesto que para la medición, desarrollo y estudio de las variables de investigación, serán estudiados a partir de tablas de frecuencia y coeficientes de correlación.

4.3. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación según Hernandez et al. (2014) cumple un papel fundamental al establecer estrategias para llevar a cabo un estudio. Su principal propósito radica en analizar las variables bajo escrutinio con el fin de identificar posibles relaciones entre ellas. Asimismo, se busca establecer una conexión entre las etapas conceptuales y el proceso de ejecución de la investigación. Por lo tanto, es de vital importancia que la investigación adopte un diseño no experimental, lo que implica un enfoque que permite el desarrollo de las variables sin intervenciones deliberadas. Como resultado, se procede a observar, recopilar y procesar la información en su estado natural. Además, el desarrollo de la investigación se lleva a cabo dentro de un marco temporal específico, empleando un enfoque transversal cuando el período de estudio o análisis se refiere a un momento o período de tiempo específico.

Tomando en consideración esta premisa, el estudio que se llevará a cabo seguirá una metodología de investigación no experimental, ya que no se pretende realizar cambios deliberados en las variables, que incluyen comportamiento, control percibido de la conducta, norma subjetiva, conciencia tributaria, educación tributaria y creencias sobre la tributación. En cambio, la intención es recopilar esta información en su contexto natural. Además, el

enfoque de la investigación será de tipo transversal, ya que el periodo de estudio se limitará al año 2023.

4.4.Población y muestra

4.4.1.Descripción de la población

De acuerdo a Carrasco, (2006) “la población se refiere a la totalidad de las entidades o unidades de análisis que forman parte del espacio geográfico en el cual se lleva a cabo la labor de investigación”.

De esta manera, la población de estudio para la presente investigación estará conformada por 2454 agencias de viaje que están ubicadas en la ciudad del cusco y sus 8 distritos.

Tabla 1. Descripción de la población

DISTRITOS	CANTIDAD DE AGENCIAS
CUSCO	1307
CCORCA	0
POROY	7
SAN JERONIMO	108
SAN SEBASTIAN	281
SANTIAGO	274
SAYLLA	3
WANCHAQ	474
TOTAL	2454

Nota: Ministerio de comercio exterior y turismo, (2023)

4.4.2.Selección de la Muestra

Según Carrasco, (2006) es un segmento representativo de la población, que se caracteriza por su objetividad y fidelidad para reflejar fielmente las características esenciales de la población en su conjunto, de forma que todo lo obtenido en la muestra puedan aplicarse a todos los elementos que componen dicha población.

Por otro lado, Creswell, J., & Creswell, J., (2017) menciona que el muestreo estratificado, es una metodología de muestreo empleada en estadísticas y encuestas con el propósito de obtener

una muestra que sea representativa de una población, incluso si dicha población se compone de subgrupos o estratos.

En este sentido la presente investigación utilizará un muestreo aleatorio estratificado, puesto que la población de estudio son las distintas agencias de viaje ubicadas en la provincia de Cusco, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Muestra de la población de estudio

Población Y Muestra De Estudio				
Distritos	N° De Agencias de Viaje	Porcentaje	N° Agencias De Viaje Muestra	Porcentaje
CUSCO	1307	0.53	177	53.26
CCORCA	0	0.00	0	0.00
POROY	7	0.00	1	0.29
SAN JERONIMO	108	0.04	15	4.40
SAN SEBASTIAN	281	0.11	38	11.45
SANTIAGO	274	0.11	37	11.17
SAYLLA	3	0.00	0	0.12
WANCHAQ	474	0.19	64	19.32
Total	2454	1.00	332	100.00

Nota: Elaboración propia a partir de los los datos obtenidos Ministerio de comercio exterior y turismo, (2023)

$$n_0 = \frac{Z^2 N.P.Q}{Z^2 P.Q. + (N-1)E^2}$$

En la que:

n= Muestra

N= Población

p= % éxito

q= % fracaso

E= Error

Z= Grado de confianza

A partir de ello, se tiene lo siguiente:

$$\frac{1.96^2 * 47544 * 0.5 * 0.5}{(1.96^2 * 0.5 * 0.5 + (47544 - 1)0.05^2)}$$

$$n = \frac{2356.822}{7.093}$$

$$n = 332.279 = 333$$

En este sentido, la muestra de la población de estudio, será de 333 agencias de viaje

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para Carrasco, (2006) la técnica se define como un grupo de normas y directrices que orientan las acciones que los investigadores llevan a cabo en cada fase del proceso de investigación científica. Las técnicas, que se consideran instrumentos procedimentales y estratégicos, requieren un conocimiento previo de su utilidad y aplicación. De esta forma, la elección y utilización de estas técnicas resultaran una tarea sencilla, asimismo según Carrasco, (2006) los instrumentos de investigación desempeñan funciones fundamentales en la adquisición de datos y se utilizan en función de la naturaleza y particularidades del problema, así como de la intención del objetivo de investigación. Algunos autores se refieren a ellos como dispositivos de observación, mientras que otros los llaman dispositivos de medición.

Por lo que, la para la presente investigación se utilizará **la técnica de la encuesta** ya que, Carrasco, (2006) menciona que la encuesta es ampliamente considerada como la técnica

principal en la investigación social debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad en la obtención de datos. Se ha empleado con éxito durante mucho tiempo gracias a los resultados que produce. En esencia, una encuesta se define como un método de investigación social que implica la recopilación de datos a través de preguntas formuladas a los sujetos de estudio, que son la unidad de análisis del estudio, del mismo modo, (Carrasco, 2006) afirma que **el cuestionario** es un instrumento de la encuesta, es ampliamente utilizado en la investigación social para recopilar datos de un gran número de personas sin necesidad de interacciones cara a cara. Consiste en presentar a los participantes un conjunto de preguntas estandarizadas relacionadas con las variables del problema de investigación y los objetivos específicos del estudio, por lo que el instrumento que se utilizará en la presente investigación será el cuestionario.

Validez y confiabilidad de instrumentos:

Validez y confiabilidad son dos aspectos cruciales en la evaluación de la calidad de un instrumento de medición en investigación. Según Carrasco, (2006) la validez se refiere a la capacidad del instrumento para medir de manera precisa y completa lo que se pretende evaluar, asegurando que abarque todos los aspectos relevantes del fenómeno estudiado, mientras que la confiabilidad se relaciona con la consistencia y estabilidad de las mediciones a lo largo del tiempo, garantizando que al repetir la medición en las mismas condiciones, se obtengan resultados similares. Ambos conceptos son esenciales para asegurar que los datos recopilados sean precisos, coherentes y confiables, lo que a su vez respalda la validez y la credibilidad de la investigación.

Tuapanta et al. (2017), menciona que para la validez de la información se realizará la prueba de Cronbach, ya que esta permite la medición del grado de confiabilidad que tienen los ítems de estudio, el cual deberá cumplir con la siguiente regla de decisión:

Indice	Nivel de Fiabilidad	Valor de Alfa de Cronbach
1	Excelente]0.9,1]
2	Muy Bueno]0.7,0.9]
3	Bueno]0.5,0.7]
4	Regular]0.3,0.5]
5	Deficiente]0,0.3]

Tabla 3. Valor de Alfa de Cronbach

Nota: Tuapanta et al. (2017): Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios

Plan de Análisis de datos: Para Creswell, J., & Creswell, J., (2017) el plan de análisis de datos es un enfoque detallado que describe los pasos específicos que se llevarán a cabo para responder a las preguntas de investigación o para probar las hipótesis formuladas. Incluye detalles sobre cómo se recopilarán, organizarán y analizarán los datos, y puede variar según el diseño de la investigación y la metodología empleada, por lo que a continuación se detalla el plan de análisis de datos:

- **Microsoft Excel:** Software que permite procesar y tabular la información recolectada y permite realizar cálculos, ordenarlos y filtrarlos de forma rápida y sencilla.
- **Microsoft Word:** Software utilizado para procesamiento de texto, permite organizar, escribir y presentar de forma correcta la investigación.
- **Statistical Package for the Social Sciences (SPSS):** Software estadístico que permite procesar los datos de la investigación y realizar fácilmente el análisis de estos.

Asimismo, se emplearán herramientas estadísticas como el chi cuadrado en el análisis de datos para evaluar hipótesis. Un nivel de significancia superior a 0.005 conducirá al rechazo de la hipótesis de investigación, mientras que un nivel de significancia por debajo de 0.005 llevará a la aceptación de la hipótesis de investigación. Además, para la presentación de resultados según los objetivos, se aplicará la regla de decisión de Spearman, cuyos criterios se determinarán a partir de la siguiente tabla:

Tabla 4. Cuadro de correlacion de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Hernandez et al. (2014) , cuadro de correlaciones de Spearman

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 5. Nivel de confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,989	41

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 5 se muestra un Alfa de Cronbach de 0,989 para un total de 41 elementos. Este valor de Alfa de Cronbach es excepcionalmente alto, lo que indica una consistencia interna sobresaliente del instrumento. Un valor superior a 0,90 generalmente sugiere que los ítems del cuestionario miden de manera coherente el constructo propuesto, lo que en este caso garantiza la fiabilidad de los datos recogidos sobre la cultura tributaria y la formalización de las agencias de viaje. El instrumento de medición validado por el coeficiente de Cronbach se desarrolló utilizando una escala de Likert, lo que permitió captar las percepciones y actitudes de los participantes respecto a las variables estudiadas. Las variables principales de la investigación son "Formalización" y "Cultura Tributaria", cada una desglosada en dimensiones específicas que facilitan un análisis detallado.

Interpretación del Resultado:

Alta consistencia interna: Un Alfa de Cronbach cercano a 1.0 significa que los ítems miden con gran homogeneidad el constructo propuesto. En otras palabras, las preguntas del cuestionario comparten un mismo enfoque subyacente, sin que existan ítems discordantes o que midan aspectos muy diferentes.

Fiabilidad del instrumento: Un coeficiente de 0.989 señala que, si se repitiera la aplicación del instrumento en condiciones similares, es altamente probable que se obtengan resultados similares. Esto es clave para la confiabilidad del estudio, ya que asegura que la medición es estable y coherente a lo largo del tiempo.

Adecuación del instrumento a la problemática de investigación: Dado que el instrumento está diseñado para medir la cultura tributaria y su relación en la formalización de las agencias de viaje, la alta consistencia interna respalda la pertinencia y claridad de los ítems. Es decir, las preguntas reflejan de manera sólida y coherente los componentes de la cultura tributaria (conocimientos, actitudes, percepciones y prácticas) y su relación con el nivel de formalización en el sector investigado.

5.1 Presentación de tablas

Tabla 6. Años de constitución de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 1 año	3	,9	,9	,9
	De 1 a 3 años	90	27,0	27,0	27,9
	De 4 a 6 años	149	44,7	44,7	72,7
	De 7 a 10 años	77	23,1	23,1	95,8
	De 10 años a más	14	4,2	4,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 6 se observa que el 44.7% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco tienen entre 4 a 6 años de constitución como empresa, el 27% de las agencias de viajes tienen entre 1 a 3 años de estar constituidas, el 23.1% tiene de 7 a 10 años de constitución, el 4.2% tiene más de 10 años de constitución y solo el 0.9% tiene menos de 1 año, en conclusión, la mayoría de las agencias

de viajes en la ciudad del Cusco tienen entre 4 y 6 años de constitución, representando el 44.7% del total.

Tabla 7. Grado de instrucción

Grado de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	4	1,2	1,2	1,2
	técnico superior	125	37,5	37,5	38,7
	Superior Universitario	204	61,3	61,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 7 se aprecia que el 1,2% corresponde a quienes alcanzaron el grado de instrucción secundaria, seguidos del 37,5% con formación técnica superior, y finalmente un 61,3% con nivel superior universitario. A partir de estos datos, se puede inferir que la mayoría de los involucrados en el ámbito analizado cuenta con un nivel educativo superior, lo cual sugiere que las acciones y decisiones relacionadas con la cultura tributaria y la consiguiente formalización del sector podrían verse influenciadas positivamente. De esta manera, la alta proporción de personas con estudios universitarios podría facilitar una mejor comprensión de las normas tributarias, impulsando así la adopción de prácticas formales y el cumplimiento fiscal en las agencias de viaje.

Tabla 8. Ingresos anuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menores a 10 UIT	60	18,0	18,0	18,0
	Entre 10 y 150 UIT	150	45,0	45,0	63,1
	Entre 150 y 1700 UIT	118	35,4	35,4	98,5
	Entre 1700 y 2300 UIT	5	1,5	1,5	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 8 se observa que el 45% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco tienen un ingreso anual de 10 a 150 UIT, mientras que el 35.4% tienen un ingreso anual de 150 a 1700 UIT, el 18% tiene un ingreso de menos de 10 UIT y solo el 1.5% de las agencias de viajes tienen un ingreso anual de 1700 a 2300 UIT, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco tienen un ingreso anual de 10 a 150 UIT, representando el 45% del total.

VARIABLE 01: Formalización

DIMENSIÓN 01: Formalización jurídica

Tabla 9. Inscripción Ruc

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	,6	,6	,6
	Malo	78	23,4	23,4	24,0
	Regular	77	23,1	23,1	47,1
	Bueno	56	16,8	16,8	64,0
	Muy bueno	120	36,0	36,0	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 9 se observa que el 36% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la inscripción al RUC es muy buena, por el contrario, el 23.4% considera que es

mala, el 23.1% considera que es regular, el 16.8% considera que es buena, finalmente solamente el 0.6% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la inscripción al RUC es muy buena, representando el 36% del total, lo que sugiere que las agencias de viajes consideran los beneficios y facilidades que brinda para la formalización y el acceso a ventajas fiscales.

Tabla 10. Registros Públicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	,6	,6	,6
	Malo	91	27,3	27,3	27,9
	Regular	68	20,4	20,4	48,3
	Bueno	76	22,8	22,8	71,2
	Muy bueno	96	28,8	28,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 10 se observa que el 28.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que los registros públicos son muy buenos, por el contrario, el 27.3% considera que son malos, el 22.8% considera que son buenos, el 20.4% considera que son regulares, finalmente solamente el 0.6% considera que son muy malos, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco consideran que los registros públicos son muy buenos, representando el 28.8% del total, lo que sugiere, que las agencias de viaje tienen una buena percepción de la eficiencia y transparencia que perciben en el proceso.

Tabla 11. Dimensión Formalización Jurídica (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Malo	73	21,9	21,9	21,9
	Regular	82	24,6	24,6	46,5
	Bueno	61	18,3	18,3	64,9
	Muy bueno	117	35,1	35,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 11 se observa que el 35.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la formalización jurídica es muy buena, mientras que, el 24.6% considera que es regular, el 21.9% considera que es mala, y el 18.3% considera que es bueno, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco consideran que la formalización jurídica es muy buena, representando el 35.1% del total, lo que sugiere que valoran positivamente los beneficios y la claridad que ofrece este proceso para la operación legal y estructurada de sus negocios.

DIMENSIÓN 02: Formalización tributaria

Tabla 12. Libros contables (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	1,5	1,5	1,5
	Malo	84	25,2	25,2	26,7
	Regular	69	20,7	20,7	47,4
	Bueno	84	25,2	25,2	72,7
	Muy bueno	91	27,3	27,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 12 se observa que el 27.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que los libros contables son muy buenos, asimismo, el 25.2% considera que son buenos, mientras que otro 25.2% considera que son malos, el 20.7% considera que son regulares y solo el

1.5% considera que son muy malos, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que los libros contables son muy buenos, representando el 27.3% del total, lo que sugiere que encuentran que estos libros son eficaces y cumplen bien con sus necesidades de registro y control financiero.

Tabla 13. Declaración de tributos (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	,9	,9	,9
	Malo	94	28,2	28,2	29,1
	Regular	59	17,7	17,7	46,8
	Bueno	81	24,3	24,3	71,2
	Muy bueno	96	28,8	28,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 13 se observa que el 28.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la declaración de tributos es muy buena, por el contrario, el 28.2% considera que es mala, mientras que, el 24.3% considera que es buena, el 17.7% considera que es regular y solo el 0.9% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la declaración de tributos es muy buena, representando el 28.8% del total, lo que sugiere que valoran positivamente la eficacia y transparencia del proceso.

Tabla 14. Participación en programas (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	1,2	1,2	1,2

Malo	94	28,2	28,2	29,4
Regular	56	16,8	16,8	46,2
Bueno	55	16,5	16,5	62,8
Muy bueno	124	37,2	37,2	100,0
Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 14 se observa que el 37.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la participación en programas es muy buena, mientras que, el 28.2% considera que es mala, el 16.8% considera que es regular, el 16.5% considera que es buena y solo el 1.2% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la participación en programas es muy buena, representando el 37.2% del total, lo que sugiere que valoran positivamente los beneficios y el impacto de estos programas en su operación y desarrollo.

Tabla 15. Rendición Cuentas en Auditorías Internas (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	15	4,5	4,5	4,5
	Malo	77	23,1	23,1	27,6
	Regular	64	19,2	19,2	46,8
	Bueno	60	18,0	18,0	64,9
	Muy bueno	117	35,1	35,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 15 se observa que el 35.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la rendición cuentas en auditorías internas es muy buena, mientras que, el 23.1% considera que es mala, el 19.2% considera que es regular, el 18% considera que es buena y solo el 4.5% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad

del Cusco considera que la rendición cuentas en auditorías internas es muy buena, representando el 35.1% del total, lo que indica que una porción significativa de las agencias valora positivamente la transparencia, precisión y eficacia de estos procesos de auditoría, considerándolos fundamentales para la correcta gestión y control interno.

Tabla 16. Dimensión Formalización tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	70	21,0	21,0	21,0
	Regular	84	25,2	25,2	46,2
	Bueno	35	10,5	10,5	56,8
	Muy bueno	144	43,2	43,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 16 se observa que el 43.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la formalización tributaria es muy buena, mientras que, el 25.2% considera que es regular, el 21% considera que es mala, finalmente el 10.5% considera que es buena, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la formalización tributaria es muy buena, representando el 43.2% del total, lo que sugiere que muchas agencias valoran positivamente la claridad, eficiencia y beneficios que ofrece este proceso en términos de cumplimiento y gestión tributaria.

DIMENSIÓN 03: Formalización laboral.

Tabla 17. Personal en Planilla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	12	3,6	3,6	3,6

Malo	77	23,1	23,1	26,7
Regular	67	20,1	20,1	46,8
Bueno	67	20,1	20,1	67,0
Muy bueno	110	33,0	33,0	100,0
Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 17 se observa que el 33% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que contar con personal en planilla es muy bueno, mientras que, el 23.1% considera que es malo, el 20.1% considera que es regular, otro 20.1% considera que es bueno, finalmente solo el 3.6% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que contar con personal en planilla es muy bueno, representando el 33% del total, lo que sugiere que muchas agencias valoran positivamente la estabilidad y los beneficios asociados con tener empleados en planilla.

Tabla 18. Derechos Laborales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	13	3,9	3,9	3,9
	Malo	78	23,4	23,4	27,3
	Regular	63	18,9	18,9	46,2
	Bueno	68	20,4	20,4	66,7
	Muy bueno	111	33,3	33,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 18 se observa que el 33.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que los derechos laborales son muy buenos, mientras que, el 23.4% considera que son malos, el 20.4% considera que son buenos, el 18.9% considera que son regulares, finalmente solo el 3.9% considera que son muy malos, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la

ciudad del Cusco considera que los derechos laborales son muy buenos, representando el 33.3% del total, lo que indica que muchas agencias valoran positivamente las condiciones y garantías que estos derechos brindan, como la seguridad y la protección legal para los empleados.

Tabla 19. Dimensión Formalización laboral (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	1,5	1,5	1,5
	Malo	82	24,6	24,6	26,1
	Regular	65	19,5	19,5	45,6
	Bueno	59	17,7	17,7	63,4
	Muy bueno	122	36,6	36,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 19 se observa que el 36.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la formalización laboral es muy buena, mientras que, el 24.6% considera que es mala, el 19.5% considera que es regular, el 17.7% considera que es buena, finalmente solo el 1.5% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la formalización laboral es muy buena, representando el 36.6% del total, lo que sugiere que muchas agencias valoran positivamente la estabilidad y la claridad que brinda tener personal en planilla, así como las garantías y protecciones que los derechos laborales ofrecen a sus empleados. La formalización laboral es vista como una herramienta clave para la profesionalización y el cumplimiento normativo, lo que contribuye a una gestión más eficiente y a una mejor relación laboral.

Tabla 20. Variable Formalización (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	58	17,4	17,4	17,4
	Regular	96	28,8	28,8	46,2
	Bueno	27	8,1	8,1	54,4
	Muy bueno	152	45,6	45,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 20 se observa que el 45.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la formalización es muy buena, mientras que, el 28.8% considera que es regular, el 17.4% considera que es mala, y el 8.1% considera que es buena, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la formalización es muy buena, representando el 45.6% del total, lo que indica que muchas agencias valoran positivamente los beneficios de la formalización, incluyendo la inscripción en el RUC y registros públicos que facilitan la legitimidad y el reconocimiento legal, así como el manejo eficiente de libros contables, la declaración de tributos y la participación en programas que mejoran la transparencia y el control financiero. Además, la rendición de cuentas en auditorías internas es vista como un mecanismo eficaz para asegurar la correcta gestión y cumplimiento normativo. En términos de formalización laboral, contar con personal en planilla y garantizar derechos laborales también contribuyen a la percepción positiva, promoviendo la estabilidad y seguridad tanto para los empleados como para la empresa.

VARIABLE 02: Cultura tributaria

DIMENSIÓN 04: Conciencia tributaria

Tabla 21. Conocimiento de Tributación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	15	4,5	4,5	4,5
	Malo	78	23,4	23,4	27,9
	Regular	66	19,8	19,8	47,7
	Bueno	68	20,4	20,4	68,2
	Muy bueno	106	31,8	31,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 21 se observa que el 31.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su conocimiento de tributación es muy bueno, mientras que, el 23.4% considera que es malo, el 20.4% considera que es bueno, el 19.8% considera que es regular, y el 4.5% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su conocimiento de tributación es muy bueno, representando el 31.8% del total, lo que sugiere que una parte significativa de las agencias tiene una comprensión sólida de las normativas y procesos tributarios.

Tabla 22. Cumplimiento Tributario Voluntario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	25	7,5	7,5	7,5
	Malo	72	21,6	21,6	29,1
	Regular	60	18,0	18,0	47,1
	Bueno	68	20,4	20,4	67,6
	Muy bueno	108	32,4	32,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 22 se observa que el 32.4% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento tributario voluntario es muy bueno, mientras que, el 21.6%

considera que es malo, el 20.4% considera que es bueno, el 18% considera que es regular, y el 7.5% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento tributario voluntario es muy bueno, representando el 32.4% del total, lo que sugiere que una parte significativa de las agencias reconoce y valora la importancia de cumplir con sus obligaciones fiscales de manera proactiva y sin coerción. Este alto porcentaje indica que estas agencias probablemente perciben beneficios tangibles, como la reducción de sanciones y una mejor reputación frente a las autoridades fiscales, lo que facilita sus operaciones comerciales y fortalece su imagen ante clientes y socios.

Tabla 23. Valoración de tributos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	12	3,6	3,6	3,6
	Malo	82	24,6	24,6	28,2
	Regular	63	18,9	18,9	47,1
	Bueno	54	16,2	16,2	63,4
	Muy bueno	122	36,6	36,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 23 se observa que el 36.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su valoración de tributos es muy buena, por el contrario, el 24.6% considera que es mala, el 18.9% considera que es regular, el 16.2% considera que es buena, y solo el 3.6% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su valoración de tributos es muy buena, representando el 36.6% del total, lo que sugiere que una parte significativa de estas agencias reconoce y aprecia los beneficios que los tributos pueden aportar a la sociedad y al sector turístico en términos de infraestructura, servicios

públicos y promoción turística. Este alto porcentaje indica que muchas agencias ven el pago de tributos no solo como una obligación legal, sino como una contribución positiva al desarrollo regional y la mejora de las condiciones operativas para sus negocios.

Tabla 24. Dimensión Conciencia tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	83	24,9	24,9	24,9
	Regular	71	21,3	21,3	46,2
	Bueno	41	12,3	12,3	58,6
	Muy bueno	138	41,4	41,4	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 24 se observa que el 41.4% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su conciencia tributaria es muy buena, por el contrario, el 24.9% considera que es mala, el 21.3% considera que es regular, y el 12.3% considera que es buena, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su conciencia tributaria es muy buena, representando el 41.4% del total, lo que indica que una gran parte de las agencias tiene un conocimiento sólido de las normativas y procesos tributarios, lo que les permite cumplir voluntariamente con sus obligaciones fiscales y valorar positivamente los tributos. La buena conciencia tributaria puede ser resultado de una efectiva educación y capacitación en temas tributarios, así como de la percepción de que el cumplimiento fiscal contribuye al desarrollo y sostenibilidad del sector turístico y la comunidad en general.

DIMENSIÓN 05: Educación tributaria

Tabla 25. Conocimiento de Normatividad Tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	1,2	1,2	1,2
	Malo	95	28,5	28,5	29,7
	Regular	56	16,8	16,8	46,5
	Bueno	62	18,6	18,6	65,2
	Muy bueno	116	34,8	34,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 25 se observa que el 34.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el conocimiento de normativa tributaria es muy bueno, por el contrario, el 28.5% considera que es malo, el 18.6% considera que es bueno, el 16.8% considera que es regular y solo el 1.2% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el conocimiento de normativa tributaria es muy bueno, representando el 41.4% del total, lo que sugiere que muchas agencias tienen una comprensión sólida de las leyes y regulaciones fiscales, lo cual les permite gestionar adecuadamente sus obligaciones tributarias y evitar problemas legales. Esta percepción positiva puede ser resultado de esfuerzos educativos, programas de capacitación y asesoramiento proporcionados por entidades gubernamentales o privadas, que ayudan a las agencias a mantenerse actualizadas y cumplir con sus responsabilidades fiscales.

Tabla 26. Conocimiento de Sanciones Tributarias (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	8	2,4	2,4	2,4
	Malo	86	25,8	25,8	28,2
	Regular	58	17,4	17,4	45,6
	Bueno	65	19,5	19,5	65,2
	Muy bueno	116	34,8	34,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 26 se observa que el 34.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que las sanciones tributarias son muy buenas, por el contrario, el 25.8% considera que son malas, el 19.5% considera que son buenos, el 17.4% considera que son regulares y solo el 2.4% considera que son muy malos, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que las sanciones tributarias son muy buenas, representando el 34.8% del total, lo que sugiere que una parte significativa de estas agencias percibe las sanciones como justas, efectivas y necesarias para mantener la integridad del sistema fiscal. Esta valoración positiva puede estar influenciada por la creencia de que las sanciones disuaden el incumplimiento y promueven una competencia justa al asegurar que todas las empresas cumplan con sus obligaciones tributarias

Tabla 27. Dimensión Educación tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	88	26,4	26,4	26,4
	Regular	64	19,2	19,2	45,6
	Bueno	47	14,1	14,1	59,8
	Muy bueno	134	40,2	40,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 27 se observa que el 40.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la educación tributaria es muy buena, por el contrario, el 26.4% considera que es mala, el 19.2% considera que es regular, y el 14.1% considera que es bueno, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la educación tributaria es muy buena, representando el 40.2% del total, indica que una gran parte de las agencias valora positivamente los esfuerzos y recursos destinados a la educación tributaria, lo que sugiere que estas agencias sienten que reciben una formación adecuada en aspectos clave como el conocimiento de la normativa tributaria, el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y la comprensión de las sanciones tributarias. Esta percepción positiva puede reflejar la efectividad de programas de capacitación, talleres y asesoramiento proporcionado por autoridades fiscales o entidades especializadas, lo que contribuye a una mejor gestión tributaria y una mayor conformidad con las regulaciones fiscales.

DIMENSIÓN 06: Creencias de la tributación

Tabla 28. Percepción de la Justicia Tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	5	1,5	1,5	1,5
	Malo	89	26,7	26,7	28,2
	Regular	62	18,6	18,6	46,8
	Bueno	49	14,7	14,7	61,6
	Muy bueno	128	38,4	38,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 28 se observa que el 38.4% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco tiene una percepción muy buena de la justicia tributaria. Por el contrario, el 26.7% la evalúa como mala, el 18.6% la califica como regular, el 14.7% la percibe como buena y solo el 1.5% la ve como muy mala. En conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco tiene una percepción muy buena de la justicia tributaria, representando el 38.4% del total, indicando que una proporción significativa de estas agencias percibe el sistema tributario como equitativo y justo en su aplicación. Esta percepción positiva puede estar asociada a la creencia de que el sistema es transparente y que las políticas fiscales se aplican de manera consistente, contribuyendo al desarrollo y sostenibilidad del sector turístico de manera equilibrada.

Tabla 29. Confianza en el Uso de los Ingresos Fiscales (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	9	2,7	2,7	2,7
	Malo	77	23,1	23,1	25,8
	Regular	73	21,9	21,9	47,7
	Bueno	36	10,8	10,8	58,6
	Muy bueno	138	41,4	41,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 29 se observa que el 41.4% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la confianza en el uso de los ingresos fiscales es muy buena, por el contrario, el 23.1% considera que es mala, el 21.9% considera que es regular, el 10.8% considera que es buena y solo el 2.7% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la confianza en el uso de los ingresos fiscales es muy buena, representando el 41.4% del total, lo que sugiere que una parte significativa de las agencias cree que el gobierno o las autoridades fiscales están utilizando los ingresos fiscales de manera eficiente y transparente, lo que puede aumentar su disposición a cumplir con sus obligaciones tributarias. Esta percepción positiva puede estar relacionada por la observación de inversiones públicas efectivas, mejoras en infraestructura, o programas que beneficien directamente al sector turístico.

Tabla 30. Normas Sociales y Culturales (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	60	18,0	18,0	18,0
	Malo	61	18,3	18,3	36,3
	Regular	55	16,5	16,5	52,9
	Bueno	66	19,8	19,8	72,7
	Muy bueno	91	27,3	27,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 30 se observa que el 27.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que las normas sociales y culturales son muy buenas, en este mismo sentido, el 19.8% considera que son buenas, mientras que, el 18.3% considera que son malas, el 18% considera que son muy malas y el 16.5% considera que son regulares, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que las normas sociales y culturales son muy buenas, representando el 27.3% del total, indicando que una porción significativa de las agencias valora positivamente la influencia y aplicación de estas normas en su entorno. Esta percepción positiva puede estar relacionada con la forma en que las normas sociales y culturales facilitan un entorno de trabajo armonioso, contribuyen al respeto y entendimiento mutuo, y apoyan las prácticas comerciales locales que benefician al sector turístico.

Tabla 31. Creencias de la tributación (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	82	24,6	24,6	24,6
	Regular	73	21,9	21,9	46,5
	Bueno	32	9,6	9,6	56,2
	Muy bueno	146	43,8	43,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 31 se observa que el 43.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco poseen creencias muy buenas sobre la tributación. En contraste, el 24.6% tiene creencias sobre la tributación malas, el 21.9% considera que son regulares, y el 9.6% considera que son buenas. En conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco poseen creencias muy buenas sobre la tributación, representando el 43.8% del total, indicando una alta valoración del sistema tributario. Esta percepción positiva puede estar influenciada por varios factores, como una evaluación favorable de la justicia tributaria, donde las agencias sienten que los impuestos se aplican de manera equitativa y justa, y una confianza significativa en el uso de los ingresos fiscales, percibiendo que estos se utilizan de manera eficiente y para el bien común. Además, las normas sociales y culturales que rodean la tributación podrían estar alineadas con las expectativas y valores de las agencias, contribuyendo a esta percepción positiva.

Tabla 32. Variable Cultura tributaria (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	73	21,9	21,9	21,9
	Regular	80	24,0	24,0	45,9
	Bueno	12	3,6	3,6	49,5
	Muy bueno	168	50,5	50,5	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 32 se observa que el 50.5% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la cultura tributaria es muy buena, el 24% que considera que es regular, el 21.9% considera que es regular, y el 3.6% considera que es buena. En conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la cultura tributaria es muy buena, representando el 50.5% del total, indicando una alta valoración de los aspectos relacionados con la tributación en su entorno. Esta percepción positiva puede estar respaldada por una sólida conciencia tributaria, donde las agencias reconocen un buen conocimiento de la tributación, un cumplimiento tributario voluntario eficaz y una valoración positiva de los tributos. Además, la educación tributaria en las agencias parece ser robusta, con un buen conocimiento de la normatividad tributaria, cumplimiento de las obligaciones fiscales y comprensión de las sanciones tributarias. La percepción de la justicia tributaria también puede jugar un papel importante, sugiriendo que las agencias ven el sistema como equitativo y justo, mientras que la confianza en el uso de los ingresos fiscales y las normas sociales y culturales contribuyen a una valoración positiva del sistema tributario.

Tabla 33. Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad							
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión	Formalización	,187	333	,000	,876	333	,000
Jurídica							
Dimensión	Formalización	,221	333	,000	,844	333	,000
tributaria							
Dimensión	Formalización	,231	333	,000	,867	333	,000
laboral							
Variable Formalización		,234	333	,000	,814	333	,000
Dimensión	Conciencia	,224	333	,000	,866	333	,000
tributaria							
Dimensión	Educación	,199	333	,000	,856	333	,000
tributaria							
Dimensión	Creencias de la	,186	333	,000	,867	333	,000
tributación							
Variable Cultura tributaria		,247	333	,000	,818	333	,000

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 33 se observa que el grado de libertad es 333, un valor significativamente superior a 50, lo que permite utilizar la prueba de Kolmogorov-Smirnov para evaluar la distribución de los datos. Además, para las variables Formalización y Cultura Tributaria, que abarcan las dimensiones de Formalización Jurídica, Formalización Tributaria, Formalización Laboral, Conciencia Tributaria, Educación Tributaria y Creencias de la Tributación, el p-valor es menor a 0.05, indicando que los datos no se distribuyen normalmente. Por lo tanto, se aplicará la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para medir la correlación entre las variables y dimensiones, ya que esta prueba es adecuada para evaluar relaciones en datos que no siguen una distribución normal.

5.2 Resultado por objetivos

Tabla 34. Correlación de la variable cultura tributaria y formalización

Correlaciones				
		Variable		
		Cultura tributaria	Variable Formalización	
Rho de Spearman	Variable Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,836**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	Variable Formalización	Coeficiente de correlación	,836**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 34 el coeficiente de correlación de Spearman entre la cultura tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco es de 0.836, lo que indica una relación fuerte, positiva y directa. Esto significa que un alto nivel de cultura tributaria, que incluye una buena conciencia sobre la tributación, educación tributaria y creencias sólidas sobre los tributos, está estrechamente asociado con una mayor formalización empresarial, que abarca aspectos como la formalización jurídica, tributaria y laboral. La significancia de 0.000, que es menor a 0.05, confirma que esta correlación es estadísticamente significativa, evidenciando que una cultura tributaria robusta contribuye significativamente a una mayor formalización de las prácticas empresariales en las agencias de viajes en Cusco.

Tabla 35. Correlación de conciencia tributaria y formalización

Correlaciones

		Dimensión	
		Conciencia tributaria	Variable Formalización
Rho de Spearman	Dimensión tributaria	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,800**
		N	333
Variable Formalización		Coefficiente de correlación	,800**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	333

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 35 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman entre la conciencia tributaria y la formalización de las agencias de viajes en Cusco es de 0.800, indicando una relación fuerte, positiva y directa entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que mejora la conciencia tributaria, que se mide por el conocimiento de la normativa tributaria, el cumplimiento tributario voluntario y la valoración de los tributos, también aumenta el nivel de formalización empresarial. En particular, una alta conciencia tributaria se relaciona con una mejor formalización jurídica, como la inscripción en el RUC y el manejo adecuado de registros públicos, así como con una mayor formalización tributaria, reflejada en la correcta gestión de libros contables, declaraciones de tributos, y participación en programas. Además, el grado de significancia es de 0.000, que es menor a 0.05, confirman que esta relación es estadísticamente significativa. Esto resalta que un aumento en la conciencia tributaria tiende a promover una mayor formalización en las prácticas empresariales, lo que incluye una mejor gestión en la formalización laboral, como tener personal en planilla y asegurar derechos laborales.

Tabla 36. Correlación de educación tributaria y formalización

Correlaciones

		Dimensión		
		Educación	Variable	
		tributaria	Formalización	
Rho de Spearman	Dimensión tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	Variable Formalización	Coeficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 36 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman entre la educación tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 0.828, lo que indica una fuerte relación positiva y directa. Este valor sugiere que un aumento en el nivel de educación tributaria, medido por el conocimiento de la normativa tributaria, el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el conocimiento de las sanciones tributarias, está asociado con un mayor grado de formalización empresarial. En particular, las agencias con una sólida educación tributaria tienden a mejorar en la formalización jurídica, reflejada en la correcta inscripción en el RUC y el manejo adecuado de registros públicos. Además, estas agencias también muestran una mayor formalización tributaria, evidenciada por una adecuada gestión de libros contables, precisas declaraciones de tributos, y activa participación en programas y rendición de cuentas en auditorías internas. La alta correlación de 0.828 y el grado de significancia de 0.000, que es significativamente menor a 0.05, subrayan que esta relación es estadísticamente significativa. Este análisis sugiere que una mejor educación tributaria fomenta una mayor formalización en todas sus dimensiones, incluyendo la formalización laboral, lo cual se manifiesta en la correcta inclusión de personal en planilla y el respeto a los derechos laborales.

Tabla 37. Correlación de creencias de la tributación y formalización

Correlaciones

		Dimensión		
		Creencias de la tributación	Variable Formalización	
Rho de Spearman	Dimensión Creencias de la tributación	Coeficiente de correlación	1,000	,810**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	Variable Formalización	Coeficiente de correlación	,810**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 37 se muestra que el coeficiente de correlación de Spearman entre las creencias de la tributación y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 0.810, indicando una fuerte relación positiva y directa. Esto sugiere que las creencias favorables sobre la tributación, incluyendo la percepción de la justicia tributaria, la confianza en el uso de los ingresos fiscales, y la valoración de las normas sociales y culturales, están estrechamente asociadas con un mayor grado de formalización empresarial. Las agencias que mantienen una alta percepción de justicia en el sistema tributario y confían en la correcta utilización de los ingresos fiscales tienden a demostrar un mayor cumplimiento en la formalización jurídica, como la adecuada inscripción en el RUC y el registro correcto en los registros públicos. Además, una fuerte creencia en las normas sociales y culturales contribuye a una mejor formalización tributaria, evidenciada por una gestión efectiva de los libros contables, una correcta declaración de tributos, y una activa participación en programas y rendición de cuentas en auditorías internas. Este efecto positivo también se extiende a la formalización laboral, reflejada en la correcta inclusión de personal en planilla y el respeto a los derechos laborales. El coeficiente de 0.810 y un grado de significancia de 0.000, significativamente menor a 0.05, confirman que la relación observada es estadísticamente

significativa, destacando que las creencias positivas en tributación están asociadas con una mejor formalización en todas sus dimensiones.

5.3 Contraste de hipótesis

Tabla 38. Contraste de hipótesis de la cultura tributaria y formalización

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38181,919 ^a	32480	,000
Razón de verosimilitud	2956,049	32480	1,000
Asociación lineal por lineal	312,870	1	,000
N de casos válidos	333		

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 38 se aprecia que el coeficiente del Chi cuadrado entre la cultura tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco es de 38181,919a con un grado de significancia de 0.000 siendo este menor al 0.05 lo que significa que existe un grado de significancia fuerte y existe asociatividad entre ambas variables de estudio, lo que permite aceptar la hipótesis de la investigación planteada y rechazar la hipótesis nula.

Tabla 39. Contraste de hipótesis de la consciencia tributaria y formalización

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3722,793 ^a	3080	,000
Razón de verosimilitud	1397,568	3080	1,000
Asociación lineal por lineal	298,218	1	,000
N de casos válidos	333		

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 39 se aprecia que el coeficiente del Chi cuadrado entre la conciencia tributaria y la formalización de las agencias de viajes en Cusco es de 3722,793a con un grado de significancia de 0.000 siendo este menor al 0.05 lo que significa que existe un grado de significancia fuerte y existe asociatividad entre ambas variables de estudio, lo que permite aceptar la hipótesis de la investigación planteada y rechazar la hipótesis nula.

Tabla 40. Contraste de hipótesis de la educación tributaria y formalización

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5366,103 ^a	3920	,000
Razón de verosimilitud	1540,850	3920	1,000
Asociación lineal por lineal	303,740	1	,000
N de casos válidos	333		

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 40 se aprecia que el coeficiente del Chi cuadrado entre la educación tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 5366,103a con un grado de significancia de 0.000 siendo este menor al 0.05 lo que significa que existe un grado de significancia fuerte y existe asociatividad entre ambas variables de estudio, lo que permite aceptar la hipótesis de la investigación planteada y rechazar la hipótesis nula.

Tabla 41. Contraste de hipótesis de las creencias de la tributación y formalización

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11525,253 ^a	9940	,000
Razón de verosimilitud	2056,531	9940	1,000
Asociación lineal por lineal	294,875	1	,000
N de casos válidos	333		

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 41 se aprecia que el coeficiente del Chi cuadrado entre las creencias de la tributación y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 5366,103a con un grado de significancia de 0.000 siendo este menor al 0.05 lo que significa que existe un grado de significancia fuerte y existe asociatividad entre ambas variables de estudio, lo que permite aceptar la hipótesis de la investigación planteada y rechazar la hipótesis nula

Discusión de resultados

A partir de los resultados arribados en la presente investigación cuyo propósito fue Determinar como la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, donde se determinó que la cultura tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco presentan una relación fuerte, positiva y directa con un coeficiente de Spearman de 0.836. Esto significa que un alto nivel de cultura tributaria, que incluye una buena conciencia sobre la tributación, educación tributaria y creencias sólidas sobre los tributos, está estrechamente asociado con una mayor formalización empresarial, que abarca aspectos como la formalización jurídica, tributaria y laboral. La significancia de 0.000, que es menor a 0.05, confirma que esta correlación es estadísticamente significativa, evidenciando que una cultura tributaria robusta contribuye significativamente a una mayor formalización de las prácticas empresariales en las agencias de viajes en Cusco.

En este sentido, de acuerdo con Santos (2018) “Cultura tributaria y la formalización de las Mypes Comercializadoras Textiles de Gamarra en el periodo 2018”, el cual tuvo como propósito describir de qué manera la cultura tributaria se relaciona con la formalización de las Mypes, el cual se aplicó a una población de 50 trabajadores que operan en las diferentes empresas textiles de Gamarra, se concluye que La relación entre la cultura tributaria y la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) es evidente. Se aconseja a las Mypes dedicadas a la comercialización de productos textiles en el distrito de Gamarra que fortalezcan su conciencia tributaria y adquieran un mayor conocimiento sobre sus responsabilidades fiscales. Esto, a su vez, se traducirá en un proceso de formalización más efectivo y contribuirá al crecimiento sostenible de sus negocios.

En ambos estudios, se observa una clara convergencia: la cultura tributaria es un factor determinante para el proceso de formalización empresarial, sin importar el sector económico o el contexto geográfico. Tanto en las agencias de viaje de Cusco como en las Mypes textiles de Gamarra, la promoción de una mayor conciencia tributaria y la educación en torno a las responsabilidades fiscales son esenciales para lograr un nivel más alto de formalización. Este proceso de formalización no solo mejora el cumplimiento de las normativas, sino que también favorece la sostenibilidad y el crecimiento económico de los negocios, reforzando la importancia de la cultura tributaria como un pilar fundamental en el desarrollo empresarial formalizado.

Para Cumpa (2020) en su investigación “formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña”, el cual tuvo como propósito principal el determinar la relación entre cultura tributaria y formalización de los comerciantes del centro poblado de Sipán, el cual a partir de un cuestionario concluyó lo siguiente que la variable cultura tributaria y formalización guardan una relación directa entre ambas variables, por lo tanto, si existe

poca cultura tributaria habrá poca formalización en el centro poblado de Sipán, asimismo la relación entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes en el centro poblado de Sipán es clara y directa. Un incremento en el nivel de cultura tributaria se traduce directamente en un aumento en el grado de formalización de las empresas comerciales. Por lo tanto, se concluye que la intervención tanto del Estado como de otras instituciones privadas es esencial para elevar el nivel de cultura en el centro poblado de Sipán. Esta intervención facilitará que los comerciantes adquieran una mayor conciencia sobre sus obligaciones tributarias y, como resultado, formalicen sus negocios

Ambas investigaciones muestran un patrón consistente: la cultura tributaria es un factor clave en la formalización de los negocios, sin importar el sector o la región. Tanto en las agencias de viaje de Cusco como en los comerciantes del centro poblado de Sipán, una mayor conciencia y educación tributaria contribuyen de manera directa a que las empresas adopten prácticas formales, cumpliendo con las normativas jurídicas, tributarias y laborales. Además, en ambos estudios se concluye que la intervención estatal y la colaboración de otras instituciones son esenciales para fortalecer la cultura tributaria, promoviendo de este modo la formalización empresarial. Estos hallazgos destacan la importancia de la cultura tributaria no solo como un requisito para el cumplimiento legal, sino también como un motor para el desarrollo económico y la sostenibilidad de los negocios en diferentes contextos.

Con respecto al objetivo específico 1 el cual fue determinar de qué manera la conciencia tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, donde se determinó que la relación entre conciencia tributaria y la formalización de las agencias de viajes en Cusco es de 0.800, indicando una relación fuerte, positiva y directa entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que mejora la conciencia tributaria, que se mide por el conocimiento de la

normativa tributaria, el cumplimiento tributario voluntario y la valoración de los tributos, también aumenta el nivel de formalización empresarial. En particular, una alta conciencia tributaria se relaciona con una mejor formalización jurídica, como la inscripción en el RUC y el manejo adecuado de registros públicos, así como con una mayor formalización tributaria, reflejada en la correcta gestión de libros contables, declaraciones de tributos, y participación en programas. Además, el grado de significancia es de 0.000, que es menor a 0.05, confirman que esta relación es estadísticamente significativa. Esto resalta que un aumento en la conciencia tributaria tiende a promover una mayor formalización en las prácticas empresariales, lo que incluye una mejor gestión en la formalización laboral, como tener personal en planilla y asegurar derechos laborales.

Para Cumpa (2020) en su investigación “formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña”, el cual tuvo como propósito principal el determinar la relación entre cultura tributaria y formalización de los comerciantes del centro poblado de Sipán, donde concluyó que la variable cultura tributaria y formalización guardan una relación directa entre ambas variables, por lo tanto, si existe poca cultura tributaria habrá poca formalización en el centro poblado de Sipán, asimismo la relación entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes en el centro poblado de Sipán es clara y directa. Un incremento en el nivel de cultura tributaria se traduce directamente en un aumento en el grado de formalización de las empresas comerciales. Por lo tanto, se concluye que la intervención tanto del Estado como de otras instituciones privadas es esencial para elevar el nivel de cultura en el centro poblado de Sipán. Esta intervención facilitará que los comerciantes adquieran una mayor conciencia sobre sus obligaciones tributarias y, como resultado, formalicen sus negocios

Al comparar ambas investigaciones, se puede observar un patrón consistente: tanto la conciencia como la cultura tributaria son factores determinantes para la formalización empresarial. En Cusco,

una mayor conciencia tributaria impulsa la formalización en agencias de viaje, mientras que en Sipán, una mejor cultura tributaria se asocia con el aumento en la formalización de los comerciantes. En ambos casos, se subraya la importancia de la educación fiscal y de intervenciones gubernamentales o privadas para fomentar una cultura tributaria robusta, que a su vez genera negocios más formales, estructurados y sostenibles. Esta triangulación muestra que, independientemente del contexto geográfico o del tipo de negocio, una mayor comprensión y cumplimiento de las normativas tributarias son claves para mejorar los niveles de formalización empresarial.

Con respecto al objetivo específico 2 el cual fue determinar de qué manera la educación tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, donde se determinó que la relación entre la educación tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 0.828, lo que indica una fuerte relación positiva y directa. Este valor sugiere que un aumento en el nivel de educación tributaria, medido por el conocimiento de la normativa tributaria, el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el conocimiento de las sanciones tributarias, está asociado con un mayor grado de formalización empresarial. En particular, las agencias con una sólida educación tributaria tienden a mejorar en la formalización jurídica, reflejada en la correcta inscripción en el RUC y el manejo adecuado de registros públicos. Además, estas agencias también muestran una mayor formalización tributaria, evidenciada por una adecuada gestión de libros contables, precisas declaraciones de tributos, y activa participación en programas y rendición de cuentas en auditorías internas. La alta correlación de 0.828 y el grado de significancia de 0.000, que es significativamente menor a 0.05, subrayan que esta relación es estadísticamente significativa. Este análisis sugiere que una mejor educación tributaria fomenta

una mayor formalización en todas sus dimensiones, incluyendo la formalización laboral, lo cual se manifiesta en la correcta inclusión de personal en planilla y el respeto a los derechos laborales.

En este sentido, Choquehuanca (2021) en su tesis titulada “La cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial Molino I – distrito de Santiago – Cusco, primer semestre 2021” de la Universidad Andina del Cusco, cuyo objetivo fue describir la cultura tributaria de los comerciantes del Centro Comercial Molino I, Distrito de Santiago - Cusco, Primer Semestre 2021, donde concluyó que la cultura tributaria de los comerciantes está influenciada por factores como la falta de información y la complejidad del sistema tributario y que es necesario mejorar la educación tributaria, ya que la educación tributaria es un factor muy importante en la formalización, asimismo, simplificar el sistema tributario para fomentar una cultura tributaria más sólida entre los comerciantes”

Al triangular ambas investigaciones, se observa que tanto en el sector de agencias de viajes como en el comercio del Centro Comercial Molino I, la educación tributaria juega un papel esencial en la formalización empresarial. En Cusco, una mayor educación tributaria no solo está vinculada con el cumplimiento de normativas y obligaciones fiscales, sino que también promueve una formalización integral en los negocios, mejorando la formalización jurídica, tributaria y laboral. En ambos estudios se resalta la importancia de simplificar el sistema tributario para que tanto comerciantes como empresarios puedan adquirir un mayor conocimiento fiscal y aplicar dicho conocimiento de manera efectiva. Esto sugiere que la educación tributaria no solo es un pilar para mejorar la formalización empresarial, sino también un mecanismo clave para fomentar una cultura tributaria sólida que beneficie el desarrollo económico sostenible.

Con respecto al objetivo específico 3 el cual fue determinar de qué manera las creencias tributarias se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023, donde se

determinó que la relación entre las creencias de la tributación y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco es de 0.810, indicando una fuerte relación positiva y directa. Esto sugiere que las creencias favorables sobre la tributación, incluyendo la percepción de la justicia tributaria, la confianza en el uso de los ingresos fiscales, y la valoración de las normas sociales y culturales, están estrechamente asociadas con un mayor grado de formalización empresarial. Las agencias que mantienen una alta percepción de justicia en el sistema tributario y confían en la correcta utilización de los ingresos fiscales tienden a demostrar un mayor cumplimiento en la formalización jurídica, como la adecuada inscripción en el RUC y el registro correcto en los registros públicos. Además, una fuerte creencia en las normas sociales y culturales contribuye a una mejor formalización tributaria, evidenciada por una gestión efectiva de los libros contables, una correcta declaración de tributos, y una activa participación en programas y rendición de cuentas en auditorías internas. Este efecto positivo también se extiende a la formalización laboral, reflejada en la correcta inclusión de personal en planilla y el respeto a los derechos laborales. El coeficiente de 0.810 y un grado de significancia de 0.000, significativamente menor a 0.05, confirman que la relación observada es estadísticamente significativa, destacando que las creencias positivas en tributación están asociadas con una mejor formalización en todas sus dimensiones

Tecsi, (2023) en la tesis “Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco – 2022, cuyo objetivo fue establecer cómo se relaciona la cultura tributaria con las obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco en el año 2022, donde se concluyó que el 76,7% de las empresas tienen una buena cultura tributaria, mientras que el 13,3% tienen una cultura tributaria regular y el 10% tienen una cultura tributaria mala. En cuanto al cumplimiento de obligaciones tributarias, se encontró que el 60% de las empresas cumplen con sus obligaciones tributarias de manera regular,

mientras que el 26,7% cumplen de manera buena y el 13,3% cumplen de manera mala, lo cual se explica por la percepción que tienen como creencias tributarias, el cual se relaciona a la formalización de las empresa, por lo que se concluyó que, existe una relación positiva entre la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transporte turístico en Cusco

Ambas investigaciones convergen en la idea de que la percepción que tienen las empresas sobre la tributación, influida por la justicia fiscal y la confianza en el sistema, es un factor clave en su proceso de formalización. Tanto en el caso de las agencias de viajes como en el de las empresas de transporte turístico, una mejor cultura tributaria promueve una formalización más eficiente y un mayor cumplimiento de las normativas fiscales. Además, estas investigaciones resaltan que, para promover la formalización empresarial, es fundamental fortalecer la confianza en el sistema tributario y las instituciones que gestionan los ingresos fiscales, ya que las creencias positivas en este ámbito están asociadas con mejores prácticas empresariales y mayor formalización en los aspectos jurídicos, tributarios y laborales.

CONCLUSIONES

A partir de resultados obtenidos, se arribaron a las siguientes conclusiones:

1. La cultura tributaria y la formalización empresarial en las agencias de viajes de Cusco presentan un coeficiente de Spearman de 0.836, con un nivel de significancia de 0.000, evidenciando una relación fuerte, positiva y directa. Este hallazgo muestra que una cultura tributaria sólida — basada en la conciencia, educación y creencias sobre los tributos— favorece la formalización jurídica, tributaria y laboral de las empresas, contribuyendo significativamente al fortalecimiento de sus prácticas empresariales.
2. La conciencia tributaria y la formalización de las agencias de viajes en Cusco muestran una relación fuerte y positiva (coeficiente de Spearman de 0.800, $p=0.000$). Este hallazgo indica que el conocimiento de la normativa fiscal, el cumplimiento voluntario y la valoración de los tributos impulsan la formalización empresarial en sus ámbitos jurídico, tributario y laboral. Se refleja, por ejemplo, en la correcta inscripción en el RUC, la gestión adecuada de registros y declaraciones fiscales, y la inclusión del personal en planilla, evidenciando el impacto significativo de la conciencia tributaria en la formalización empresarial.
3. La educación tributaria y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco muestran una fuerte relación positiva (coeficiente de Spearman de 0.828, $p=0.000$). A medida que aumenta el nivel de educación tributaria—reflejado en el conocimiento normativo, el cumplimiento de obligaciones y la comprensión de sanciones—se fortalece la formalización en sus dimensiones jurídica, tributaria y laboral. Así, las agencias con mayor educación tributaria evidencian mejoras en la correcta inscripción en el RUC, la gestión adecuada de registros, la presentación precisa de declaraciones fiscales y la inclusión del personal en planilla, confirmando el impacto significativo de la educación tributaria en la formalización empresarial.

4. Las creencias favorables sobre la tributación y la formalización empresarial de las agencias de viajes en Cusco muestran una fuerte relación positiva (coeficiente de Spearman de 0.810, $p=0.000$). Cuando se percibe justicia en el sistema fiscal, se confía en el uso adecuado de los ingresos y se valora el cumplimiento de normas sociales, se potencia la formalización jurídica (inscripción correcta en el RUC y buena gestión de registros), la formalización tributaria (administración eficiente de libros contables y declaraciones) y la formalización laboral (inclusión adecuada del personal en planilla y respeto de derechos). Este hallazgo confirma el impacto significativo de las creencias positivas sobre la tributación en la formalización integral de los negocios.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades locales y entidades fiscales impulsar programas de capacitación que fortalezcan la cultura tributaria en el sector de agencias de viajes. Estas capacitaciones deben abarcar desde la correcta inscripción en el RUC y la gestión de registros contables hasta la importancia de la formalización jurídica y laboral. Ofrecer incentivos a las agencias que alcancen altos niveles de formalización ayudará a consolidar un crecimiento sostenible y competitivo en el turismo cusqueño.
2. Se aconseja desarrollar campañas de concientización tributaria específicas para las agencias de viajes en Cusco, difundiendo información clara sobre las normativas vigentes, el cumplimiento voluntario de las obligaciones y los beneficios de una valoración adecuada de los tributos. Además, se sugiere brindar talleres prácticos sobre la inscripción en el RUC, el manejo de registros públicos y la gestión de libros contables y declaraciones fiscales, fomentando la formalización jurídica, tributaria y laboral.
3. Se propone que las autoridades fiscales y las asociaciones del sector turístico ofrezcan programas continuos de educación tributaria, dirigidos a incrementar el conocimiento de la normativa, el cumplimiento de obligaciones y la comprensión de sanciones. Incluir prácticas sobre la inscripción en el RUC, la gestión de registros públicos y la presentación de declaraciones fiscales contribuirá a mejorar la formalización en todos sus ámbitos, reforzando la estabilidad y el crecimiento de las agencias.
4. Se recomienda fortalecer la percepción de justicia tributaria y la confianza en el uso adecuado de los ingresos fiscales mediante campañas de comunicación que muestren cómo se destinan los impuestos al beneficio social y al desarrollo local. Al promover creencias positivas sobre la tributación y resaltar la importancia del cumplimiento de normas sociales, se impulsa la

formalización de las agencias (desde la gestión contable y fiscal hasta la inclusión del personal en planilla), generando un entorno empresarial más estructurado, responsable y sostenible.

Bibliografía

- (OCDE), O. d. (2007). *Manual de OSLO, Directrices para la recogida e interpretación de información Relativa a innovación*. España: Elecé Industrias Grafica s.l.
- Agencia de Promoción y la Inversión Privada. (2020). *MYPEquena empresa crece. MYPEquena empresa crece.*, p. 32.
- Aguinaga, R. & Galvez, L. (2018). *La Cultura Tributaria y su Impacto en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las PYME's del Sector Restaurantes en San Isidro y Miraflores en el Periodo 2018*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Al-Mamun, A. et. al . (2020). *Measuring perceptions of Muslim consumers toward income tax rebate over zakat on income in Malaysia* . Obtenido de Journal of Islamic Marketing, Vol. 1: <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2016-0104>
- Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Perú: Accounting power business.
- BID. (2020). Panorama de la educación tributaria en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 11-25.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Carrillo, J. (2022). Reflexiones sobre la conciencia tributaria en la sociedad peruana. *Gerencia de cultura tributaria y aduanera* .
- Castillo Cabeza, S. N., & Castillo García, P. G. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Ciencias de la educación*, 149-162.
- Chávez, M. Q. (2016). Plan de negocios. *Un enfoque contable y financiero.*, 243.
- Chimoy, M. (2011). *Formalización de una Mype*. Peru.

- Choquehuanca, D. (2021). LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL CENTRO COMERCIAL MOLINO I – DISTRITO DE SANTIAGO – CUSCO, PRIMER SEMESTRE 2021. *Universidad Andina del Cusco*.
- Creswell, J., & Creswell, J. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Cruz, J. (2015). *Auditoría de las áreas de la empresa*. España: Elearning S.L.
- Cumpa LLontop, A. S. (2020). Formalización y cultura tributaria para los comerciantes del centro poblado de Sipán, Zaña. *Universidad César Vallejo*.
- De la Parra, E. y. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. Mexico: ISBN.
- Dunham, S., et. al. (2020). *The Psychology of Following Instructions and Its Implications*. American Journal of Pharmaceutical Education.
- Farias, K. & Panta, M. (2018). INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA: CAMPUS PIURA, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. *Universidad de Piura*.
- Fayol, H. (1987). *Administración Industrial y General*. Argentina : Grafica Yanina.
- GEM. (2021). Informe ejecutivo global. *Global Entrepreneurship Monitor*.
- GEM. (2022). Informe ejecutivo Perú. *Global Entrepreneurship Monitor*, 49-125.
- Gonzales Diaz, J. E. (2014). *Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial* . Colombia : AGLALA ISSN 2215-7360 2014.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO). *INEI*.

- Jiménez, R. et. al. (2021). *Emprendimientos y emprendedores en un contexto peruano*. Perú: Revista Científica, Cultura, Comunicación y Desarrollo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing 8va. edición* . Mexico: Pearson Educación .
- Levy, S. (2018). *Esfuerzos mal recompensados: La elusiva búsqueda de la prosperidad en México*. México: BID.
- Martínez, A. (2016). Bases de economía para la función directiva del ingeniero químico. *Bases de economía para la función directiva del ingeniero químico*.
- Martinez, R. et. al. (2018). *Economía y Finanzas Públicas*.
- Matamoros, A. & Pantaleón, R. (2018). Intención Emprendedora: Una Perspectiva desde el Género. *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*.
- Ministerio de Educación del Perú. (2023). *Estadísticas de educación superior*. Lima, Perú: Ministerio de Educación.
- Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo. (2007). Guía de Constitución y Formalización de Empresas. *Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo*.
- OECD. (2021). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo, segunda edición* . Paris, [https://www.google.com.pe/books/edition/Fomentando la cultura tributaria el cump/I7JVEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=cultura+tributaria+en+peru&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Fomentando_la_cultura_tributaria_el_cump/I7JVEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=cultura+tributaria+en+peru&printsec=frontcover): OECD Publishing.
- OIT. (2017). *La Formalización de las Empresas* . Ginebra: ILO Organización Internacional de Trabajo.

- Ortiz Raad, C. G. (2021). Cultura tributaria y formalización en el sector comercial . *Universidad Estatal Península de Santa Elena*.
- Ortiz, C. (2020). CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN ELOY ALFARO DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS. *Pontifica Universidad Católica del Ecuador*.
- Osorio, F. & Londoño, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media : extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Universidad del Valle*.
- Pereira Pérez, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Educare*.
- Plascencia, J. (2021). *Análisis y comentarios a la ley federal de los derechos del contribuyente*. Mexico: Themis, S.A. DE C.V.
- Rivera Hernández, J. L., & Silvera Ochoa, I. T. (2018). Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro . *Universidad Estatal de Milagro* .
- Roh, T., Seok, JH y Kim, Y. . (2022). Revelando formas de lograr compras orgánicas: valor percibido verde, conocimiento percibido, actitud, norma subjetiva y confianza. *Revista de comercio minorista y servicios al consumidor*.
- Santos Robles, L. E. (2018). Cultura tributaria y la formalización de las mypes comercializadoras textiles de Gamarra 2018. . *Universidad César Vallejo*.
- Shubert, A. (04 de octubre de 2013). *Los emprendedores informales tienden a estancarse si no formalizan sus negocios*. Obtenido de Los emprendedores informales tienden a estancarse

- si no formalizan sus negocios.: <https://gestion.pe/economia/empresas/emprendedores-informales-tienden-estancarse-formalizan-negocios-49670-noticia/>
- SUNAT. (2019). Cultura tributaria y Aduanera. *Cultura tributaria y Aduanera*.
- SUNAT. (2021). *Libro de Cultura Tributaria y Aduanera*. Perú: <https://cultura.sunat.gob.pe/>.
- SUNAT. (2021). conciencia tributaria en Perú. *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*.
- Tarragó Sabate, J. (1986). *Fundamentos de economía de la empresa*. España: Barcelona: F. Tarragó, D.L. 1986.
- Tecsi, O. (2023). Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en empresas de transportes de servicios turísticos en Cusco - 2022. *Universidad Continental*.
- Tuapanta Dacto, J. V., Duque Vaca, M. A., & Mena Reinoso, A. P. (2017). Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de tic en docentes universitarios . *Descubre*, 37-48.
- Vásquez, J. (2017). FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE UNIVERSITARIOS ADULTOS CON EXPERIENCIA LABORAL. *Universidad San Ignacio de Loyola*.
- Vélez, M. F., Sánchez, J. C., & Uribe, D. F. (2020). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica*, 451-469.
- Vergara, C. (10 de marzo de 2023). *Bandura y la teoría del aprendizaje social*. Obtenido de Actualidad en Psicología: <https://www.actualidadenpsicologia.com/bandura-teoria-aprendizaje-social/>
- Vivek, R. et al. (2019). Exploration of Entrepreneurial Intentions of Management Students Using Shapero's Model. *Scientific Research*.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	MÉTODO E INSTRUMENTOS
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	Alcance:
¿De qué manera la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?	Determinar como la cultura tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.	la cultura tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023.	Formalización Empresarial Dimensiones Formalización jurídica <ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en RUC. • Registros Públicos. Formalización tributaria <ul style="list-style-type: none"> • Libros contables • Declaración de tributos • Participación en programas • Rendición de Cuentas en Auditorías Internas. Formalización laboral <ul style="list-style-type: none"> • Personal en Planilla. • Derechos Laborales. 	Descriptivo y Correlacional Diseño: No experimental y de corte transversal
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Dependiente	Enfoque:
¿Cómo la conciencia tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?	Conocer como la conciencia tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.	la conciencia tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023.	Cultura tributaria Dimensiones Conciencia Tributaria <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de Tributación • Cumplimiento Tributario Voluntario • Valoración de los tributos Educación Tributaria <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de Normatividad Tributaria • Cumplimiento de Obligación tributaria • Conocimiento de Sanciones Tributarias Creencias de la tributación <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de la Justicia Tributaria • Confianza en el Uso de los Ingresos Fiscales • Normas Sociales y Culturales 	Cuantitativo Muestra: 333 agencias de viaje
¿De qué forma la educación tributaria se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?	Identificar de qué forma la educación tributaria se relaciona en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.	la educación tributaria se relaciona de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023.		Técnica: Encuesta y Entrevista
¿En qué sentido las creencias tributarias se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023?	Determinar en qué sentido las creencias tributarias se relacionan en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco, 2023.	Las creencias tributarias se relacionan de manera significativa y directa en la formalización de las Agencias de Viaje en la Ciudad del Cusco para el año 2023.		Instrumento: Cuestionario y guía de entrevista

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Dimensiones	Indicadores
Formalización	Formalización Jurídica	Inscripción al RUC.
		Registros Públicos.
	Formalización Tributaria	Libros contables
		Declaración de tributos
		Participación en programas
		Rendición de Cuentas en Auditorías Internas
	Formalización Laboral	Personal en Planilla.
		Derechos Laborales.
	Cultura tributaria	Conciencia Tributaria
Cumplimiento Tributario Voluntario		
Valoración de los tributos		
Educación Tributaria		Conocimiento de Normatividad Tributaria
		Cumplimiento de Obligación tributaria
		Conocimiento de Sanciones Tributarias
Creencias de la tributación		Percepción de la Justicia Tributaria
		Confianza en el Uso de los Ingresos Fiscales
		Normas Sociales y Culturales



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

CUESTIONARIO

Estimado encuestados, el presente cuestionario tiene como objetivo recopilar información necesaria para el estudio: **“Cultura tributaria y su relación con la formalización laboral en las agencias de viaje de la ciudad del Cusco, 2023”**

Instrucción: Marque con una equis (X) en función a su percepción por cada ítem, cabe señalar que no existe respuesta correcta o incorrecta.

Por favor marcar las siguientes preguntas de acuerdo a la siguiente escala valorativa:

1	2	3	4	5
Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

DATOS GENERALES

Años de constitución de la empresa:

1. Menos de 1 año
2. De 1 a 3 años
3. De 4 a 6 años
4. De 7 a 10 años
5. De 10 años a más

Ingresos anuales:

1. Menores a 10 UIT
2. Entre 10 y 150 UIT
3. Entre 150 y 1700 UIT
4. Entre 1700 y 2300 UIT
5. Más de 2300 UIT

Nivel Educativo

1. Sin estudios
2. Primaria completa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

3. Secundaria Completa
4. técnico Superior
5. Superior Universitario

Variable 1: Formalización					
Dimensión 1: Formalización Jurídica					
Inscripción al RUC.					
	¿Cómo considera usted la claridad para la inscripción al RUC?				
	¿Cómo considera usted el tiempo en el proceso de inscripción al RUC?				
	¿Cómo considera usted la asistencia recibida durante la inscripción al RUC?				
Detalle su respuesta:					
Registros Públicos.					
	¿Cómo considera usted el proceso de inscripción en los registros públicos?				
	¿Cómo considera usted la claridad de los requisitos para la inscripción en los registros públicos?				
	¿Cómo considera usted la eficiencia del sistema de registros públicos?				
Detalle su respuesta:					
Dimensión 2: Formalización tributaria					
Libros contables					
	¿Cómo considera usted la gestión de los libros contables en su empresa?				
	¿Cómo considera usted la facilidad de acceso a los libros contables?				
	¿Cómo considera usted la eficiencia de los libros contables?				



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

Detalle su respuesta:					
Declaración de tributos					
0	¿Cómo considera usted la puntualidad en la declaración de tributos de su empresa?				
1	¿Cómo considera usted la claridad en la normativa para la declaración de tributos?				
2	¿Cómo considera usted la transparencia en la declaración de tributos?				
Detalle su respuesta:					
Participación en programas					
3	¿Cómo considera usted la participación de su empresa en programas de formalización tributaria?				
4	¿Cómo considera usted la asistencia recibida en la participación en programas de formalización tributaria?				
5	¿Cómo considera usted los beneficios derivados de la participación en programas de formalización tributaria?				
Detalle su respuesta:					
Rendición de Cuentas en Auditorías Internas					
6	¿Cómo considera usted la rendición de cuentas en auditorías internas de su empresa?				
7	¿Cómo considera usted la frecuencia de las auditorías internas en su empresa?				
Detalle su respuesta:					
Dimensión 3: Formalización laboral					
Personal en Planilla.					



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

8	¿Cómo considera usted la inscripción del personal en planilla?				
9	¿Cómo considera usted la transparencia de los registros del personal en planilla?				
Detalle su respuesta:					
Derechos Laborales.					
0	¿Cómo considera usted el cumplimiento de las normativas laborales en su empresa?				
1	¿Cómo considera usted el cumplimiento de los derechos laborales en su empresa?				
Detalle su respuesta:					
Variable 2: Cultura tributaria					
Dimensión 4: Conciencia tributaria					
Conocimiento de Tributación					
2	¿Cómo considera usted su conocimiento y/o experiencias previas sobre tributación?				
3	¿Cómo considera usted la educación tributaria que ha recibido en su formación?				
Detalle su respuesta:					
Cumplimiento Tributario Voluntario					
4	¿Cómo considera usted el cumplimiento tributario voluntario en las empresas del país?				
5	¿Cómo considera usted la efectividad de las campañas de cumplimiento tributario voluntario?				
Detalle su respuesta:					



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

Valoración de los tributos					
6	¿Cómo valora usted la importancia de los tributos?				
7	¿Cómo valora usted la contribución de los tributos?				
Detalle su respuesta:					
Dimensión 5: Educación tributaria					
Conocimiento de Normatividad Tributaria					
8	¿Cómo considera usted su conocimiento sobre normatividad tributaria?				
9	¿Cómo considera usted la disponibilidad de información sobre normatividad tributaria?				
0	¿Cómo considera usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias de su empresa?				
1	¿Cómo considera usted la claridad de la normatividad tributaria de las obligaciones tributarias?				
Detalle su respuesta:					
Conocimiento de Sanciones Tributarias					
2	¿Cómo considera usted su conocimiento sobre las sanciones tributarias?				
3	¿Cómo considera usted la difusión de información sobre sanciones tributarias?				
Detalle su respuesta:					
Dimensión 6: Creencias de la tributación					
Percepción de la Justicia Tributaria					
4	¿Cómo percibe usted la influencia de las creencias personales sobre la obligación tributaria?				



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

5	¿Cómo considera usted la confianza sobre la justicia tributaria en el país?				
6	¿Cómo considera usted la equidad en la justicia tributaria?				
Detalle su respuesta:					
Confianza en el Uso de los Ingresos Fiscales					
7	¿Cómo valora usted la transparencia del gobierno en la asignación y uso de los ingresos fiscales recaudados?				
8	¿Cómo considera usted la efectividad del gobierno en el uso de los ingresos fiscales para mejorar la infraestructura y servicios públicos que benefician a su empresa?				
Detalle su respuesta:					
Normas Sociales y Culturales					
9	¿Cómo considera usted la influencia de las normas sociales y culturales en el cumplimiento tributario?				
Detalle su respuesta:					

Gracias



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO**



FACULTAD DE ECONOMÍA

TRABAJO DE CAMPO

VARIABLE 1

DIMENSION 1

Tabla 42. ¿Cómo considera usted la claridad para la inscripción al RUC?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	32	9,6	9,6	9,6
	Malo	89	26,7	26,7	36,3
	Regular	58	17,4	17,4	53,8
	Bueno	84	25,2	25,2	79,0
	Muy bueno	70	21,0	21,0	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

En la tabla 9 se observa que el 26.7% de las agencias de viajes consideran que la claridad para la inscripción al RUC es mala, mientras que el 25.2% considera que es bueno, así como el 21% considera que es muy buena, el 17.4% considera que es regular y solo el 9.6% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes consideran que la claridad para la inscripción al RUC es mala, representando el 26.7% del total.

Tabla 43. ¿Cómo considera usted el tiempo en el proceso de inscripción al RUC?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	13	3,9	3,9	3,9
	Malo	94	28,2	28,2	32,1
	Regular	58	17,4	17,4	49,5
	Bueno	117	35,1	35,1	84,7
	Muy bueno	51	15,3	15,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 10 se observa que el 35.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el tiempo para el proceso de inscripción al RUC es bueno, mientras que el 28.2%



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

considera que es malo, en conclusión, la mayoría de las personas considera que el tiempo para el proceso de inscripción al RUC es bueno, representando el 35.1% del total.

Tabla 44. ¿Cómo considera usted la asistencia recibida durante la inscripción al RUC?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	43	12,9	12,9	12,9
	Malo	57	17,1	17,1	30,0
	Regular	79	23,7	23,7	53,8
	Bueno	72	21,6	21,6	75,4
	Muy bueno	82	24,6	24,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 11 se observa que el 24.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco consideran que la asistencia recibida durante la inscripción al RUC es muy buena, mientras que el 23.7% considera que es regular, el 21.6% considera que es buena, contrario al 17.1% que considera que es mala, y solo el 12.9% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco consideran que la asistencia recibida durante la inscripción al RUC es muy buena, representando el 24.6% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted el proceso de inscripción en los registros públicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	44	13,2	13,2	13,2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Malo	87	26,1	26,1	39,3
Regular	55	16,5	16,5	55,9
Bueno	110	33,0	33,0	88,9
Muy bueno	37	11,1	11,1	100,0
Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 13 se observa que el 33% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el proceso de inscripción en registros públicos es bueno, mientras que el 26.1% considera que es malo, el 16.5% considera que es regular, el 13.2% considera que es muy malo, finalmente el 11.1% considera que es muy bueno, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el proceso de inscripción en registros públicos es bueno, representando el 33% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la claridad de los requisitos para la inscripción en los registros públicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	36	10,8	10,8	10,8
	Malo	65	19,5	19,5	30,3
	Regular	91	27,3	27,3	57,7
	Bueno	68	20,4	20,4	78,1
	Muy bueno	73	21,9	21,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

En la tabla 14 se observa que el 27.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la claridad de los requisitos para la inscripción en los registros públicos es regular, mientras que el 21.9% considera que es muy bueno, el 20.4% considera que es bueno, por el contrario, el 19.5% considera que es malo y solo el 10.8% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la claridad de los requisitos para la inscripción en los registros públicos es regular, representando el 27.3% del total.

Tabla 3. ¿Cómo considera usted la eficiencia del sistema de registros públicos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	36	10,8	10,8	10,8
	Malo	74	22,2	22,2	33,0
	Regular	64	19,2	19,2	52,3
	Bueno	83	24,9	24,9	77,2
	Muy bueno	76	22,8	22,8	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 15 se observa que el 24.9% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la eficiencia del sistema de registros públicos es buena, mientras que el 22.2% considera que mala, en conclusión, sistema de registros públicos es buena.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

DIMENSION 2

Tabla 4. ¿Cómo considera usted la gestión de los libros contables en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	35	10,5	10,5	10,5
	Malo	94	28,2	28,2	38,7
	Regular	69	20,7	20,7	59,5
	Bueno	81	24,3	24,3	83,8
	Muy bueno	54	16,2	16,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 18 se observa que el 28.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la gestión de libros contables en su empresa es mala, mientras que el 24.3% considera que es buena, asimismo, el 20.7% considera que es regular, el 16.2% considera que es muy buena y solo el 10.5% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la gestión de libros contables en su empresa es mala, representando el 28.2% del total.

Tabla 5. ¿Cómo considera usted la facilidad de acceso a los libros contables?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	32	9,6	9,6	9,6
	Malo	74	22,2	22,2	31,8
	Regular	77	23,1	23,1	55,0



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Bueno	75	22,5	22,5	77,5
Muy bueno	75	22,5	22,5	100,0
Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 19 se observa que el 23.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la facilidad de acceso a los libros contables es regular, mientras que el 22.5% considera es buena, por el contrario, el 22.2% considera que es mala, el 22.5% considera que es muy buena y solo el 9.6% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la facilidad de acceso a los libros contables es regular, representando el 23.1% del total.

Tabla 6. ¿Cómo considera usted la eficiencia de los libros contables?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	45	13,5	13,5	13,5
	Malo	65	19,5	19,5	33,0
	Regular	56	16,8	16,8	49,8
	Bueno	86	25,8	25,8	75,7
	Muy bueno	81	24,3	24,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 20 se observa que el 25.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la eficiencia de los libros contables es buena, el 24.3% considera que es muy buena, por el contrario, el 19.5% considera que es mala, el 16.8% considera que es regular, finalmente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

solo el 13.5% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la eficiencia de los libros contables es buena, representando el 25.8% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted la puntualidad en la declaración de tributos de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	25	7,5	7,5	7,5
	Malo	107	32,1	32,1	39,6
	Regular	55	16,5	16,5	56,2
	Bueno	101	30,3	30,3	86,5
	Muy bueno	45	13,5	13,5	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 22 se observa que el 32.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la puntualidad en la declaración de tributos de su empresa es mala, mientras que el 30.3% considera que es buena, asimismo, el 16.5% considera que es regular, el 13.5% considera



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

que es muy buena y solo el 7.5% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la puntualidad en la declaración de tributos de su empresa es mala, representando el 32.1% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la claridad en la normativa para la declaración de tributos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	26	7,8	7,8	7,8
	Malo	83	24,9	24,9	32,7
	Regular	76	22,8	22,8	55,6
	Bueno	69	20,7	20,7	76,3
	Muy bueno	79	23,7	23,7	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 23 se observa que el 24.9% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la claridad en la normativa para la declaración de tributos es mala, mientras que el 23.7% considera que es muy buena, asimismo, el 22.8% considera que es regular, el 20.7% considera que es buena y solo el 7.8% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la claridad en la normativa para la declaración de tributos es mala, representando el 24.9% del total.

Tabla 3. ¿Cómo considera usted la transparencia en la declaración de tributos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	42	12,6	12,6	12,6
	Malo	75	22,5	22,5	35,1
	Regular	60	18,0	18,0	53,2
	Bueno	84	25,2	25,2	78,4
	Muy bueno	72	21,6	21,6	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 24 se observa que el 25.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la transparencia en la declaración de tributos es buena, mientras que el 22.5% considera que es mala, asimismo, por el contrario, el 21.6% considera que es muy buena, el 18% considera que es regular y solo el 12.6% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la transparencia en la declaración de tributos es mala, representando el 25.2% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted la participación de su empresa en programas de formalización tributaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	35	10,5	10,5	10,5
	Malo	91	27,3	27,3	37,8
	Regular	45	13,5	13,5	51,4
	Bueno	106	31,8	31,8	83,2
	Muy bueno	56	16,8	16,8	100,0
	Total		333	100,0	100,0

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 26 se observa que el 31.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la participación de su empresa en programas de formalización tributaria es buena, mientras que el 27.3% considera que es mala, el 16.8% considera que es muy buena, el 13.5%



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

considera que es regular, y solo el 10.5% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la participación de su empresa en programas de formalización tributaria es buena, representando el 31.8% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la asistencia recibida en la participación en programas de formalización tributaria?

		Frecuen cia	Porcent aje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	41	12,3	12,3	12,3
	Malo	77	23,1	23,1	35,4
	Regular	45	13,5	13,5	48,9
	Bueno	65	19,5	19,5	68,5
	Muy bueno	105	31,5	31,5	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 27 se observa que el 31.5% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la asistencia recibida en la participación en programas de formalización tributaria es muy buena, mientras que el 23.1% considera que es mala, el 19.5% considera que es buena, el 13.5% considera que es regular, y solo el 12.3% considera que es muy mala, en conclusión la



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la asistencia recibida en la participación en programas de formalización tributaria es muy buena, representando el 31.5% del total.

Tabla 3. ¿Cómo considera usted los beneficios derivados de la participación en programas de formalización tributaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	35	10,5	10,5	10,5
	Malo	88	26,4	26,4	36,9
	Regular	41	12,3	12,3	49,2
	Bueno	110	33,0	33,0	82,3
	Muy bueno	59	17,7	17,7	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 28 se observa que el 33% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que los beneficios derivados de la participación en programas de formalización tributaria son buenos, por el contrario, el 26.4% considera que son malos, el 17.7% considera que son muy buenos, el 12.3% considera que son regulares, y solo el 10.5% considera que son muy malos, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que los beneficios



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

derivados de la participación en programas de formalización tributaria son buenos, representando el 33% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted la rendición de cuentas en auditorías internas de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	52	15,6	15,6	15,6
	Malo	77	23,1	23,1	38,7
	Regular	43	12,9	12,9	51,7
	Bueno	102	30,6	30,6	82,3
	Muy bueno	59	17,7	17,7	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 30 se observa que el 30.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la rendición de cuentas en auditorías internas de su empresa es buena, por el contrario, el 23.1% considera que es mala, asimismo, el 17.7% considera que son muy buenas, el 15.6% considera que son muy malas, y solo el 12.9% considera que son regulares, en conclusión



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la rendición de cuentas en auditorías internas de su empresa es buena, representando el 30.6% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la frecuencia de las auditorías internas en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	34	10,2	10,2	10,2
	Malo	63	18,9	18,9	29,1
	Regular	73	21,9	21,9	51,1
	Bueno	56	16,8	16,8	67,9
	Muy bueno	107	32,1	32,1	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 31 se observa que el 32.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la frecuencia de las auditorías internas en su empresa es muy buena, el 21.9% considera que es regular, asimismo, el 18.9% considera que es mala, el 16.8% considera que es buena, y solo el 10.2% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la frecuencia de las auditorías internas en su empresa es muy buena, representando el 32.1% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

DIMENSIÓN 3 FORMALIZACIÓN LABORAL

Tabla 1. ¿Cómo considera usted la inscripción del personal en planilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	40	12,0	12,0	12,0
	Malo	78	23,4	23,4	35,4
	Regular	54	16,2	16,2	51,7
	Bueno	113	33,9	33,9	85,6
	Muy bueno	48	14,4	14,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 34 se observa que el 33.9% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la inscripción del personal en planilla es buena, el 23.4% considera que es mala, asimismo, el 16.2% considera que es regular, mientras que el 14.4% considera que es muy buena, finalmente solo el 12% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la inscripción del personal en planilla es buena, representando el 33.9% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la transparencia de los registros del personal en planilla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	39	11,7	11,7	11,7
	Malo	64	19,2	19,2	30,9
	Regular	65	19,5	19,5	50,5
	Bueno	75	22,5	22,5	73,0
	Muy bueno	90	27,0	27,0	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 35 se observa que el 27% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la transparencia de los registros del personal en planilla es muy buena, del mismo modo, el 22.5% considera que es buena, asimismo, el 19.5% considera que es regular, por el contrario, el 19.2% considera que es mala, finalmente solo el 11.7% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la transparencia de los registros del personal en planilla es muy buena, representando el 27% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 1. ¿Cómo considera usted el cumplimiento de las normativas laborales en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	31	9,3	9,3	9,3
	Malo	91	27,3	27,3	36,6
	Regular	54	16,2	16,2	52,9
	Bueno	99	29,7	29,7	82,6
	Muy bueno	58	17,4	17,4	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 37 se observa que el 29.7% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de las normativas laborales en su empresa es bueno, por el contrario el 27.3% considera que es malo, asimismo, el 17.4% considera que es muy bueno, el 16.2% considera que es regular, finalmente solo el 9.3% considera que es muy malo, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de las normativas laborales en su empresa es bueno, representando el 29.7% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 2. ¿Cómo considera usted el cumplimiento de los derechos laborales en su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	42	12,6	12,6	12,6
	Malo	59	17,7	17,7	30,3
	Regular	66	19,8	19,8	50,2
	Bueno	80	24,0	24,0	74,2
	Muy bueno	86	25,8	25,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 38 se observa que el 25.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de los derechos laborales en su empresa es muy bueno, asimismo, el 24% considera que es bueno, por otro lado, el 19.8% considera que es regular, mientras que el 17.7% considera que es malo, finalmente solo el 12.6% considera que es muy malo, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de los derechos laborales en su empresa es muy bueno, representando el 25.8% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

VARIABLE 2

DIMENSIO 1

Tabla 1. ¿Cómo considera usted su conocimiento y /o experiencias previas sobre tributación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	40	12,0	12,0	12,0
	Malo	84	25,2	25,2	37,2
	Regular	58	17,4	17,4	54,7
	Bueno	105	31,5	31,5	86,2
	Muy bueno	46	13,8	13,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 42 se observa que el 31.5% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su conocimiento y /o experiencias previas sobre tributación son buenos, por el contrario, el 25.2% considera que son malos, por otro lado, el 17.4% considera que son regulares, mientras que el 13.8% considera que son muy buenos, finalmente solo el 12% considera que son muy malos, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su conocimiento y /o experiencias previas sobre tributación son buenos, representando el 31.5% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la educación tributaria que ha recibido en su formación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	35	10,5	10,5	10,5
	Malo	71	21,3	21,3	31,8
	Regular	68	20,4	20,4	52,3
	Bueno	69	20,7	20,7	73,0
	Muy bueno	90	27,0	27,0	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 43 se observa que el 27% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la educación tributaria que ha recibido en su formación es muy buena, por el contrario, el 21.3% considera que es mala, asimismo, el 20.7% considera que es buena, mientras que el 20.4% considera que es regular, finalmente solo el 10.5% considera que es muy mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la educación tributaria que ha recibido en su formación es muy buena, representando el 27% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted el cumplimiento tributario voluntario en las empresas del país?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	43	12,9	12,9	12,9
	Malo	72	21,6	21,6	34,5
	Regular	57	17,1	17,1	51,7
	Bueno	94	28,2	28,2	79,9
	Muy bueno	67	20,1	20,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 45 se observa que el 28.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento tributario voluntario en las empresas del país es bueno, por el contrario, el 21.6% considera que es malo, mientras que el 20.1% considera que es muy bueno, el 17.1% considera que es regular, y solo el 12.9% considera que es muy malo, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento tributario voluntario en las empresas del país es bueno, representando el 28.2% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la efectividad de las campañas de cumplimiento tributario voluntario?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	45	13,5	13,5	13,5
	Malo	59	17,7	17,7	31,2
	Regular	67	20,1	20,1	51,4
	Bueno	59	17,7	17,7	69,1
	Muy bueno	103	30,9	30,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 46 se observa que el 30.9% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la efectividad de las campañas de cumplimiento tributario voluntario es muy buena, mientras que, el 20.1% considera que es regular, el 17.7% considera que es buena, el 13.5% considera que es muy mala, finalmente el 17.7% considera que es mala, en conclusión la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la efectividad de las campañas de cumplimiento tributario voluntario es muy buena, representando el 30.9% del total.

Tabla 1. ¿Cómo valora usted la importancia de los tributos?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	24	7,2	7,2	7,2
	Malo	90	27,0	27,0	34,2
	Regular	58	17,4	17,4	51,7
	Bueno	98	29,4	29,4	81,1
	Muy bueno	63	18,9	18,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 48 se observa que el 29.4% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco valora como buena la importancia de los tributos, por el contrario, el 27% valora como mala, mientras que, el 18.9% valora como muy buena, el 17.4% valora como regular, finalmente solo el 7.2% valora como muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco valora como buena la importancia de los tributos, representando el 29.4% del total.

Tabla 2. ¿Cómo valora usted la contribución de los tributos?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	47	14,1	14,1	14,1
	Malo	69	20,7	20,7	34,8
	Regular	43	12,9	12,9	47,7
	Bueno	77	23,1	23,1	70,9
	Muy bueno	97	29,1	29,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 49 se observa que el 29.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco valora como muy buena la contribución de los tributos, el 23.1% valora como muy buena, mientras que, el 20.7% valora como mala, el 14.1% valora como muy mala, finalmente el 12.9% valora como muy regular, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco valora como muy buena la contribución de los tributos, representando el 29.1% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 1. ¿Cómo considera usted su conocimiento sobre normatividad tributaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	38	11,4	11,4	11,4
	Malo	84	25,2	25,2	36,6
	Regular	56	16,8	16,8	53,5
	Bueno	94	28,2	28,2	81,7
	Muy bueno	61	18,3	18,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 52 se observa que el 28.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su conocimiento sobre normatividad tributaria es bueno, por el contrario, el 25.2% considera que es malo, mientras que, el 18.3% considera que es muy bueno, el 16.8% considera que es regular, finalmente el 11.4% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su conocimiento sobre normatividad tributaria es bueno, representando el 28.2% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la disponibilidad de información sobre normatividad tributaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	28	8,4	8,4	8,4
	Malo	92	27,6	27,6	36,0
	Regular	58	17,4	17,4	53,5
	Bueno	91	27,3	27,3	80,8
	Muy bueno	64	19,2	19,2	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 53 se observa que el 27.6% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la disponibilidad de información que posee sobre normatividad tributaria es mala, por el contrario, el 27.3% considera que es buena, mientras que, el 19.2% considera que es muy buena, el 17.4% considera que es regular, finalmente el 8.4% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la disponibilidad de información que posee sobre normatividad tributaria es mala, representando el 27.6% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 3. ¿Cómo considera usted el cumplimiento de las obligaciones tributarias de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	46	13,8	13,8	13,8
	Malo	61	18,3	18,3	32,1
	Regular	74	22,2	22,2	54,4
	Bueno	81	24,3	24,3	78,7
	Muy bueno	71	21,3	21,3	100,0
Total		333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 54 se observa que el 24.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de su empresa es bueno, asimismo, el 22.2% considera que es regular, mientras que, el 21.3% considera que es muy bueno, por el contrario, el 18.3% considera que es malo, finalmente el 13.8% considera que es muy malo, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que el cumplimiento de las obligaciones tributarias de su empresa es bueno, representando el 24.3% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 4. ¿Cómo considera usted la claridad de la normatividad tributaria de las obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	59	17,7	17,7	17,7
	Malo	65	19,5	19,5	37,2
	Regular	48	14,4	14,4	51,7
	Bueno	74	22,2	22,2	73,9
	Muy bueno	87	26,1	26,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 55 se observa que el 26.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la claridad de la normatividad acerca de las obligaciones tributarias es muy buena, asimismo, el 22.2% considera que es buena, mientras que, el 19.5% considera que es mala, el 17.7% considera que es muy malo, finalmente el 14.4% considera que es regular, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la claridad de la normatividad acerca de las obligaciones tributarias es muy buena, representando el 26.1% del total

Tabla 1. ¿Cómo considera usted su conocimiento sobre las sanciones tributarias?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	44	13,2	13,2	13,2
	Malo	88	26,4	26,4	39,6
	Regular	37	11,1	11,1	50,8
	Bueno	114	34,2	34,2	85,0
	Muy bueno	50	15,0	15,0	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 57 se observa que el 34.2% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que su conocimiento sobre las sanciones tributarias es bueno, por el contrario, el 26.4% considera que es malo, mientras que, el 15% considera que es muy bueno, el 13.2% considera que es muy malo, finalmente el 11.1% considera que es regular, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que su conocimiento sobre las sanciones tributarias es bueno, representando el 34.2% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la difusión de información sobre sanciones tributarias?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	29	8,7	8,7	8,7
	Malo	71	21,3	21,3	30,0
	Regular	61	18,3	18,3	48,3
	Bueno	81	24,3	24,3	72,7
	Muy bueno	91	27,3	27,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 58 se observa que el 27.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la difusión de información sobre sanciones tributarias es muy buena, asimismo, el 24.3% considera que es buena, mientras que, el 21.3% considera que es mala, el 18.3% considera que es regular, finalmente solo el 8.7% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la difusión de información sobre sanciones tributarias es muy buena, representando el 27.3% del total.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

Tabla 1. ¿Cómo percibe usted la influencia de las creencias personales sobre la obligación tributaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	40	12,0	12,0	12,0
	Malo	86	25,8	25,8	37,8
	Regular	50	15,0	15,0	52,9
	Bueno	93	27,9	27,9	80,8
	Muy bueno	64	19,2	19,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 61 se observa que el 27.9% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la influencia de las creencias personales sobre la obligación tributaria es buena, por el contrario, el 25.8% considera que es mala, mientras que, el 19.2% considera que es muy buena, el 15% considera que es regular, finalmente solo el 12% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la influencia de las creencias personales sobre la obligación tributaria es buena, representando el 27.9% del total.

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la confianza sobre la justicia tributaria en el país?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	38	11,4	11,4	11,4
	Malo	64	19,2	19,2	30,6
	Regular	67	20,1	20,1	50,8
	Bueno	67	20,1	20,1	70,9
	Muy bueno	97	29,1	29,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 62 se observa que el 29.1% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la confianza sobre la justicia tributaria en el país es muy buena, asimismo, el 20.1% considera que es buena, y otro 20.1% considera que es regular, mientras que, el 19.2% considera que es mala, finalmente solo el 11.4% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la confianza sobre la justicia tributaria en el país es muy buena, representando el 29.1% del total.

Tabla 3. ¿Cómo considera usted la equidad en la justicia tributaria?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	49	14,7	14,7	14,7
	Malo	73	21,9	21,9	36,6
	Regular	42	12,6	12,6	49,2
	Bueno	86	25,8	25,8	75,1
	Muy bueno	83	24,9	24,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 63 se observa que el 25.8% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la equidad en la justicia tributaria es buena, asimismo, el 24.9% considera que es muy buena, por el contrario, el 21.9% considera que es mala, mientras que, el 14.7% considera que es muy mala y el 12.6% considera que es regular, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la equidad en la justicia tributaria es buena, representando el 25.8% del total.

Tabla 1. ¿Cómo valora usted la transparencia del gobierno en la asignación y uso de los ingresos fiscales recaudados?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	38	11,4	11,4	11,4
	Malo	70	21,0	21,0	32,4
	Regular	68	20,4	20,4	52,9
	Bueno	46	13,8	13,8	66,7
	Muy bueno	111	33,3	33,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 65 se observa que el 33.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco valora la transparencia del gobierno en la asignación y uso de los ingresos fiscales recaudados como muy buenos, mientras que, el 21% los valora como malos, el 20.4% los valora como regulares, mientras que, el 13.8% los valora como buenos y el 11.4% los valora como muy malos, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco valora la transparencia del gobierno en la asignación y uso de los ingresos fiscales recaudados como muy buenos, representando el 33.3% del total

Tabla 2. ¿Cómo considera usted la efectividad del gobierno en el uso de los ingresos fiscales para mejorar la infraestructura y servicios públicos que benefician a su empresa?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	21	6,3	6,3	6,3
	Malo	90	27,0	27,0	33,3
	Regular	52	15,6	15,6	48,9
	Bueno	109	32,7	32,7	81,7
	Muy bueno	61	18,3	18,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 66 se observa que el 32.7% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la efectividad del gobierno en el uso de los ingresos fiscales para mejorar la infraestructura y servicios públicos que benefician a su empresa es buena, por otro lado, el 27% considera que es mala, el 18.3% considera que es muy buena, mientras que, el 15.6% considera que es regular y solo el 6.3% considera que es muy mala, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la efectividad del gobierno en el uso de los ingresos fiscales para mejorar la infraestructura y servicios públicos que benefician a su empresa es buena, representando el 32.7% del total.

Tabla 1. ¿Cómo considera usted la influencia de las normas sociales y culturales en el cumplimiento tributario?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	60	18,0	18,0	18,0
	Malo	61	18,3	18,3	36,3
	Regular	55	16,5	16,5	52,9
	Bueno	66	19,8	19,8	72,7
	Muy bueno	91	27,3	27,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia a partir del trabajo de campo

En la tabla 68 se observa que el 27.3% de las agencias de viajes de la ciudad del Cusco considera que la influencia de las normas sociales y culturales en el cumplimiento tributario es muy buena, el 19.8% considera que es buena, por el contrario, el 18.3% considera que es mala, el 18% considera que es muy mala, finalmente el 16.5% considera que es regular, en conclusión, la mayoría de las agencias de viajes en la ciudad del Cusco considera que la influencia de las normas sociales y culturales en el cumplimiento tributario es muy buena, representando el 27.3% del total.