



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA
DE LOS COMERCIANTES DE LA FERIA ARTESANAL
“LA PLAZA”, HUARAZ, 2018**

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

AUTORA

VILLANUEVA MALVAS, TEOFILA GIOVANA

ORCID: 0000-0001-9888-0605

ASESOR

SUÁREZ SÁNCHEZ, JUAN DE DIOS

ORCID: 0000-0002-5204-7412

HUARAZ – PERÚ

2021

TÍTULO DE LA TESIS

Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal

“La Plaza”, Huaraz, 2018

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Villanueva Malvas, Teofila Giovana

ORCID: 0000-0001-9888-0605

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

ASESOR

Suárez Sánchez, Juan de Dios

ORCID: 0000-0002-5204-7412

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Contabilidad, Huaraz, Perú

JURADO

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemín, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Yépez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

JURADO DE INVESTIGACIÓN

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemín, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Yépez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

Suárez Sánchez, Juan de Dios

ORCID: 0000-0002-5204-7412

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiarme y acompañarme en el proceso de mis estudios, es quien está en cada momento de mi vida ayudándome a aprender de mis errores, sin soltarme la mano. Es mi guía en el sendero de mi camino.

A la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en donde obtuve muchos conocimientos. Después de años de esfuerzos, sacrificios, dedicación y muchas alegrías llegó el día que miraría hacia atrás, el camino recorrido por sus pasillos y aulas y me detengo para agradecerte mi alma mater.

Al asesor, el Dr. Juan de Dios Suárez Sánchez, por su generosidad al brindarme la oportunidad de acudir a su capacidad y experiencia, todo ello en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo.

Teofila Giovana

DEDICATORIA

A mi madre, Ana Malvas, quien, con su amor, paciencia y esfuerzo, me ayudó a cumplir uno de mis sueños anhelados, gracias por inculcarme esfuerzo y valentía de seguir adelante, a pesar de las adversidades.

A mi hija Fátima Valeria y a mis hermanas Lucinda Hermelinda y Mary Carmen, quienes son mi ejemplo a seguir, además me dieron el ánimo de seguir impulsando esta aventura que significó mi trabajo de investigación.

Teofila Giovana

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como problema: **¿Cuáles son las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018?**, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018, la investigación fue de diseño no experimental, de corte transversal, se utilizó un tipo de investigación cuantitativa y de nivel descriptivo simple. Para el recojo de la información se identificó una población y muestra, compuesto por 20 comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, se empleó la técnica de la encuesta, su instrumento fue el cuestionario, obteniendo los siguientes resultados: Del 100% de comerciantes encuestados, el 75% indicó que los servicios públicos son inadecuados, el 60% indicó que no cumplen oportunamente con el pago de sus tributos, el 80% indicó que el contribuyente no tienen valores, creencias y actitudes en tributación. Llegando a la conclusión: Se ha determinado que la cultura tributaria es influyente en el pago oportuno de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018; no cuentan con conocimientos sustanciales sobre aspectos tributarios, los valores, creencias y actitudes en tributación son escasos; es decir, no cuentan con educación tributaria y no son capacitados por la Administración Tributaria, tienen perspectivas negativas de la gestión y los servicios públicos que brinda el Estado y consideran que el pago de sus tributos no es el adecuado.

Palabras claves: Cultura tributaria, obligación tributaria y tributos.

Abstract

The present research work had as a problem: What are the characteristics of the tax culture of the merchants of the Craft Fair "La Plaza", Huaraz, 2018? Its general objective was: To determine the characteristics of the tax culture of the merchants of the Craft Fair "La Plaza", Huaraz, 2018, the research was of a non-experimental design, cross-sectional, a type of quantitative and descriptive simple research was used. To collect the information, a population and sample were identified, made up of 20 merchants from the "La Plaza" Craft Fair, the survey technique was used, its instrument was the questionnaire, obtaining the following results: 100% of merchants of those surveyed, 75% indicated that public services are inadequate, 60% indicated that they do not comply with the payment of their taxes in a timely manner, 80% indicated that the taxpayer does not have values, beliefs and attitudes in taxation. Reaching the conclusion: It has been determined that the tax culture is influential in the timely payment of the tax obligations of the merchants of the Craft Fair "La Plaza", in Huaraz, in 2018; They do not have substantial knowledge on tax aspects, the values, beliefs and attitudes in taxation are scarce; that is, they do not have tax education and are not trained by the Tax Administration, they have negative perspectives on the management and public services provided by the State and they consider that the payment of their taxes is not adequate.

Keywords: Tax culture, tax obligation and tributes.

Contenido

Contenido	Página.
Carátula.....	i
Título de la tesis	ii
Equipo de trabajo	iii
Firma de jurado y asesor.....	iv
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Contenido.....	ix
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	9
III. Hipótesis.....	42
IV. Metodología	43
4.1. Diseño de Investigación	43
4.2. Población y muestra	44
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	45
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47

4.5. Plan de análisis	47
4.6. Matriz de consistencia	48
4.7. Principios éticos.....	49
V. Resultados	50
5.1. Resultados.....	50
5.2. Análisis de resultados	56
VI. Conclusiones	71
Aspectos complementarios	75
Referencias bibliográficas.....	75
Anexos	88

Índice de tablas

Contenido	Página
Tabla 1: Está al tanto de las generalidades de los tributos	50
Tabla 2: Existe decisión en el contribuyente para el acceso a la formalización empresarial.	50
Tabla 3: Hace uso de los servicios públicos.....	51
Tabla 4: Son adecuados los servicios públicos suministrados	51
Tabla 5: Cumple usted oportunamente con el pago de sus tributos.....	51
Tabla 6: Se le motiva para hacer el pago oportuno de los tributos.....	52
Tabla 7: En los colegios debe existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria.....	52
Tabla 8: Conoce los tributos a los cuales esta afecto su negocio.....	52
Tabla 9: El contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación.....	53
Tabla 10: Tiene conocimiento sobre la importancia de la tributación.....	53
Tabla 11: La responsabilidad de tributar depende de la educación.....	53
Tabla 12: Es importante para usted la cultura tributaria.....	54
Tabla 13: Cree que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados.....	54
Tabla 14: El Estado informa el destino de los tributos recaudados.....	54
Tabla 15: Está dispuesto a colaborar con la SUNAT.....	55
Tabla 16: La SUNAT le ha brindado capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias.....	55
Tabla 17: Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación.....	55
Tabla 18: Su pago de los tributos, hechos a la SUNAT es el adecuado.....	56

Índice de figuras

Contenido	Página
Figura 1: Está al tanto de las leyes que rigen su negocio.....	92
Figura 2: Existe decisión en el contribuyente para el acceso a la formalización empresarial.....	93
Figura 3: Hace uso de los servicios públicos.....	94
Figura 4: Son adecuados los servicios públicos suministrados	95
Figura 5: Cumple usted oportunamente con el pago de sus tributos.....	96
Figura 6: Se le motiva para hacer el pago oportuno de los tributos.....	97
Figura 7: En los colegios debe existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria.....	98
Figura 8: Conoce los tributos a los cuales esta afecto su negocio.....	99
Figura 9: El contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación.....	100
Figura 10: Tiene conocimiento sobre la importancia de la tributación.....	101
Figura 11: La responsabilidad de tributar depende de la educación.....	102
Figura 12: Es importante para usted la cultura tributaria.....	103
Figura 13: Cree que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados.....	104
Figura 14: El Estado informa el destino de los tributos recaudados.....	105
Figura 15: Está dispuesto a colaborar con la SUNAT.....	106
Figura 16: La SUNAT le ha brindado capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias.....	107
Figura 17: Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación.....	108
Figura 18: Su pago de los tributos, hechos a la SUNAT es el adecuado.....	109

I. Introducción

La presente investigación se refirió y se estructuró en base a las líneas establecidas sobre investigación de la Facultad de Contabilidad de nuestra Universidad, contenidas en el Reglamento de Investigación y en el Manual de Metodología de Investigación Científica (MIMI), como línea de apoyo a las MYPE (micro y pequeñas empresas) y se ha establecido una característica muy frecuente en el funcionamiento de las micro empresas, como es la cultura tributaria; en este caso se ha tomado como sujeto de investigación a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza” de Huaraz.

Se define a la cultura tributaria, como la sumatoria de actitudes, valores cívicos y consideraciones que es compartida por una población en relación al respeto por la ley y la obligación de pagar tributos (Amasifuen, 2015). Tener cultura tributaria implica que todos los ciudadanos denominados contribuyentes, cumplan oportunamente, y, sobre todo, voluntariamente, sus compromisos de pago de tributos. Se dice que las naciones de gran desarrollo tienen un alto porcentaje de pago, producto del elevado nivel de conciencia que tiene la población, los mismos que saben que los servicios que reciben tienen que ser financiados mediante el pago de tributos, y que, por lo tanto, es un deber de la población aportar al financiamiento de las obras y servicios públicos mediante el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

El mayor o menor cumplimiento de las obligaciones tributarias, está determinado por dos aspectos muy importantes, en primer lugar, por el riesgo de ser sancionado por el incumplimiento de pago oportuno de impuestos; es decir, por las connotaciones de tipo legal que trae la omisión de las obligaciones de los

ciudadanos, y el otro aspecto se relaciona con cuán satisfechos se encuentren los contribuyentes respecto a los servicios que reciben de parte del Estado, la calidad percibida de estos servicios, y si éstos procuran una mejor calidad de vida, en otras palabras está referida a la satisfacción del contribuyente sobre el uso de los recursos públicos por parte del Estado, cuando se percibe que el Estado invierte en obras públicas de importancia, se recibe buenos servicios, se vive en una ambiente seguro, con buenos hospitales, con buenas universidades; es decir, cuando el dinero que paga por concepto de tributos vienen siendo empleados de manera transparente, y que se devuelve a la población en forma de servicios de calidad a disposición de la población aportante.

El fenómeno es muy propio en los países en desarrollo, en un informe realizado por la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL) la región perdió entre 100 mil a 240 mil millones de US\$ al año 2014, sobre todo en lo referente en impuestos directos que pagan las empresas, y que a pesar de los esfuerzos realizados para disminuir la evasión tributaria, son muy pocos los resultados obtenidos, y se mantiene un núcleo rígido, que se resiste a cumplir con el pago de tributos; al parecer las raíces del problema radican en que sólo puede mantenerse un contrato ventajoso, entre el Estado y la población, si los ciudadanos perciben un sistema tributario justo y equitativo y si la población se encuentra satisfecha con el uso de los recursos recaudados; es decir, si el Estado provee a la población bienes y servicios de calidad, con oportunidad y en cantidad suficiente para aumentarle calidad a la vida de la sociedad; en la mayoría de países no se percibe satisfacción en el funcionamiento del Estado (CEPAL, 2016).

En el caso peruano, la evasión tributaria al año 2015, es de 34% en el Impuesto General a las Ventas (IGV), y más de 50% en rentas empresariales y alquileres, se estima en cerca de 3 mil millones de soles el perjuicio económico del Estado solamente por concepto de IGV, debido a actividades relacionadas a la minería informal, el comercio ambulatorio, la explotación de menores y en general de personas, los alquileres de inmuebles y prostitución clandestina, el narcotráfico y el lavado de activos, entre otras actividades ilegales, pero en general la evasión tributaria al año 2015 alcanzó la cifra de 25 mil millones de soles en el Perú, por emisión de facturas de favor (7 de cada 10 empresarios lo hacen), lavado de activos y contrabando, 960 mil empresarios viven actualmente en la informalidad (Paredes, 2017).

Buena parte de la evasión tributaria recae en la cultura tributaria, que tiene sus cimientos en los valores elementales que se forjan en los ciudadanos y en la nación, en la excesiva carga fiscal asumida por los empresarios, en la inequidad del sistema de administración tributaria, se conoce que muchas transnacionales no pagan oportunamente sus impuestos, o que reciben exoneraciones tributarias, mientras que a los empresarios pequeños y medianos, que muchas veces financian sus operaciones con créditos sujetos a tasas de interés onerosas, se les aplica las penas con mayor severidad; si a todo esto se le suma la evidente corrupción de los funcionarios públicos, que derrochan y dilapidan los recursos del Estado, la cultura de pago se refleja en altos porcentajes de evasión tributaria que afecta al Estado y a la sociedad, ya que el Estado no va a contar con suficiente financiamiento para resolver los problemas de la población.

En el caso de Huaraz, existe una cultura tributaria entre los micro empresarios locales, marcados por los factores previamente señalados, los cuales influyen en la cultura tributaria de estos empresarios, de acuerdo a la cultura existente se da cumplimiento de los pagos de los tributos, y también se refleja directamente con el nivel de evasión tributaria existente, el tema es muy importante, ya que una buena cultura tributaria, cimentada en valores cívicos y legales, hace que los empresarios no tengan que distraer su atención en atender potenciales problemas legales que la evasión tributaria genera, sino que puedan tener una tranquilidad para dirigir sus esfuerzos al buen funcionamiento de sus negocios, y que su energía se oriente a desarrollarse como empresarios, y no en buscar oportunidades de evadir el compromiso de pagar lo establecido por ley.

Esta idea de investigación surgió de las observaciones realizadas a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza” de Huaraz, en el cual se trató de identificar las características que definen la cultura tributaria de los mencionados comerciantes, teniendo en cuenta que la cultura tributaria influye en los niveles de cumplimiento de los pagos de tributos en los micro empresarios locales, que como se conoce, la evasión tributaria es alta, sobre todo en los negocios pequeños, muchos de ellos se mantienen en la informalidad a fin de no pagar impuestos, esto depende de la cultura tributaria de los propietarios o representantes de este comercio.

La investigación se desarrolló sustentada en teorías de autores reconocidos, que teorizan sobre tributación y sus componentes: Cultura tributaria, conciencia tributaria, evasión tributaria y los diversos factores por los que se produce; se consultó en diversos libros contenidos en la web en forma digital; asimismo, se consiguió información de repositorios digitales de prestigiosas universidades, y se

consultó en documentos diversos con contenido sobre las dimensiones de la variable investigada.

Del escenario descrito se desprendió el problema investigado: ¿Cuáles son las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018?; de esta interrogación se desprendió el objetivo general de la investigación, que queda planteado como: Determinar las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018. Para alcanzar el objetivo general se apoyó la investigación en los denominados objetivos específicos:

1. Describir las características de la conciencia tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.
2. Describir las características de la educación cívica tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.
3. Describir las características de la difusión y orientación tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

El presente trabajo de investigación se justificó de acorde a los siguientes aspectos:

En lo teórico: El trabajo de investigación, en mérito a su tratamiento teórico, con teorías de actualidad relacionadas a la cultura tributaria, a la evasión tributaria, y a los valores de la población; existiendo un acuerdo implícito realizado por el Estado y los contribuyentes, los ciudadanos tributan a cambio de que el Estado les provea bienes y servicios, que les permita tener una buena calidad de vida.

En su importancia social: Los resultados del presente estudio permitieron conocer el grado cultural alcanzado en los comerciantes, lo cual va a posibilitar elaborar acciones destinadas a elevar los niveles de cultura tributaria; asimismo, beneficiará a los propios comerciantes, que se evitarán problemas legales y a la sociedad, ya que, al mejorar los ingresos, se dispondrá de más recursos para implementar mayor cantidad de servicios y de mejor calidad.

En lo metodológico: Para recopilar la información se elaboró un instrumento, que tuvo validez por juicio de expertos, este instrumento fue utilizado después para medir la variable cultura tributaria, con la confianza que arrojó resultados similares, lo cual constituye una contribución al conocimiento existente.

En su utilidad: Las conclusiones y recomendaciones serán usadas como antecedentes a futuras investigaciones e incrementarán el corpus teórico existente sobre cultura tributaria, las investigaciones futuras permitirán ampliar y profundizar el conocimiento sobre la variable investigada.

La presente investigación fue de diseño no experimental, de corte transversal, se utilizó un tipo de investigación cuantitativa y de nivel descriptivo simple. Para recoger datos se usó la técnica de la encuesta, y su correspondiente instrumento que se empleó: El cuestionario, que fue elaborado por la autora en función a los indicadores de la variable y que antes de ser aplicado a la muestra determinada, fue previamente validado y confiable, el cuestionario tuvo preguntas estructuradas sobre los indicadores de la variable investigada. Con los datos obtenidos se procedió a construir una base de datos mediante el programa Microsoft Excel. Se presentó los resultados en tablas de frecuencias y en figuras circulares estadísticas, con el fin de facilitar su interpretación y análisis. La investigación estuvo limitada a los

comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, y al año 2018, la población en estudio estuvo conformada por 20 comerciantes de la mencionada feria y la muestra fue censal; es decir, que se consideró a todos los integrantes de la población como unidades de información, esto es aplicable para poblaciones pequeñas.

La presente investigación tuvo como principales resultados: El 85% de los comerciantes indicó que no están al tanto de las leyes que rigen su negocio, el 60% indicó que el contribuyente no tiene decisión para el acceso a la formalización empresarial, el 85% de los encuestados indicó que no son motivados para hacer el pago oportuno de sus tributos, el 55% indicó que en los colegios debe existir una asignatura relacionada con la educación tributaria.

Las conclusiones arribadas fueron: Se ha determinado que la cultura tributaria es influyente en el pago oportuno de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018; no cuentan con conocimientos sustanciales sobre aspectos tributarios; los valores, creencias y actitudes en tributación son escasos; es decir, no cuentan con educación tributaria y no son capacitados por la Administración Tributaria, tienen perspectivas negativas de la gestión y los servicios públicos que brinda el Estado y consideran que el pago de sus tributos no es el adecuado.

Se ha descrito que la educación cívica tributaria, en los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018, es insuficiente, ya que los contribuyentes no cuentan con valores, creencias y actitudes en tributación, la mayoría indicó que se debe implementar en los colegios, una asignatura relacionada con la educación tributaria, porque desconocen la importancia de la tributación; estos comerciantes conocen los tributos a los que esta afecta su negocio, por lo que indican

que la responsabilidad de tributar no depende de la educación; pero manifiestan que es importante la cultura tributaria.

En resumen, la presente investigación pretendió caracterizar la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018; para lo cual se realizó un trabajo meticuloso, respetando la estructura metodológica determinada por nuestra universidad, y se referenció de acuerdo al estilo APA, en su séptima edición, teniendo cuidado en observar una conducta ética en el desarrollo de toda la investigación, respetando la propiedad intelectual de los autores, el anonimato de los informantes y la veracidad en los datos, los cuales no fueron manipulados ni sesgados, se mantuvo una postura de imparcialidad, de acuerdo a los intereses de la investigación.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

En la presente investigación se hizo la búsqueda de la variable en estudio, en libros, revistas, investigaciones, y otros; en medios tanto digitales como físicos.

Antecedentes internacionales

De La Torre et al. (2019) en la tesis: La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia, se planteó el siguiente objetivo general: Identificar la importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia, en el desarrollo del trabajo, se utilizó un tipo de investigación cualitativa y cuantitativa, haciendo referencia a una metodología mixta; en la cual se concluyó que la cultura tributaria busca generar conciencia en el ciudadano sobre la importancia que tiene éste en el crecimiento de la sociedad, fortalecimiento de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la educación en materia tributaria se puede llegar a mejorar los niveles de confianza que tienen los ciudadanos con el Estado, mejorando de una manera la confianza jurídica que se rompe con los cambios normativos, el exceso de tributos y su aumento.

Camacho et al. (2017) en el trabajo de grado para optar el título de Contador Público, titulada: Cultura tributaria en Colombia, tuvo como objetivo general analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia, para lo cual implementó una metodología exploratoria no experimental de tipo cualitativo y la conclusión obtenida fue

que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es uno de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria.

García (2017) en su tesis para optar el grado de Contador Público, titulada: Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en El Recreo, asumió como objetivo general: Medir el impacto que tiene la falta de cultura tributaria de los contribuyentes informales ubicados en la ciudadela El Recreo, en la recaudación del país, para diseñar una guía tributaria; para ello, el diseño de la investigación empleada fue de campo y el tipo de investigación fue la descriptiva y la aplicada; la principal conclusión fue: Se ha comprobado que los comerciantes de la ciudadela El Recreo tienen bastante desconocimiento en el aspecto tributario y como punto más importante no saben realizar sus propias declaraciones de impuesto, puesto que ni siquiera conocen el programa DIMM (Declaración de impuestos en medios magnéticos); además, por medio de este trabajo de investigación se ha verificado que los contribuyentes de este sector no emplean las leyes y reglamentos en su totalidad, así como tampoco tienen un control de sus ingresos y egresos para la identificación de sus ganancias o pérdidas.

Antecedentes nacionales

Bayona (2020) en su tesis denominada: La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el Mercado Modelo, Chiclayo,

2018, tuvo como objetivo: Determinar la influencia de la Cultura Tributaria en la evasión de impuestos en el Mercado Modelo, Chiclayo, 2018. La metodología fue descriptiva, cuantitativa - no experimental. La población fue la totalidad de comerciantes que trabajan en el mercado Modelo e integrada por 300 emprendedores y la muestra estuvo determinada por 168 personas. El autor concluyó: Con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país; el comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, cuando una empresa es formal existe más garantía de éxito, ya que llevaría una contabilidad ordenada.

Torres (2018) en su tesis titulada: Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno, 2018, tuvo por objetivo: Determinar la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno, 2018. En cuanto a su metodología, ésta trató de una investigación de tipo descriptivo, diseño transversal, prospectivo y observacional. La población y muestra estuvo constituida por 145 comerciantes del mercado central. En cuanto a la técnica, se utilizó una encuesta dirigida a la población de estudio. Los resultados obtenidos muestran: El 40% tiene dudas y no sabe exactamente que es el tributo, el 36% manifestaron que no conocen el tipo de tributo denominado impuesto, el 97% manifestaron que su negocio sí está registrado en la SUNAT. Se concluyó: La cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada

en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

Vela (2017) en su tesis denominada: Cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de las microempresarios en Lima Metropolitana Año 2015-2016, tuvo como objetivo: Determinar si la cultura tributaria influye en la evasión de impuestos de los microempresarios de Lima Metropolitana año 2015-2016. El método empleado en la presente Tesis de investigación, fue la investigación aplicada, y se centra en el nivel descriptivo, de diseño no experimental, transaccional. La población estuvo compuesta por 30 microempresarios, la muestra fue no probabilística se eligieron entre personas naturales y jurídicas de un centro comercial del sector mueblerías. El autor concluyó: Se ha determinado que la falta de cultura tributaria está afectando directamente a la evasión de impuestos en los microempresarios de Lima Metropolitana, esto lo podemos apreciar, puesto que el contribuyente no tiene el conocimiento del destino de los impuestos que recauda el Estado, ni de los beneficios que deberían de percibir por los mismos. Por lo tanto, podemos decir que el único camino para combatir las actividades en cuanto a evasión, es mediante la difusión de la cultura tributaria.

Antecedentes regionales

Díaz (2019) en su tesis denominada: Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa Ferretería Katherine, Chimbote 2016, tuvo como objetivo: Describir las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de la empresa Ferretería Katherine de Chimbote, 2016. El diseño de investigación fue no experimental–descriptivo-bibliográfico-documental y de caso; para el recojo de la información se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas, mediante la técnica de la entrevista a la gerente de la empresa del caso de estudio; obteniendo las siguientes conclusiones: Las características de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú son las siguientes: La mayoría no tiene suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, su percepción es negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia; asimismo, en su mayoría son informales, no pagan tributos, no entregan ni exigen comprobantes de pago, generando evasión tributaria; en consecuencia, las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria.

Lavado (2019) en su tesis denominada: Cultura tributaria y recaudación tributaria en el ciudadano de la Municipalidad Provincial de Casma, 2019, tuvo como objetivo: Determinar la relación de cultura tributaria y la recaudación tributaria según los contribuyentes de la Municipalidad Provincial de Casma, 2019, la metodología utilizada fue descriptivo-cualitativo- transversal, de diseño correlacional, tuvo una población de 371 contribuyentes, con una muestra de de 40 contribuyentes. La recolección de datos fue dado en 02 cuestionarios, los resultados de la correlación Rho de Spearman es de 0,122 lo cual significa que existe una baja relación positiva entre las variables cultura tributaria y recaudación tributaria. Asimismo, al evaluar la validación de la relación se ha encontrado un valor $p = 0,018 < 0,05$, con la cual se verifica que existe relación significativa entre las variables mencionadas. Finalmente se concluye: Aseverar que existe un efecto positivo correlacional de la variable posicionamiento de cultura tributaria y la recaudación tributaria en la Municipalidad Provincial de Casma.

Negrón (2019) en su tesis denominada: Cultura tributaria y afectación del cumplimiento de obligaciones tributarias, comerciantes de ropa, mercado modelo, Chimbote- 2018, la investigación tuvo como objetivo: Determinar si la cultura tributaria afecta al cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote en el año 2018. Para lo cual se utilizó el tipo de investigación descriptiva, el diseño fue no experimental de corte transversal. La población fue el Mercado Modelo de Chimbote donde laboran 100

comerciantes y como muestra se tomaron a los comerciantes de ropa, la técnica aplicada fue la entrevista y como instrumento la guía de entrevista. La investigación concluyó: Los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento de ésta por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios, como la Administración Tributaria y por ende el Estado.

Antecedentes locales

Bravo et al. (2017) en la tesis denominada: Influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría de las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz - 2016, cuyo objetivo fue analizar la influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría de las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz - 2016, la investigación realizada fue de tipo aplicado-cuantitativo y con un diseño no experimental transversal, concluyendo que existe una influencia directa y de forma positiva de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría en las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz, por ello es importante que se empiece a trabajar en estrategias para que se fortalezca el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes, porque se encuentran en un nivel bajo y como consecuencia de ello se ve afectado la recaudación del mencionado impuesto, ya que según información documental de la SUNAT, en el periodo 2014 se recaudó S/ 40,755 000.00, en el año 2015 se recaudó S/ 32, 783 000.00, en el 2016 se recaudó S/ 26, 481 000.00 y en el año 2017

(hasta junio) se recaudó S/.12, 389,000.00, lo que ha llevado aceptar la hipótesis y se verifica que existe una caída en la recaudación en los últimos años.

Chávez (2017) en su tesis denominada: Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz, 2015, tuvo como objetivo general explicar que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado “Señor de la Soledad” de la provincia de Huaraz, incide en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en el periodo 2015. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental, para el recojo de la información la población estuvo conformado por 100 comerciantes quedando una muestra de 40 comerciantes, a quienes se les tomó un cuestionario de 22 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: sobre la cultura tributaria de los comerciantes, el 67.5% conocen y cumplen voluntariamente con las obligaciones tributarias, mientras que el 32.5% opinan lo contrario; el 100%, de los comerciantes, se encuentran inscritos en el Registro Único de los Contribuyentes y entregan el comprobante de pago al realizar una venta y/o servicio; del mismo modo el 85% de los comerciantes cumplen con realizar el pago de sus tributos oportunamente, mientras que el 15% responden lo contrario. Finalmente, se concluyó: Existe una tendencia favorable de cultura tributaria, la cual incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Señor de la Soledad” de la ciudad de Huaraz.

Segura (2019) en su trabajo de investigación titulada: Cultura tributaria en la evasión de impuestos por arrendamiento de habitaciones a estudiantes del comedor universitario de la UNASAM. 2017-2018, tuvo como objetivo: Determinar el nivel de influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos por arrendamiento de habitaciones a estudiantes del comedor universitario de la UNASAM, 2017-2018, la investigación fue de tipo aplicada de nivel descriptiva correlacional, con un diseño no experimental de corte longitudinal; la principal conclusión fue: Se determinó que la cultura tributaria influye con un nivel de correlación negativamente alto de 77.4% respecto a la evasión de impuestos; es decir, una relación inversamente proporcional; por lo que, en la presente investigación se comprobó que, a menor cultura tributaria, mayor es la evasión de impuestos por arrendamiento de habitaciones a estudiantes del comedor universitario de la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo, durante los años 2017 al 2018.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Cultura tributaria

Es lo relacionado al conjunto de manifestaciones tributarias que es expresada por un grupo de personas en su vida común, la cultura al tener una expresión “cotidianamente” alcanza a un conjunto de hábitos y valores (Ruiz, 2017). De modo similar, Vera (2018) lo define como un extracto de valores, aprendizajes y actitudes que han sido obtenidas por los miembros de una comunidad, que está relacionado al pago de los tributos en obediencia a la ley que lo rige y se encuentre vigente.

La cultura tributaria es referida a un conjunto de valores, instrucciones y cualidades que dan como resultado una conducta de cumplimiento constante de las obligaciones tributarias (Hanco et al., 2016).

Mendoza et al. (2016) indican la consolidación de la cultura tributaria en tempranas edades, para que cada estudiante tenga la oportunidad de explicar sobre el compromiso que quiere tener para con el desarrollo del país y con ello se pueda corregir conductas de evasión de impuestos que se hacen presentes continuamente en un número importante de personas para no dar cumplimiento a los deberes del Estado. Se requiere que los estudiantes comprendan el significado de la cultura tributaria y sean agentes que socialicen el tema en sus hogares, con el fin de fortalecer la obligación tributaria y con ello se logre el crecimiento del país.

Vanegas (2016) lo define como un conjunto de información y el nivel de comprensión que tiene un país sobre sus impuestos, asimismo, como un conjunto de criterios, prácticas y actitudes que tiene la comunidad referente a la tributación. De lo mencionado se puede indicar que la cultura tributaria no representa el nivel de conocimientos que tenga una persona, respecto a sus responsabilidades tributarias, sino, se orienta hacia la cimentación de la definición de los impuestos a través de diferentes fuentes de información; por ello, es importante que la cultura tributaria inicie desde un ambiente escolar, el cual va apoyar la labor educativa para el buen uso de los bienes públicos.

2.2.1.1. Las dimensiones de la cultura tributaria

Solorzano (2011, como se citó en Suarez, 2018) propone un modelo que dimensiona la cultura tributaria y teoriza que tiene 03 dimensiones:

- a) **Conciencia tributaria:** Está referida a la toma de conciencia por parte de los contribuyentes sobre sus derechos y obligaciones hacia el cumplimiento de sus deberes formales que implica pagar impuestos, asimismo, influye en la conducta de los contribuyentes que va ligado al entendimiento del rol social que comprende la tributación en la satisfacción de las diferentes necesidades públicas (Cárdenas, 2020).

Huatay et al. (2018) indican que es la percepción interna de la persona y la educación tributaria recogida en el transcurso de los años de formación, esta conciencia dará lugar al mejor desarrollo de valores y actitudes que van a determinar la conducta de las personas frente al sistema tributario.

- b) **Educación cívica tributaria:** Referida a transmitir conocimientos tributarios por medio de una educación formal, es decir, contenidos tributarios dentro del currículo escolar o no formal a nivel superior, que pueden ser dadas mediante la ejecución de talleres, capacitaciones y charlas, que ayuden en el cumplimiento voluntario de las obligaciones, se daría desde el sector educación (Cárdenas, 2020).

Huatay et al. (2018) indican que es la formación tributaria conseguida con la finalidad de que se pueda desarrollar los valores y actitudes de la responsabilidad tributaria, se puede decir que la

educación tributaria es la base para que se pueda formar una conciencia tributaria que apoye al logro de ciudadanos respetuosos del sistema tributario de nuestro país.

Centro Interamericano de Administración Tributaria (2018) refiere que son acciones que van dirigidas a niños y adolescentes para expandir una conciencia fiscal en los futuros contribuyentes, de tal modo que puedan asimilar la responsabilidad fiscal como uno de los valores sobre donde se constituye una sociedad democrática.

Mendoza et al. (2016) mencionan que es la transferencia de valores que van dirigidos al cumplimiento de los deberes de los ciudadanos que contribuyen en los gastos públicos, el cual se va lograr al reconocer las responsabilidades que tienen los ciudadanos que son partícipes en una sociedad democrática.

c) Difusión y orientación tributaria: Es poner a disposición de todos los ciudadanos la mayor información posible que se va dando del funcionamiento y de las actividades diarias de las instituciones que comprende la administración tributaria (Camarzana, 2016).

Candiotti (2021) es el conjunto de factores de comunicación que va a brindar orientación referida a la legalidad social sobre los tributos, y que cada ciudadano debe de conocer para que cumpla con sus obligaciones y conocer sus derechos.

Cuellar (2018) indica que actualmente se tiene una SUNAT más virtual, ello no debe descuidar otros factores principales de la

gestión de orientación tributaria, como, por ejemplo, la ayuda personalizada hacia los contribuyentes de edad o discapacidad, quienes necesitan una atención minuciosa de parte de los servidores y funcionarios de la Administración Pública.

Las personas poco a poco se van adecuando a los distintos cambios que va teniendo la SUNAT virtual, pero se debe seguir usando los dípticos, volantes y otro tipo de comunicación escrita que va a complementar lo informado en la página web de la SUNAT. Los adultos mayores, en su mayoría optan enterarse de las novedades tributarias, a través de medios impresos, radio o televisión.

2.2.1.2. Importancia de la cultura tributaria

La cultura tributaria es la base de la recaudación fiscal y el sostén del país y permanece en el compromiso que tiene el individuo dentro de la sociedad, quien asume una responsabilidad solidaria y conoce que las obligaciones tributarias son dispositivos que se dan para el bien común, siendo el Estado el ente recaudador del mismo (Condori, 2019).

Cumplir con las obligaciones tributarias, es inherente al derecho y la legitimidad que todo ciudadano debe de exigir al Estado, para dar cumplimiento a los objetivos trazados (Condori, 2019).

Cárdenas (2020) menciona que la formación de la conciencia tributaria en los ciudadanos, apoya a que los contribuyentes formen conciencia sobre los derechos y obligaciones frente al cumplimiento

sustancial y deberes formales que comprende el pago oportuno de los impuestos, la importancia de compartir el conocimiento tributario hacia la ciudadanía peruana, va influir en la conducta del contribuyente, que va ligado al rol social que tiene la tributación para la satisfacciones de las necesidades públicas.

Hernández et al. (2017) indican que la importancia de la cultura tributaria tiene varios aspectos de valor, entre ellos el de suspender el trabajo informal, evitar de cierto modo la evasión y la corrupción, siendo estas actividades las que saquean al país y se pierde muchos beneficios en servicios que requieren los ciudadanos, ello genera un retroceso en la economía. Es necesario que se implante una educación tributaria confiable con el fin de que la ciudadanía conozca las implicancias que contraen el no cumplimiento de las obligaciones tributarias, del mismo modo, que se muestre que se viene dando el uso correcto de los recursos tributarios recaudados, el cual sería invertido en la educación, siendo el más importante para la población peruana.

2.2.2. Determinantes para el cumplimiento de la obligación tributaria

Díaz (2020) refiere que el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte del contribuyente debe ser de manera voluntaria y primordial para recaudar impuestos, se deriva de la conciencia tributaria y de la aceptación del sistema tributario.

Cárdenas (2020) menciona que el acatamiento de la obligación tributaria está establecido bajo la autodeterminación del tributo, ello

implica dar cumplimiento a los deberes formales, cuyo requerimiento de pago puede ser dada por el fisco; la coerción es indicada como la cobranza forzada al contribuyente por parte de la Administración Tributaria. El elemento clave para que se logre mayor recaudación es la que se deriva del cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. Por ello, es importante que las personas tomen a la tributación como un compromiso que forme parte de sus deberes y derechos como agentes activos. Un agente activo, es el individuo consciente de actuar dentro de la sociedad, pudiendo ser más interactivo y crítico, asimismo, reconoce las normas y cumple sus obligaciones por convicción.

Cotrina (2018) refiere que es deber de cada ciudadano dar cumplimiento a sus obligaciones tributarias, de cierto modo no todos los cumplen, sin embargo, existe un ente que se encarga de verificar el estado de cada contribuyente.

2.2.3. Cumplimiento voluntario del pago

Mora et al. (2018) indican que hablar de cumplimiento voluntario del pago suena raro, ya que los tributos son imposiciones del Estado, por ello, su pago no es voluntario. Es un constante que causa preocupación entre el deber de contribuir y del dejar de hacerlo. Esta preocupación es alimentada de varios factores: la desconfianza en el sistema, baja transparencia en el uso de los tributos, la falta de control, entre otros.

El Estado es el encargado de dar corrección a las fallas del sistema tributario, con el fin de generar confianza en los contribuyentes, en tanto, ya no se sientan obligados y puedan cumplir el pago oportuno de los tributos de forma voluntaria.

Robles (2016) refiere que el cumplimiento voluntario es la referida a la declaración correcta de la obligación tributaria en el plazo establecido y de acuerdo a las normas determinadas. En esta definición no se indica las motivaciones que deberían de tener los contribuyentes, por lo que su incumplimiento podría darse a un acto intencional o como también a una desinformación, desorden, negligencia.

Flores (2019) sostiene el cumplimiento voluntario es referida a una responsabilidad formal, teniendo un RUC, la emisión y entrega de los comprobantes de pago, entre otros actos rigurosos.

Cárdenas (2020) refiere la importancia de cumplir voluntariamente con el pago de las obligaciones tributarias, para lograr el incremento de la recaudación. Sin embargo, la Administración Tributaria no ha tomado en cuenta la existencia de un gran segmento de contribuyentes que no son obligados a cumplir sus compromisos por el hecho de no contar con el Registro Único de Contribuyente (RUC), si se pretende que el sector formal tenga un cumplimiento voluntario resulta inadecuado, que en el sector informal la Administración Tributaria no logra tener éxito en el control y formalización, se hace necesario elaborar estrategias que se orienten a la educación y conciencia de la ciudadanía sobre el papel que cumple los tributos. El

atacamiento tributario bajo el enfoque de la coacción ha ocasionado que el contribuyente perciba a la Administración Tributaria como excesiva y autoritaria, por ello, es conveniente que, ante este contexto, lograr cambiar la percepción del contribuyente hacia un tipo de Administración Tributaria justa, siendo necesario establecer en los ciudadanos una cultura tributaria.

Verona (2018) indica que las obligaciones tributarias formales, referente a empresas deben ceñirse al régimen tributario, siendo estas normativas que va a regular el cumplimiento de las obligaciones fiscales, vinculantes al pago de los tributos.

2.2.4. Acciones de mejora de la cultura tributaria

Montiel et al. (2020) indican que las estrategias para la mejora de la cultura tributaria requieren de mucho esfuerzo, ya que existe obstáculos que no son fáciles de resolver. Para consolidar una cultura tributaria se podría considerar las siguientes acciones:

- La transparencia del Gobierno:

El Estado debe mostrar un grado alto de transparencia en el manejo de los fondos públicos. En un Estado democrático, los ciudadanos, van a demandar con mayor frecuencia informes sobre las acciones o actuaciones que se dan del lado del poder público y de los organismos controladores; el objetivo de los gobiernos debe ser que la población tenga acceso y proveerlos de información accesible y clara.

El gobierno, debe establecer todos sus esfuerzos para el desarrollo de labores dentro de la transparencia, mientras más claro es el gobierno con sus gastos, más alto será su índice de calidad. Se puede establecer que los ciudadanos puedan participar en la vida política y ciudadana, con la finalidad de conocer lo que el gobierno realiza con sus recursos.

- La confianza en las instituciones:

El nivel de confianza, es precario, ya que el ciudadano desconfía de las instituciones que recaudan los recursos públicos, el gobierno debería implementar medidas que coadyuve a mejorar la confianza, uno de ellos sería que estos entes puedan rendir sus cuentas ante la población de manera clara y transparente.

- El rechazo de una sociedad ante la corrupción:

El problema elemental es la falta de valores éticos y morales que incomoda a la sociedad, esta problemática es un factor negativo para que se logre consolidar una cultura tributaria.

Se puede observar con gran preocupación, que la brecha de la vida fácil, la evasión, la corrupción, el narcotráfico y las distintas malas prácticas de los gobernantes, es cada día más amplia.

La sociedad, debería de tomar conciencia, del gran daño que ocasiona al país la corrupción, sin embargo, la lucha contra este flagelo, no solo es aprobar leyes o endurecer las que ya existen, si no la de castigar los delitos con la mayor pena. Esta acción no sería suficiente, si la misma sociedad no rechaza y denuncia los actos de corrupción. Sin el accionar de la sociedad, todo esfuerzo sería inútil, y por ende seguirán permaneciendo en el mismo círculo vicioso.

- Simplificar el sistema tributario:

Existe desconfianza de la población hacia las instituciones, en donde los gobiernos son menos transparentes y autoritarios, por lo que el sistema tributario es complejo. Por ello, es necesario que doten de acciones para que se pueda simplificar el sistema tributario. El contribuyente, quiere sistemas tributarios sencillos y amigables, que le van ayudar al cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias.

- Enseñar cultura tributaria:

En los países en donde se ha logrado fundar la cultura tributaria, lo han establecido a través de la educación. Al ciudadano culto en tributación, se le tiene que enseñar desde la niñez, la labor de los tributos, y la responsabilidad que tienen como habitantes en una sociedad, se debe de entender que el

precio de pertenecer a una sociedad y hace usos de los bienes colectivos, tiene un costo, que son cubiertos con los impuestos.

La cultura tributaria, es un componente de la cultura de ser humano que se debe de cultivar y formar, amparado en un conjunto de principios y valores cívicos, desde edades tempranas.

Es de suma importancia, indicar lo primordial que resulta la enseñanza a través de las escuelas, colegios y universidades, hacer conocer a los niños y jóvenes, el deber social de tributar y su funcionamiento para con la sociedad. Se debe indicar que la relación entre la Administración Tributaria y el contribuyente, no es libre de tensiones, se percibe un ambiente de desconfianza mutuo: El contribuyente percibe a los funcionarios públicos como poderosos, desconfiados y que por lo general atropellan sus derechos, con la única finalidad de recaudar más impuestos; de otro lado el funcionario, percibe al contribuyente como un evasor, por esconder sus ingresos y exagera sus gastos.

2.2.5. Tributos

Barandiarán (2021) refiere que son aportes que realizan los contribuyentes al Estado, para que sea distribuido según las necesidades de la población, estos aportes se realizan mediante los impuestos, tasas y contribuciones.

Los tributos se clasifican de la siguiente manera de acuerdo a lo que manifiesta Nuñez (2021, como se citó en Amasifuen, 2015) en:

1) Tributos recaudados por la SUNAT:

a) Impuesto a la renta: Grava los ingresos o rentas provenientes del capital y del trabajo, o de la combinación de ambos factores. Se consideran rentas a todos los ingresos provenientes de una fuente permanente y que genera ingresos periódicos.

b) Impuesto general a las ventas (IGV): Impuesto que se paga al momento de realizar una transacción de un servicio o un bien. Forma parte y está contenido en el precio de venta y es retenido por el vendedor, que luego debe depositarlo al Estado como contribuyente.

Grava:

- Las ventas en territorio nacional de bienes muebles.
- Los servicios prestados en territorio nacional.
- Los contratos de construcción.
- La venta primera de inmuebles realizada por constructores.

c) Impuesto selectivo al consumo (ISC): Es un impuesto sobre ciertos bienes seleccionados tales como:

- A nivel de productor y la importación de los bienes especificados en los Apéndices III (combustibles) y IV (pisco, cerveza y cigarrillos) de la Ley del IGV e ISC.
- Se aplica al importador de los bienes especificados en el literal A) del

Apéndice IV de la Ley del IGV e ISC, entre ellos: Vehículos, aguardientes, agua, vinos y cigarros.

- Las apuestas y juegos de azar, entre ellos: Carreras de caballos, loterías, rifas, bingos y sorteos diversos.
- d) Nuevo régimen único simplificado (NRUS):** Régimen que reemplaza tres pagos: Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal por el pago de una cuota mensual. Tiene como finalidad ampliar la base tributaria, incluyendo a los negocios pequeños y otros establecimientos.
- e) Impuesto temporal a los activos netos (ITAN):** Está referida al impuesto que grava a los activos netos; asimismo, es aplicado a las empresas que generan rentas de tercera categoría.
- f) Impuesto a las transacciones financieras (ITF):** Grava las operaciones realizadas en el sistema financiero, ya sea en moneda nacional o extranjera. Tiene la intención de establecer un orden en la circulación del dinero a través de la legalidad, con el objeto de que se pueda evitar la evasión tributaria y otros delitos frecuentes.
- g) Impuesto extraordinario para la promoción y desarrollo turístico nacional:** Grava el ingreso al territorio nacional de turistas mediante transporte aéreo internacional. Los ingresos se orientan al Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional.
- h) Derechos arancelarios:** Gravan las importaciones de ciertos bienes. Se compone del Advalorem, de la Sobretasa Adicional 5% Ad

Valorem CIF.

i) Derecho específico a la importación de productos alimenticios:

Creado con la finalidad de establecer un mecanismo ágil que adecue las sobretasas compensatorias a las variaciones de precios en el mercado internacional. Incluye la importación de trigo (harina y pastas).

j) Impuesto de promoción municipal:

Grava con el 2% las operaciones afectas al régimen del Impuesto General a las Ventas y se rige por sus mismas normas. Se paga de manera conjunta con el IGV y es recaudado por la SUNAT, que luego lo destina al Fondo de Compensación Municipal.

k) Impuesto a las embarcaciones de recreo:

Impuesto de periodicidad anual que grava a las personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, propietarias o poseedoras a cualquier título de las embarcaciones de recreo que estén matriculadas en las Capitanías de Puerto o en trámite de inscripción, aun cuando al 1 de enero del año al que corresponde la obligación no se encuentren en el país. Incluye a las motos náuticas, que tienen propulsión a motor y/o vela y que no están exceptuadas de la inscripción de la matrícula. Es administrado por la SUNAT, pero los ingresos que genera se dirigen a las Municipalidades.

l) Contribución al ESSALUD:

Es la contribución al Seguro Social de Salud (ESSALUD), que es un organismo público descentralizado del

Sector Trabajo y Promoción Social, con personería jurídica de derecho público interno, con autonomía técnica, administrativa, económica, financiera, presupuestal y contable. Tiene por finalidad dar cobertura a los asegurados y sus derechohabientes, a través del otorgamiento de prestaciones de prevención, promoción, recuperación, rehabilitación, prestaciones económicas y prestaciones sociales que corresponden al régimen contributivo de la Seguridad Social en Salud, así como otros seguros en riesgos humanos.

m) Aporte a la SNP: Se refiere a la contribución al Sistema Nacional de Pensiones, cuya administración corresponde a la Oficina de Normalización Previsional (ONP). La ONP es una institución pública descentralizada del sector Economía y Finanzas, con personería jurídica de derecho público interno, con recursos y patrimonio propios, con plena autonomía funcional, administrativa, técnica, económica y financiera dentro de la ley.

n) Contribución al SENCICO: Se refiere a la contribución al Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción, que son aportados por el sector construcción, este tributo sirve para la formación, capacitación integral, calificación y certificación de profesional a los trabajadores de la actividad de construcción. Esta contribución es fiscalizada por la SUNAT.

o) Contribución solidaria para la asistencia previsional (COSAP): Son contribuyentes todas aquellas personas que tengan calidad de beneficiarios de pensiones de cesantía, invalidez, viudez, orfandad

y ascendencia reguladas por el Decreto Ley N.º 20530 (llamado también Cédula Viva), cuya suma anual exceda de 14 UIT (S/. 58 100, para el año 2018) por todo concepto.

2) Tributos que recaudan las municipalidades:

- a) Impuesto predial:** Grava el autovalúo de los predios urbanos y rústicos. Lo recaudado es administrado por el municipio distrital en el cual está ubicado el predio.
- b) Impuesto de alcabala:** Grava las transferencias de predios rústicos y urbanos a título oneroso o gratuito sin interesar su modalidad, también las transferencias con reserva de dominio. La venta primera de inmuebles realizadas por constructoras está afecta a este impuesto, salvo en lo que corresponde al valor del terreno. La base imponible del impuesto es el valor de autovalúo del predio, ajustado por el Índice de Precios al por Mayor (IPM) para Lima Metropolitana determinado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).
- c) Impuesto a los juegos:** De periodicidad mensual, y grava la realización de juegos, tales como rifas, sorteos, loterías y bingos también la entrega de premios en sorteos.
- d) Impuesto a las apuestas:** De periodicidad mensual, grava los eventos hípicos y similares, en los que se realice apuestas. La administración corresponde a la Municipalidad Provincial en donde se encuentra la sede de la entidad organizadora, el monto recaudado se distribuye en

esta proporción:

1. 60% le corresponde a la Municipalidad Provincial.
2. 15% le corresponde a la Municipalidad Distrital en el que se realiza el evento.
3. 25% para el FONCOMUN

e) Impuestos al patrimonio vehicular: De periodicidad anual que grava la propiedad de los vehículos, automóviles, camionetas, station wagon, camiones, buses y ómnibus, con una antigüedad no mayor de tres (3) años. Dicho plazo se computará a partir de la primera inscripción en el Registro de Propiedad Vehicular.

f) Impuesto a los espectáculos públicos no deportivos: Se aplica sobre el monto que abonan los asistentes por concepto de ingreso a espectáculos públicos no deportivos en locales y parques cerrados, con excepción de los espectáculos culturales debidamente calificados por el Instituto Nacional de Cultura.

La obligación tributaria se origina al momento en que las personas pagan el derecho para presenciar el espectáculo. Estas son sujetos pasivos del impuesto, mientras que las personas que organizan el espectáculo son responsables tributarios, en calidad de agentes perceptores del impuesto. Asimismo, el conductor del local donde se realiza el espectáculo afecto es responsable solidario.

g) Tasas: Tributos creados por las municipalidades, cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por la

Municipalidad de un servicio público o administrativo, reservado a las Municipalidades de acuerdo con la Ley Orgánica de Municipalidades.

2.2.6. Importancia del deber de tributar

Para que el Estado pueda cumplir con sus diversas ocupaciones propias, necesita valerse del dinero que le resulta de la tributación. En otros términos, la tributación consiente permite conducir al país desde diversas instituciones que maneja el gobierno. Es así que tributar debe entenderse como un deber o compromiso que se necesita cumplir para avalar una vida organizada; asimismo, para que el gobierno pueda proporcionar servicios de calidad (Sarduy et al., 2016).

Si bien resulta importante hablar del tema, no debe pasar desapercibida la ética tributaria, ésta guarda vínculo con la ruptura del equilibrio del principio de justicia fiscal, que es referida, a que si la población considera que los impuestos asignados son injustos o indebidos, la ciudadanía entrará en conflictos éticos; es decir, si bien la población es consciente de sus deberes cívicos y morales y considera que lo impuesto por parte del Estado no es justo evitara tributar, acto que le pone sujeto a sanciones (Sarduy et al., 2016).

2.2.7. Objetivos y finalidades de la educación fiscal

Giraldo et al. (2018) refieren que la educación fiscal, es el proceso democrático, cuyo objetivo es el desarrollo de una conciencia colectiva que ayuda a comprender a los ciudadanos que con una

relación de deberes y derechos se puede lograr un bien común, asimismo, fomentar el control social por parte del Estado. Surge de vital importancia que se desarrolle una cultura que permita a los ciudadanos ver a sus obligaciones tributarias como un deber. Se requiere un mayor grado de conciencia respecto al cumplimiento tributario y una percepción precisa de lo que podría pasar por el incumplimiento de los mismos. Sería solo de esa forma que los países puedan disminuir los elevados índices de evasión existente, este proceso se debe iniciar con una buena educación fiscal, seguido de una generación de conciencia tributaria y finalizando con una generación de cultura tributaria; es decir, que los ciudadanos cuenten con una idea y perspectiva consciente frente al sistema tributario; este tipo de educación está ayudando a diferentes países.

Díaz (2020) indica que el conocimiento tributario está ligado con la educación fiscal, el cual tiene como objetivo transferir actitudes propicias, valores e ideas frente a la denominada responsabilidad fiscal. El hablar del conocimiento tributario en el individuo, permite conocer conceptos, normas y actitudes que son propios del grupo social.

Estevez (2020) menciona que dar cumplimiento fiscal, es un problema que arrastra la ciudadanía, ya que al no cumplir genera un fraude fiscal, que perjudica a todos los ciudadanos que asumen sus responsabilidades sociales y dan cumplimiento a sus obligaciones tributarias. El denominado fraude fiscal es un problema complejo e inadecuado para con los valores éticos de justicia y solidaridad.

Hoy en día la educación fiscal, es asociada al individuo en su etapa adulta, ya que esta educación no se le enseñó adecuadamente desde temprana edad. Con esta problemática se reduce el pago de los impuestos, siendo este aspecto importante, pero que no implica que se cumplan las obligaciones tributarias.

2.2.8. Actividades de la educación tributaria

Villegas (2019) refiere que son conocimientos adquiridos en tema tributario, referente a las funciones que va cumplir los impuestos.

En el Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) es el organismo encargado de la planificación y aplicación de las estrategias mencionadas, la cual debe de generar convenios con otras instituciones en pro de formar ciudadanos responsables y concientizados con los temas tributarios.

Es preciso señalar que en los primeros años de formación los niños incorporan las enseñanzas a sus futuros hábitos, por lo que esta es la edad en el cual se requiere formar una conciencia social y responsable que permite que a futuro se conviertan en ciudadanos responsables de sus obligaciones. Esta formación va alineada a los valores enseñados en las instituciones educativas, las cuales son: El respeto, la honestidad, la responsabilidad y otras que facilitan el desarrollo social.

Los temas tributarios deben convertirse en un contenido de la enseñanza, puesto que son elementos constitutivos de la ciudadanía y están en íntima relación con la incorporación de valores y actitudes. El

desarrollo de una cultura tributaria, asentada en principios éticos, forma una parte muy importante de la educación para la convivencia social y democrática.

Gil (2017) indica que la educación tributaria, no es proponer un contenido académico o moral, sino más bien una responsabilidad. Existen dos razones que enfatizan la responsabilidad de las obligaciones tributarias: la primera, porque se rige bajo una ley, y segundo porque es una obligación cívica, ayuda a que las personas entiendan los efectos que podría arrastrar el no cumplimiento de las obligaciones. Por ello la educación debe ser objeto de:

- Identificar los diferentes productos y servicios públicos.
- Entender el valor económico y el impacto en lo social.
- Determinar los derechos y obligaciones, que dan paso a la prestación pública de bienes y servicios.
- Saber que la responsabilidad tributaria es uno de los valores que se basa en la convivencia social.

2.2.9. Procesos y normativas socializadas con la conciencia tributaria

La falta de conciencia tributaria en el Perú, es una problemática que el Estado ha tratado de combatir buscando intimidar a los contribuyentes y con ello lograr una tributación eficiente. Podemos notar que existe una deficiente política fiscal, ya que no promueve a que el contribuyente sea el responsable del pago de sus tributos y con ello contribuir en el desarrollo de la sociedad, por lo contrario, son reacios

en el pago de sus tributos, ya que perciben que no existe una adecuada distribución de los recursos y servicios públicos, además, éstos funcionan de manera deficiente (Herrera, 2018).

La escasa conciencia tributaria es un problema que existe en el Perú desde mucho tiempo, cuyos resultados no han sido beneficiosos, como es el caso de que los peruanos no tengan una vida digna que les permite tener servicios de calidad ofrecidos por el Estado, ya que éste no cuenta con los recursos necesarios para brindarlos y con los que cuenta son distribuidos de manera inadecuada. Los efectos que traen consigo esta problemática son extensos, siendo uno de ellos truncar la posibilidad de salir del subdesarrollo. Se debe impulsar un cambio en la actitud de los pobladores, pero ese cambio debe empezar de uno mismo (Herrera, 2018).

2.3. Marco Conceptual

- **Cobranza coactiva:** Es una potestad de la Administración Tributaria, que da inicio a deudas exigidas de manera coactiva mediante las órdenes de pago, resolución de determinación y resolución de multa, que hayan sido reclamados dentro del plazo de ley (Saldaña, 2016).
- **Código Tributario:** Es un cuerpo legislativo de la tributación interna, en donde se establecen las diferentes disposiciones del sistema de tributación nacional, asimismo, es la que regula la relación que existe entre el contribuyente y el organismo que fiscaliza (Huala, 2021).
- **Contribuyente:** Es el deudor, el titular de la obligación tributaria. Está

referido como a quien se le da responsabilidad del pago de la obligación fiscal (Pérez, 2020).

- **Cultura tributaria:** Esta referida al conjunto de conocimientos, valores, compromisos y actitudes, que se imparten entre los miembros de una sociedad referente al tema tributario de un determinado país (Pérez, 2020).
- **Deberes morales:** Está referida a las acciones correctas con que cuenta una persona. Una persona actúa de acorde al deber moral que posee, ya que es considerada como un principio ético (Iribas, 2018).
- **Estado:** Es definida como una distribución de personas, que incluye a toda una población de una patria. El Estado se divide de manera social, política y económica mediante un equipo de instituciones independientes y soberanas que regulan el ánimo en sociedad (Raffino, 2021).
- **Evasión tributaria:** Son tributos no pagados en forma total o parcial por parte de los contribuyentes en una fecha establecida, que por lo general se dan por la informalidad (Arauzo, 2019).
- **Impuesto:** Es una clase de tributo hacia los ciudadanos, quienes no reciben una contraprestación inmediata. Algunos impuestos relevantes son el IR y el IGV (Candiotti 2021).
- **Infracción tributaria:** Refiere a toda acción u omisión de violación de las normas tributarias, siempre y cuando este establecida como tal (Cruz et al., 2018).
- **Obligaciones tributarias:** Es referida a una vinculación directa y de

forma recíproca entre el acreedor y el deudor tributario, siendo este último el contribuyente, teniendo el propósito el fiel cumplimiento de la prestación tributaria (Candiotti, 2021).

- **Responsabilidad:** Está referida al compromiso, que significa tomar disposiciones coherentes, que van ayudar en la mejora de uno mismo y de los demás (Sánchez, 2018).
- **Sistema tributario:** Es definida a un conjunto racional y coherente de principios, normas e instituciones que va regular las relaciones que se dan por la aplicación de tributos en un determinado país (Cruz et al., 2018).
- **Valores cívicos:** Son las referidas a conductas positivas, que se dan en una sociedad, quiere decir que constituyen parte del legado cultural; asimismo, son conocidos por los grupos sociales y las comunidades (Morales, 2019).
- **Tributos:** Se entiende como un tipo de aporte que todos los ciudadanos deben de pagar al Estado, con el fin de que sean distribuidos de manera equitativa o de acorde a las necesidades presentadas (Crespo, 2020).

III. Hipótesis

La investigación no aplica hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva simple. Según Tamayo y Tamayo (2003) la investigación descriptiva, va a comprender la descripción, registro, análisis e interpretaciones de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. La orientación se realiza sobre las conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, cosas, que conduce o funciona en presente.

Los estudios descriptivos, estudian escenarios que se dan en circunstancias naturales, por ello este tipo de estudios pertenecen y son delineados para referir la distribución de variables, por ello no considera hipótesis; por tanto, este estudio es descriptivo y carece de la misma (Valdivia, 2008).

Según Sabino (1986) la investigación de tipo descriptiva, trabaja sobre realidades de hechos y su fundamental característica es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su principal preocupación radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, en donde se hace uso de criterios sistemáticos que va a permitir poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta manera, se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

La investigación fue de diseño no experimental, debido a que en el estudio se observan los casos tal como se suscitan. Asimismo, de corte transversal porque se recolectaron datos de un determinado espacio de tiempo (Hernández et al., 2014).

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativa, ya que tuvo como objeto detallar las características de la variable en estudio.

La investigación cuantitativa, utiliza las técnicas cuantitativas y estadísticas con el objeto de explorar los datos de una muestra o población. Las conclusiones que se obtienen son precisas y están amparadas por datos y la estadística (Arias, 2021).

Nivel de investigación

El nivel de investigación fue descriptiva simple. Busca detallar las propiedades, características y perfiles de individuos, grupos, objetos, comunidades, que son sometidos a análisis. Es decir, solo busca medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre conceptos de variables (Hernández et al., 2014).

Para el presente trabajo de investigación, se refirió a la caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018, en función a sus dimensiones.

4.2. Población y muestra

Población

Conjunto de personas, objetos u otros elementos. En los cuales se pueden apreciar y medir una o más características tanto cualitativas o cuantitativas (Córdoba, 2003).

Para la presente investigación la población estuvo conformado por 20 comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz.

Muestra

Porción de la población escogida según un plan o criterio con la finalidad de conseguir información acerca de la cual procede (Córdoba, 2003).

Para este estudio la muestra fue de tipo censal, siendo igual a toda la población (López, 1998).

Para la presente investigación la muestra estuvo conformado por 20 comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e investigadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Cultura tributaria	Es lo relacionado al conjunto de manifestaciones tributarias que es expresada por un grupo de personas en su vida común, entonces la cultura al tener una expresión “cotidianamente”	La cultura tributaria es referida a la conciencia tributaria, educación cívica tributaria y a la difusión y orientación tributaria, en donde los contribuyentes visualizan la labor del	Conciencia tributaria	Acatamiento de las leyes	1. ¿Está al tanto de las generalidades tributarias?
				Funcionalidad de los servicios públicos	2. ¿Existe decisión en el contribuyente para el acceso a la formalización empresarial?
				Cumplimiento del pago de los tributos	3. ¿Hace uso de los servicios públicos?
				Motivación para cumplir los tributos	4. ¿Son adecuados los servicios públicos suministrados?
			Educación cívica tributaria	Desarrollo de contenidos de tributación en las escuelas	5. ¿Cumple con el pago oportuno de los tributos?
					6. ¿Se le motiva para hacer el pago oportuno de los tributos?
				Valores internalizados	7. ¿Considera que en los colegios debe existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria?
			8. ¿Conoce los tributos a los cuales esta afecto su negocio?		
			9. ¿En su opinión el contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación?		

	comprende a un conjunto de hábitos y valores (Ruiz, 2017).	Sistema Tributario.		Desarrollo de conocimientos asociados a la cultura tributaria	10. ¿Tiene usted conocimiento sobre la importancia de la tributación?
				Asociación de formación y conciencia tributaria	11. ¿La responsabilidad de tributar depende de la educación?
					12. ¿Para usted es importante la cultura tributaria?
			Difusión y orientación tributaria	Transparencia en la información pública	13. ¿Cree usted que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados?
				Ejecución presupuestal y rendición de cuentas	14. ¿El Estado informa el destino de los tributos recaudados?
				Orientación acerca del uso de los recursos	15. ¿Está dispuesto a colaborar con la SUNAT? 16. ¿La SUNAT le ha brindado capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias? 17. ¿Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación? 18. ¿Su pago de los tributos, hechos a la SUNAT es el adecuado?

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Técnicas

En la presente investigación se aplicó la técnica:

Encuesta: Consiste en la realización de determinadas preguntas que se encuentran encaminadas a recabar ciertos datos (Gómez, 2012).

- Instrumentos

En la presente investigación se aplicó el instrumento:

Cuestionario: Conjunto de preguntas destinadas a recoger, procesar y analizar información sobre hechos estudiados en poblaciones (muestras) (Gómez, 2012).

Arias (2006) afirma que los instrumentos de investigación son los medios materiales empleados para recopilar información.

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis de la información se realizó una vez recabado cada uno de los datos sobre los indicadores, luego se procedió a construir una base de datos mediante el programa Microsoft Excel. Se presentó los resultados en tablas de frecuencias y en figuras circulares estadísticas, con el fin de facilitar su interpretación y análisis.

4.6. Matriz de consistencia

Título: Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>General ¿Cuáles son las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, ¿2018?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuáles son las características de la conciencia tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, ¿2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de la educación cívica tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, ¿2018?</p> <p>¿Cuáles son las características de la difusión y orientación tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, ¿2018?</p>	<p>General: Determinar las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de la conciencia tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018. 2. Describir las características de la educación cívica tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018. 3. Describir las características de la difusión y orientación tributaria de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018. 	<p>General: La investigación no aplica hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.</p>	<p>Variable 1: Cultura tributaria</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa Nivel de investigación: Descriptivo Diseño de investigación: No experimental, transversal. Población: 20 comerciantes Muestra: 20 comerciantes (Censal) Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Plan de análisis: Microsoft Excel, tablas de frecuencia y figuras estadísticas.</p>

4.7. Principios éticos

Dentro de la presente investigación se consideraron los principios éticos que rigen la actividad investigadora de acuerdo con la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, a través del Código de Ética para la Investigación Versión 004, los cuales son:

- **Protección a las personas:** Se aseguró la protección de todos aquellos participantes de esta investigación, respetando su dignidad, identidad, diversidad, confidencialidad y privacidad.
- **Beneficencia y no maleficencia:** Se cuidó el bienestar de los participantes en este estudio, evitando causar perjuicios, reducir los posibles efectos desfavorables e incrementar los posibles beneficios.
- **Justicia:** No se hizo uso de prácticas injustas, la información adquirida estará a disposición de los participantes. Además, se trató a todos quienes intervinieron en este trabajo con igualdad.
- **Integridad científica:** No se realizó adulteraciones y evaluaciones que afecten la integridad de la información recolectada.
- **Consentimiento informado y expreso:** Todas las manifestaciones fueron voluntarias, informadas, libres y específicas; se respetó la propiedad intelectual de los respectivos autores de las informaciones que fueron tomadas en cuenta.
- **Veracidad de los datos e información:** La información que forman parte de la investigación son reales y veraces, tomados de autores reconocidos y fuentes conocidas.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Está al tanto de las generalidades de los tributos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	15
NO	17	85
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal "La Plaza", Huaraz, 2018.

Tabla 2

Existe decisión en el contribuyente para el acceso a la formalización empresarial.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	40
NO	12	60
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal "La Plaza", Huaraz, 2018.

Tabla 3

Hace uso de los servicios públicos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100
NO	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 4

Son adecuados los servicios públicos suministrados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	25
NO	15	75
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 5

Cumple usted oportunamente con el pago de sus tributos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	40

NO	12	60
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 6

Se le motiva para hacer el pago oportuno de los tributos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	15
NO	17	85
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 7

En los colegios debe existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	55
NO	9	45
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 8

Conoce los tributos a los cuales esta afecta su negocio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	65
NO	7	35
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 9

El contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 10

Tiene conocimiento sobre la importancia de la tributación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	25
NO	15	75

TOTAL	20	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 11

La responsabilidad de tributar depende de la educación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	30
NO	14	70
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 12

Es importante para usted la cultura tributaria.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70
NO	6	30
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 13

Cree que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
---------------------	-------------------	-------------------

SI	4	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 14

El Estado informa el destino de los tributos recaudados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 15

Está dispuesto a colaborar con la SUNAT.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	25
NO	15	75
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 16

La SUNAT le ha brindado capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	30
NO	14	70
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 17

Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	35
NO	13	65
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

Tabla 18

El pago de sus tributos, hechos a la SUNAT es el adecuado.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	45
NO	11	55
TOTAL	20	100

Fuente: Encuesta aplicada a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018.

5.2. Análisis de resultados

De acuerdo a la tabla 1, el 85% indicó que no están al tanto de las generalidades de los tributos, mientras que el 15% indicó lo contrario. Del resultado se puede concluir que los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, en su mayoría desconocen de las generalidades de los tributos; por ello se puede afirmar que estos comerciantes no cumplen con las normas establecidas en cuanto al funcionamiento apropiado de su negocio. Estos resultados son similares a los encontrados en la investigación realizada por Torres (2018) menciona que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

De acuerdo a la tabla 2, el 60% indicó que el contribuyente no tiene decisión para el acceso a la formalización empresarial y el 40% indicó que el contribuyente tiene decisión para el acceso a la formalización empresarial. Del resultado obtenido, se puede indicar que algunos comerciantes no han decidido formalizar su negocio o empresa, por falta de oportunidades en la economía formal y por carecer de otros medios de sustento; en cuanto a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, algunos cuentan con Registro Único de Contribuyente, el cual les permite ser identificados como contribuyentes ante la Superintendencia Nacional de Aduanas y

de Administración Tributaria (SUNAT). Estos resultados son distintos a los encontrados en la investigación realizada por Chávez (2017) menciona que el 100%, de los comerciantes, se encuentran inscritos en el Registro Único de los Contribuyentes y entregan el comprobante de pago al realizar una venta y/o servicio. El autor concluye: Existe una tendencia favorable de cultura tributaria, la cual incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado “Señor de la Soledad” de la ciudad de Huaraz.

De acuerdo a la tabla 3, el 100% de los comerciantes indicó que hacen uso de los servicios públicos. De los resultados logrados se puede indicar que los comerciantes encuestados usan los servicios públicos, como pueden ser: Servicio de salud, servicio de agua, etc. La población hace uso de los servicios públicos, que es implementado por el Estado con el fin de satisfacer sus necesidades básicas, gracias a la recaudación tributaria que es abonada por los todos los contribuyentes. Estos resultados se asemejan a los hallados por Camacho et al. (2017) mencionan que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es uno de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria.

De acuerdo a la tabla 4, el 75% indicó que los servicios públicos son inadecuados y el 25% indicó que los servicios públicos son adecuados. Del resultado se puede concluir que los servicios públicos utilizados por los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, no han cumplido sus necesidades, siendo catalogados como inadecuados. En tanto sería importante indicar que, al tener un buen conocimiento y conducta de la cultura tributaria, va ayudar al cumplimiento de los

deberes tributarios, con confianza, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social para con todos. Estos resultados se asemejan a los hallados por Díaz (2019) menciona que los micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, su percepción es negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia. En conclusión: Las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria.

De acuerdo a la tabla 5, el 60% indicó que no cumplen oportunamente con el pago de sus tributos, mientras que el 40% indicó que cumplen oportunamente. Con el resultado obtenido se puede mencionar que los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, algunos cumplen de manera pertinente el pago de sus tributos. Por lo tanto, a estos comerciantes, se les debe orientar y educar, con el fin que sigan cumpliendo con el pago de sus tributos. Estos resultados se asemejan a los hallados por Camacho et al. (2017) mencionan que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es uno de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria; asimismo, con el trabajo de investigación de Bayona (2020) menciona que con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país; el

comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, cuando una empresa es formal existe más garantía de éxito, ya que llevaría una contabilidad ordenada.

De acuerdo a la tabla 6, el 85% indicó que no son motivados para hacer el pago oportuno de sus tributos y el 15% indicó que reciben motivación para hacer el pago oportuno de sus tributos. Del resultado obtenido se puede decir que la mayoría de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, no se sienten motivados por sus representantes y entes recaudadores, para poder pagar de manera oportuna sus tributos, se nota que solo lo realizan para no contraer multas, sanciones e intereses. En tanto a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, los entes recaudadores de sus impuestos en coordinación con sus representantes, deberían incentivarlos y brindarles mayor información acerca del uso de sus tributos, con el fin de que tengan la confianza y la voluntad de tributar de manera oportuna. Los resultados se asemejan a los encontrados por Torres (2018) menciona que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT; asimismo, los resultados son similares con la investigación de Negrón (2019) menciona que los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento de ésta por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios como la Administración Tributaria y por ende el Estado.

Como propuesta de conclusión, los resultados obtenidos tienen relación directa y desfavorable, en donde los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, desconocen las leyes que rigen el funcionamiento de su negocio; por ello se puede afirmar que la mayoría de estos comerciantes no cumplen con las normas establecidas en cuanto al funcionamiento apropiado de su negocio; asimismo, indican que los servicios públicos que hacen uso no cumplen sus necesidades; en tanto a los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, los entes recaudadores de sus impuestos en coordinación con sus representantes, deberían incentivarlos y brindarles mayor información acerca del uso y destino de sus tributos, con el fin de que tengan la confianza y la voluntad de tributar de manera oportuna.

De acuerdo a la tabla 7, el 55% indicó que en los colegios deben de existir una asignatura relacionada con la educación tributaria, mientras que el 45% indicó que en los colegios no deben existir una asignatura relacionada con la educación tributaria. Del resultado obtenido se puede mencionar que gran parte de los comerciantes indicaron que se debe implementar en los colegios, una asignatura relacionada con la educación tributaria. La implementación de esta asignatura, serviría para que se explique la importancia que tienen los tributos, para mantener los servicios públicos y atender las necesidades de la población. Los resultados son similares a la investigación realizada por De La Torre et al. (2019) mencionan que la cultura tributaria busca generar conciencia en el ciudadano sobre la importancia que tiene éste en el crecimiento de la sociedad, fortalecimiento de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la educación en materia tributaria se puede llegar a mejorar los niveles de confianza que tienen los ciudadanos con el

Estado, mejorando de una manera la confianza jurídica que se rompe con los cambios normativos, el exceso de tributos y su aumento.

De acuerdo a la tabla 8, el 65% indicó que conocen los tributos al que esta afecto su negocio y el 35% indicó no conocer los tributos al que está afecto su negocio. De acorde al resultado, se puede llegar a la conclusión, de que la mayoría de los comerciantes encuestados conocen los tributos al que está afecto su negocio. En cuanto a los comerciantes encuestados que no conocen los tributos que afectan a su negocio, sería oportuno que el representante de éstos, solicite a los entes recaudadores de los tributos, capacitaciones u orientaciones, con el fin de que los comerciantes conozgan sus contribuciones. Los resultados encontrados son similares a la investigación de Bayona (2020) menciona que con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país; el comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, cuando una empresa es formal existe más garantía de éxito, ya que llevaría una contabilidad ordenada; asimismo, los resultados son contrarios con los encontrados en la investigación de Torres (2018) menciona que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

De acuerdo a la tabla 9, el 80% indicó que el contribuyente no tiene valores, creencias y actitudes en tributación, mientras que 20% indicó que el contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación. De los resultados obtenidos, se puede decir, que los comerciantes no cuentan con valores, creencias y actitudes en tributación. Ante la problemática encontrada se puede recomendar a los comerciantes, que, a través de sus representantes, buscar convenios con los entes recaudadores, con la finalidad de que se les pueda educar en cuanto a tributación; como es sabido con la educación se puede lograr un cambio en los pensamientos y actitudes, que se encuentran apegados a los valores de cada ciudadano. Similar resultado a la investigación realizada por Díaz (2019) menciona que la mayoría no tiene suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia; asimismo, en su mayoría son informales, no pagan tributos, no entregan ni exigen comprobantes de pago, generando evasión tributaria; en consecuencia, las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria.

De acuerdo a la tabla 10, el 75% indicó que no conocen la importancia de la tributación, mientras el 25% indicó que conocen la importancia de la tributación. En conclusión, de acuerdo a los resultados obtenidos, se puede indicar que la mayoría de los comerciantes desconoce cuán importante es la tributación, que va ayudar al financiamiento del Estado, para el cumplimiento de las necesidades colectivas. Se

recomienda que los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, conozcan la importancia de tributar y con ello dar cumplimiento a las obligaciones que tienen ante los entes recaudadores y con el fin de ayudar a combatir la evasión tributaria en nuestro país. Los resultados logrados, son distintos a los encontrados en la investigación realizada por Camacho et al. (2017) mencionan que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, por lo que el perfil del contribuyente frente a la tributación es uno de los componentes indispensables que permiten tener un desarrollo de la cultura tributaria. Asimismo, los resultados son similares con el estudio de Bravo et al. (2017) mencionan que existe una influencia directa y de forma positiva de la cultura tributaria en la recaudación del Impuesto a la Renta de Tercera Categoría en las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz, por ello es importante que se empiece a trabajar en estrategias para que se fortalezca el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes, porque se encuentran en un nivel bajo y como consecuencia de ello se ve afectado la recaudación del mencionado impuesto.

De acuerdo a la tabla 11, el 70% indicó que la responsabilidad de tributar no depende de la educación, mientras que el 30% indicó que la responsabilidad de tributar depende de la educación. De los resultados, se pudo llegar a la conclusión: Los comerciantes encuestados en su mayoría indicaron que la responsabilidad de tributar no depende de la educación, ya que ellos tributan para no acarrear sanciones. Al respecto se puede proponer que los comerciantes, por intermedio de sus representantes, puedan solicitar a los entes recaudadores mayor capacitación y orientación, con el solo propósito que estos contribuyentes puedan tributar, con conocimiento del uso y destino de sus tributos. Los resultados de la encuesta son

distintos a los encontrados en la investigación: De La Torre et al. (2019) mencionan que la cultura tributaria busca generar conciencia en el ciudadano sobre la importancia que tiene éste en el crecimiento de la sociedad, fortalecimiento de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de la educación en materia tributaria se puede llegar a mejorar los niveles de confianza que tienen los ciudadanos con el estado, mejorando de una manera la confianza jurídica que se rompe con los cambios normativos, el exceso de tributos y su aumento. Asimismo, se asemeja a los resultados del estudio realizado por Díaz (2019) menciona que la mayoría no tiene suficientes conocimientos tributarios, las percepciones sobre la tributación son desfavorables, tienen actitudes contrarias a tributar y prácticas de conducta desfavorables a la tributación; es decir, no tienen educación tributaria y no buscan capacitarse al respecto, su percepción negativa de la gestión y servicios públicos del Estado y de la carga tributaria que consideran excesiva, influye desfavorablemente en la conciencia; asimismo, en su mayoría son informales, no pagan tributos, no entregan ni exigen comprobantes de pago, generando evasión tributaria; en consecuencia, las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú estudiadas, no tienen una aceptable cultura tributaria.

De acuerdo a la tabla 12, el 70% indicó que la cultura tributaria es importante, mientras que el 30% indicó que la cultura tributaria no tiene ninguna importancia. De estos resultados, se puede indicar que en su mayoría los comerciantes encuestados, opinaron que la cultura tributaria es importante, con ello se puede manifestar el cumplimiento oportuno de los deberes tributarios de algunos comerciantes. De acorde al resultado se puede proponer que a la población de comerciantes que indicaron que la cultura tributaria no es importante, se les pueda orientar con base a

la razón, la confianza, respeto a la ley y responsabilidad. Los resultados encontrados son similares a la investigación de Lavado (2019) menciona que aseverar que existe un efecto positivo correlacional de la variable posicionamiento de cultura tributaria y la recaudación tributaria en la Municipalidad Provincial de Casma; asimismo son similares a los resultados de Negrón (2019) menciona que los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento de ésta por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios como la Administración Tributaria y por ende el Estado; asimismo, también los resultados son similares con la investigación de Segura (2019) menciona que se determinó que la cultura tributaria influye con un nivel de correlación negativamente alto de 77.4% respecto a la evasión de impuestos; es decir, una relación inversamente proporcional; por lo que, en la presente investigación se comprobó que, a menor cultura tributaria, mayor es la evasión de impuestos por arrendamiento de habitaciones a estudiantes del comedor universitario de la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo, durante los años 2017 al 2018.

Se puede concluir de acorde a los resultados cotejados, los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza” señalaron que se debe implementar en los colegios, una asignatura relacionada con la educación tributaria, esta implementación serviría para que se explique la importancia que tienen los tributos, para mantener los servicios públicos y atender las necesidades de formación de la población; asimismo, los contribuyentes no cuentan con valores, creencias y actitudes en tributación. Ante la problemática encontrada se puede recomendar a los comerciantes, que a través de sus representantes buscar convenios con los entes recaudadores, con la finalidad de que se les pueda educar a en cuanto a tributación; del mismo modo orientar con base a la

razón, la confianza, respeto a la ley y responsabilidad; como es sabido con la educación se puede lograr un cambio en los pensamientos y actitudes, que se encuentran apegados a los valores de cada ciudadano.

De acuerdo a la tabla 13, el 80% indicó que los Gobiernos Locales no gestionan, ni administran adecuadamente los tributos recaudados, mientras que el 20% indicó que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados. Del presente resultado se puede llegar a la conclusión, de que la mayoría de los comerciantes encuestados opinan que los Gobiernos Locales no hacen gestión y mucho menos administran adecuadamente los tributos recaudados. Ante estos resultados, los Gobiernos Locales deben de informar, comunicar y orientar a los contribuyentes, con la finalidad de reflejar mayor claridad y credibilidad en el uso de tributos recaudados. Los resultados son similares a la investigación de Negrón (2019) menciona que los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios como la Administración Tributaria y por ende el Estado; asimismo, similar resultado con la investigación de Torres (2018) menciona que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado Central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

De acuerdo a la tabla 14, el 80% indicó que el Estado no informa el destino de los tributos recaudados y el 20% indicó lo contrario. Del resultado se concluye: Que los comerciantes encuestados en su mayoría indicaron que el Estado no informa el destino de los tributos recaudados de los contribuyentes. Ante esta problemática el Estado, debe informar mediante sus entes recaudadores, de manera dinámica y sencilla a toda la población, el destino de sus tributos, con el objeto de crear confianza e interés para el pago de las obligaciones tributarias. El resultado de la encuesta es semejante al trabajo de investigación de Negrón (2019) menciona que los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios como la Administración Tributaria y por ende el Estado.

De acuerdo a la tabla 15, el 75% indicó que no se encuentran dispuestos a colaborar con la SUNAT, mientras que el 25% indicó que están dispuestos a colaborar con la SUNAT. Del resultado se puede concluir: La falta de confianza de los comerciantes ante la SUNAT, en cuanto a la recaudación de sus tributos. Similar resultado al encontrado en la investigación de Torres (2018) menciona que la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Puno, 2018, es limitada en conocimientos, participación, motivaciones y propuestas, debido a que, la mayoría desconoce sobre tributo, impuesto, tipo de régimen. Tampoco existe participación de los comerciantes y por ende es baja la voluntad de ponerse de acuerdo en la importancia de pagar impuestos. Los representantes del mercado Central no tienen acuerdos por iniciativa propia para entablar convenios con la SUNAT.

De acuerdo a la tabla 16, el 70% indicó que la SUNAT no les brindó capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias, mientras 30% indicó que la SUNAT si les brindó capacitación para cumplir con sus obligaciones tributarias. Del resultado se puede concluir, indicando que al no capacitar y orientar a los contribuyentes, tendrá como consecuencia el incumplimiento de sus obligaciones tributarias. El resultado de la encuesta es similar al trabajo de investigación de Vela (2017) menciona que se ha determinado que la falta de cultura tributaria está afectando directamente a la evasión de impuestos en los microempresarios de Lima Metropolitana, esto lo podemos apreciar, puesto que el contribuyente no tiene el conocimiento del destino de los impuestos que recauda el Estado, ni de los beneficios que deberían de percibir por los mismos. Por lo tanto podemos decir que el único camino para combatir las actividades en cuanto a evasión, es mediante la difusión de la cultura tributaria, del mismo modo similitud con los resultados de la investigación de Negrón (2019) menciona que los comerciantes de ropa del Mercado Modelo de Chimbote poseen un bajo nivel de cultura tributaria debido a la falta de orientación y fomento de ésta por parte de las instituciones o entes relacionadas con los temas tributarios como la Administración Tributaria y por ende el Estado.

De acuerdo a la tabla 17, el 65% indicó que no asisten a las charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación, mientras el 35% indicó que asiste a las charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación. Del resultado obtenido podemos concluir en que la mayoría de los comerciantes encuestados, no asiste a las charlas dictadas por la SUNAT, por desconocimiento, ya que los entes recaudadores, no invitan a estos contribuyentes a participar en los eventos tributarios organizados. El resultado es diferente a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación de Bayona (2020)

menciona que con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país; el comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, cuando una empresa es formal existe más garantía de éxito, ya que llevaría una contabilidad ordenada.

De acuerdo a la tabla 18, el 55% indicó que el pago de sus tributos hechos a la SUNAT no es el adecuado, mientras el 45% indicó que el pago de sus tributos ante la SUNAT es adecuado. Del resultado se puede concluir que algunos comerciantes encuestados están de acuerdo con el importe del tributo que depositan a favor de la Administración Tributaria, pero existe comerciantes que están en desacuerdo con el monto del tributo consignado ante la SUNAT, que lo tipifican como no adecuado. Similar resultado a la investigación de Bayona (2020) menciona que con una alta cultura tributaria, con informarse bien sobre las obligaciones tributarias que tiene cada pequeño y micro empresario. La recaudación de impuestos sería más efectiva ya que es la base del sostenimiento del país; el comerciante quiere cancelar, pero hay un sobre costo, cuando una empresa es formal existe más garantía de éxito, ya que llevaría una contabilidad ordenada.

Como propuesta de conclusión se puede indicar que estos resultados están relacionados, porque los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, Huaraz, 2018, mencionaron que los entes recaudadores no hacen gestión y mucho menos administran adecuadamente los tributos recaudados; por ello existe la falta de confianza de los comerciantes ante la Administración Tributaria, en cuanto a la recaudación de sus tributos; asimismo, la mayoría de estos contribuyentes no son capacitados y orientados, teniendo como efecto el incumplimiento de pago de sus

obligaciones tributarias en algunos comerciantes. Ante esta problemática los entes recaudadores deberían de comunicar y orientar a los contribuyentes, de manera dinámica y sencilla el destino de sus tributos, con la finalidad de reflejar mayor claridad y credibilidad y confianza para el logro del pago oportuno de sus obligaciones tributarias.

VI. Conclusiones

6.1. Conclusión

Conclusión general

Con respecto al objetivo general, se ha determinado que la cultura tributaria es influyente en el pago oportuno de las obligaciones tributarias de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018; no cuentan con conocimientos sustanciales sobre aspectos tributarios, los valores, creencias y actitudes en tributación son escasos; es decir, no cuentan con educación tributaria y no son capacitados por la Administración Tributaria, tienen perspectivas negativas de la gestión y de los servicios públicos que brinda el Estado y consideran que el pago de sus tributos no es el adecuado.

Como aporte de la investigadora, se propone que los representantes de los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, ante la ausencia de las capacitaciones en cuanto a tributación, deberían solicitar a los entes recaudadores, eventos de capacitación general personalizada, de manera dinámica y sencilla referente al destino de sus tributos, con la finalidad de reflejar mayor claridad, credibilidad y confianza, para el logro del pago oportuno de sus obligaciones tributarias y todo ello va ayudar a los contribuyentes a tener mayor educación en tributación.

Como valor agregado, los entes del sector público y privado, brinden diversas orientaciones en torno al tema de cultura tributaria; asimismo, que puedan organizar diferentes actividades que ayuden a que se pueda mejorar la educación tributaria en toda la población, siendo el cimiento los colegios, mercados, entre otros.

6.2. En relación al Objetivo Específico N.º 1

Se ha descrito que la falta de conciencia tributaria en los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018, origina la indecisión de acceder a la formalidad empresarial, por lo que la mayoría de estos comerciantes no

cumplen con el pago oportuno de sus obligaciones tributarias, desconocen de las generalidades de los tributos, estos comerciantes no se sienten motivados por sus representantes y entes recaudadores; asimismo, indican que los servicios públicos que hacen uso, no son los adecuados.

Como aporte de la investigadora, los representantes de los comerciantes, de la Feria Artesanal “La Plaza”, previa coordinación con los entes recaudadores de los tributos, elaboren un documento guía, en donde se pueda establecer las normas, reglas y plazos a seguir para el pago oportuno de los tributos, todo ello con el fin de contribuir a la instrucción y mejora de la conciencia tributaria de los comerciantes.

6.3. Respecto al objetivo específico N.º 2

Se ha descrito que la educación cívica tributaria, en los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018, es insuficiente, ya que los contribuyentes no cuentan con valores, creencias y actitudes en tributación, la mayoría indicó que se debe implementar en los colegios, una asignatura relacionada con la educación tributaria, porque desconocen la importancia de la tributación; estos comerciantes conocen los tributos a los que esta afecta su negocio, por lo que indican que la responsabilidad de tributar no depende de la educación; pero manifiestan que es importante la cultura tributaria.

Como aporte de la investigadora, se recomienda que los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, practiquen los valores, creencias y actitudes en tributación; asimismo, ser responsables en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, respetando las normas, con el fin de contribuir para el bienestar de toda la población, por otro lado, también recomendar a las instituciones recaudadoras de los tributos, tengan bien organizar charlas permanentes y gratuitas para que los

comerciantes participen y con ello puedan cumplir de forma voluntaria el pago de sus tributos, siendo la única vía para poder batallar con el desconocimiento sobre tributación, es mediante la educación y transmisión de la cultura tributaria.

Como valor agregado, que el Estado implemente un curso determinado y referido a cultura tributaria, en las Instituciones Educativas Públicas y Privadas, porque en la medida que los contribuyentes no sepan para que sirve el tributo, va dar como resultado, que no se sientan convencidos de pagar sus obligaciones.

6.4. Respecto al objetivo específico N.º 3

Se ha descrito que la difusión y orientación tributaria, en los comerciantes de la Feria Artesanal “La Plaza”, de Huaraz, en el año 2018, no es el apropiado, porque mencionan que la SUNAT no les brindó capacitación para el cumplimiento de sus obligaciones, indican que el pago de sus tributos no es adecuado, por ello no están dispuestos a colaborar con esta entidad recaudadora; asimismo, no asisten a las charlas brindadas sobre tributación, mencionan que los Gobiernos Locales no hacen gestión y tampoco administran adecuadamente los tributos recaudados al igual que el Estado, que no informa del destino de las contribuciones.

Como aporte de la investigadora, se recomienda que los comerciantes conocedores del tema de tributos, puedan difundir sus conocimientos a otros de su sector que desconocen el tema, con el fin de que se pueda incentivar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. A la SUNAT, pedirles que ejecuten talleres o charlas, de forma entretenida, con el fin de despertar el interés de los participantes y ayude a tomar conciencia para el pago voluntario de los tributos. Exhortar a los entes recaudadores comunicar y orientar a los contribuyentes, de manera dinámica y

sencilla el destino de sus tributos, con la finalidad de reflejar mayor claridad, credibilidad y confianza para el logro del pago oportuno de sus obligaciones tributarias.

Como valor agregado, las entidades recaudadoras de tributos, informen de manera clara y sencilla, el uso y destino de los tributos recaudados, haciendo uso de nuestra televisora nacional, con el fin de que la información llegue de manera oportuna a toda la población.

Aspectos complementarios

Referencias Bibliográficas

Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Accounting, p. 73-90.

- Arauzo, M. (2019). *Cultura Tributaria y evasión de tributaria en las empresas Ferreteras del Distrito de Huánuco 2017*. Informe final del trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller en Contabilidad. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huánuco.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16972/CONCIENCIA-CULTURA_RIVERA_ROSAS_CORINA_LEONOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, E. (2021). *Investigación cuantitativa*. Economipedia.com
- Barandiarán, A. (2021). *Qué son los Tributos y tipos: impuestos, tasas y contribuciones especiales*. Economía responsable.
<https://economiaresponsable.com/impuestos/que-son-los-tributos-y-tipos/ban>
- Bayona, L. (2020). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos en el Mercado Modelo, Chiclayo, 2018*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Señor de Sipan. Pimental.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7197/Bayona%20Zapata%2c%20Luis%20Ángel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, J., & Maza J. (2017). *Influencia de la cultura tributaria en la recaudación del impuesto a la renta de tercera categoría de las empresas constructoras de la ciudad de Huaraz - 2016*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo. Huaraz.

http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2179/T033_70508938_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Camacho, A., & Patarroyo, Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. Trabajo de grado para optar el título de Contador Público. Universidad Minuto de Dios. Bogotá. Recuperado de:

<https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20TRIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Camarzana, A. (2016). *La transparencia en la Administración Pública*. Trabajo de fin de grado. Universidad del País Vasco. Vasco.

<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/20643/TFG.%20La%20transparencia%20en%20la%20administraci%C3%B3n%20p%C3%BAblica.pdf?sequence=1>

Candiotti, J. (2021). *Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en una galería comercial del emporio de Gamarra- La Victoria 2021*. Tesis para optar título de Contador Público. Universidad Peruana de las Américas. Lima. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1305/CANDIOTTI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cárdenas, G. (2020). *La educación tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias*.

<file:///C:/Users/HP/Downloads/2307-8372-1-PB.pdf>

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (2018). *Marco de referencia para el aseguramiento de la integridad y los valores en las administraciones tributarias*.

<https://ciatorg.sharepoint.com/sites/cds/Conocimientos/Redes/Comite>

Etica/2018_integridad_valores_AT.pdf?originalPath=aHR0cHM6Ly9jaWF0b3JnLnNoYXJlcG9pbmQuY29tLzpiOi9zL2Nkcy9FUTBrOHdKMFY3RkNnQ1c5ajVERlM0Z0JvSlh5VXk3c0JSY01rMk96OGJnLURRP3J0aWl1PVotWGZPcG9kMlVn

CEPAL. (2016). *Evasión tributaria en América Latina*. Santiago de Chile. Naciones Unidas.

Condori, R. (2019). *Cultura tributaria y su influencia en la evasión del impuesto a la renta de cuarta categoría de los profesionales abogados y odontólogos de la ciudad de Ilave, período 2017*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano. Puno.

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10794/Condori_Ticona_Ronald.pdf?sequence=1&isAllowed=y

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10794/Condori_Ticona_Ronald.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Córdoba, M. (2003). *Estadística descriptiva e inferencial (5ta. Ed.)*. Lima. Moshena.

Cotrina, K. (2018). *La incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias: comerciantes de la sección ropa mercado Central de Chiclayo 2017*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Señor de Sipan. Pimentel.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5231/Ipanaqu%20c3%a9%20Cotrina%20Karen%20del%20Roc%20c3%ado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cuellar, M. (2018). *¿Por qué es importante la orientación al contribuyente?*.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Lima, Perú.

- Crespo, E. (2020). *Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas*.
<https://www.bbva.com/es/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas/>
- Cruz, E., & Damian, L. (2018). “*Educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado de abastos de Huancavelica - 2015*”. Tesis para optar el grado de Contador Público. Universidad de Huancavelica. Huancavelica.
<https://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/2260>
- Chávez, C. (2017). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado Señor de la Soledad de Huaraz*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Huaraz.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1601/CULTURA_TRIBUTARIA_OBLIGACIONES_TRIBUTARIAS_COMERCIANES_CHAVEZ_RODRIGUEZ_CLAUDIA_GIOVANNA.pdf?sequence=4&isAllo wed=y
- De la Torre, I., Manguel, R. & Padilla, L. (2019). *La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia*. Santa Marta. Universidad Cooperativa de Colombia.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16533/1/2019_implementation_cultura_tributaria.pdf
- Díaz, B. (2020). *Cultura tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias en profesionales de la odontología que ejercen actividad independiente en la Ciudad de Iquitos – Primer trimestre 2020*. Tesis para obtener el título

profesional de Contadora Público con mención en Finanzas Corporativas.

Universidad Privada de la Selva Peruana. Iquitos.

<http://repositorio.ups.edu.pe/bitstream/handle/UPS/226/Informe%20de%20tesis%20Contabilidad%20-%20Brillet%20A.%20Diaz%20Nieto%202020.pdf>

Díaz, V.(2019). *Caracterización de la cultura tributaria de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa Ferretería Katherine, Chimbote 2016*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9071/CULTURA_TRIBUTARIA_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_DIAZ_MENDOZA_VICTOR_JULIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Estevez, A. (2020). *Evaluación de los factores que determinan la falta de educación fiscal como parte de la cultura tributaria*. Tesis para optar el grado de Doctorado en Tributación. Universidad Galileo. Guatemala.

<http://biblioteca.galileo.edu/tesario/bitstream/123456789/1006/1/TESIS%20DOCTORAL%20LICDA.%20ESTEVEZ.pdf>

Flores, D. (2019). *Planificación tributaria y su relación con el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los clientes de la empresa Contex Aquino E.I.R.L. 2018*. Tesis para optar el grado de Contadora Pública. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos.

<http://repositorio.unapiquitos.edu.pe>

García, G. (2017). *Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el Recreo*. Título para optar el grado de Contador Público Autorizado.

Universidad de Guayaquil. Ecuador.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19982/1/TESIS%20IMPACTO%20DE%20LA%20FALTA%20DE%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20DE%20CONTRIBUY.pdf>

Gil, K. (2017). *Cultura Tributaria en Peru. Colombia, Bogotá*. Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Giraldo, G., Meléndez, A., & Mosquera, H. (2018). *Educación fiscal, ¿política de estado o de Gobierno?*. Universidad ICESI. Santiago de Cali.

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84323/1/T01641.pdf

Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México D.F. Red Tercer Milenio.

Hanco, L., & Bañón M. (2016). *La cultura tributaria y su incidencia en el grado de cumplimiento de las obligaciones tributarias de lo profesionales que ejercen actividades independientes del ilustre colegio de abogados del Cuzco 2015*. Tesis para optar el título de Contador Público.

Universidad Andina del Cusco. Cusco.

https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/788/Lilian_Mar%c3%ada_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.

Hernández, K., & Zapata, L. (2017). *Cultura tributaria en Perú*. Artículo para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad Uniempresarial. Colombia-Bogotá.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/T%20CP%20G463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herrera, Y. (2018). *La conciencia tributaria en la población de Lima Metropolitana y su relación con el principio de solidaridad*. QUIPUKAMAYOC. Facultad de Ciencias Contables – UNMSM.

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiAhf6WvPT1AhXgSzABHYJCCoIQFnoECBwQAQ&url=https%3A%2F%2Frevistasinvestigacion.unmsm.edu.pe%2Findex.php%2Fquipu%2Farticle%2Fdownload%2F14845%2F13200%2F52321&usg=AOvVaw3g_gxdYmoxMzvaRIgEn5qj

Huala, D. (2021). *¿Qué es el Código Tributario en Chile?*.

<https://blog.nubox.com/contadores/que-es-el-codigo-tributario>

Huatay, L., & Sánchez, A. (2018). *Influencia de la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del mercado San Antonio – Cajamarca, julio 2018*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Privada del Norte. Cajamarca.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14764/Huatay%20La%20v%20c3%a1n%20Luisa%20Analy%20-%20S%20c3%a1nchez%20Araujo%20Ang%20c3%a9lica%20Mar%20c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Iribas, A. (2018). *Deber Moral: Características y Ejemplos*.

<https://www.lifeder.com/deber-moral/>

Lavado, K. (2019). *Cultura tributaria y recaudación tributaria en el ciudadano de la Municipalidad Provincial de Casma, 2019*. Tesis para obtener el grado

académico de Maestra en Gestión Pública. Universidad César Vallejo.
Chimbote.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39753/Lavado_VKJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López, J. (1998). *Proceso de investigación*. Caracas. Panapo.

Mendoza, F., Palomino, R., Robles, J., & Ramírez, S. (2016). *Correlación entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: caso universidad estatal de sonora*. Revista Global de Negocios.

<https://www.theibfr.com/download/rgn/2016-rgn/rgn-v4n1-2016/RGN-V4N1-2016-5.pdf>

Montiel, S., Peña, A., & Martínez, C. (2020). *Cultura tributaria: Formas de mejorarla*. Editorial Universidad Libre. Cartagena.

<https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/libros/Cultura-Tributaria.pdf>

Mora, M., & Enríquez, J. (2018). *Cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias*. Revista UNIMAR.

<http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/unimar/article/view/1454>

Morales, A. (2019). *Valores cívicos*. En: Significados.com.

<https://www.significados.com/valores-civicos/>

Negrón, B. (2019). *Cultura tributaria y afectación del cumplimiento de obligaciones tributarias, comerciantes de ropa, Mercado Modelo, Chimbote- 2018*. Tesis para obtener el título profesional de Contadora Pública. Universidad San Pedro. Chimbote.

http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/11499/Tesis_61813.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Núñez, F. (2021). *Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria en una galería comercial del Emporio de Gamarra- La Victoria 2021*. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Peruana de las Américas. Lima.

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1503/CANDIOTTI%20QUISPE.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Paredes, R. (2017). *Medidas para combatir la informalidad y la evasión tributaria*. Obtenido del Colegio de Contadores Públicos de Lima. <http://www.ccpll.org>

Pérez, R. (2020). “*Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado central del Distrito de Bambamarca, año 2020*”. Tesis para optar el título de profesional de Contador Público. Universidad Nacional de Cajamarca.

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/4264/TESIS%20-%20PÉREZ%20ACUÑA%20REIER%20ELIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Raffino, M. (2021). *Concepto de Estado*. <https://concepto.de/estado/>

Robles, D. (2016). *Los factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio de la Ciudad de Chimbote*. Tesis para optar el grado de Maestro en Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.

<https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4602/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20-%20DANIEL%20ROBLES%20CAMPOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ruiz, J. (2017). *La cultura tributaria y la gestión municipal*. QUIPUKAMAYOC. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/13992/12386>
- Sabino, C. (1986). *El proceso de Investigación*. Editorial Panapo, Caracas. Venezuela.
- Saldaña, E. (2016). *El procedimiento de cobranza coactiva como manifestación del principio de autotutela administrativa en la Empresa DEEPER PRODUCTS S.A.C. en el periodo 2014 – 2015*. Tesis para obtener el grado de abogada. Universidad Señor de Sipan.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6305/Saldaña%20Benancio%2C%20Esther%20Yolanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, P. (2018). *Responsabilidad: ¿Qué es? Concepto y claves para ser más responsable*. <https://blog.cognifit.com/es/responsabilidad/>
- Sarduy, M., & Idania, G. (2016). *La cultura tributaria en la sociedad cubana: Un problema a resolver*. *Cofin Habana*, 126-141.
- Segura, D. (2019). *Cultura tributaria en la evasión de impuestos por arrendamiento de habitaciones a estudiantes del comedor universitario de la UNASAM. 2017-2018*. Tesis guiada para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. Huaraz.
http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/4283/T033_45261564_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Suarez, P. (2018). “*La cultura tributaria y el desarrollo empresarial en las microempresas del sector textil. La Victoria -2018*”. Tesis para obtener el

grado en licenciado en administración de empresas. Universidad Autónoma del Perú. Lima.

<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/709/Suarez%20Villavicencio%2c%20Patrick.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tamayo y Tamayo, M.(2002). *El Proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa S.A. de C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES Balderas 95. México, D.F.

Torres, O. (2018). *Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Puno, 2018*. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Juliaca.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2612/CULTURA_TRIBUTARIA_TORRES_APAZA_SEBASTIAN_OSCAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdivia, G. (2008). *Enfoque descripti y experimental en epidemiología*.

https://nanopdf.com/download/el-enfoque-descriptivo-los-estudios-descriptivos-son-aquellos-que_pdf

Vanegas, Y.(2016). Caracterización de la cultura tributaria en los estudiantes de educación básica secundaria. Caso grado noveno del Colegio Externado Nacional Camilo Torres de Colombia.

https://ciencia.lasalle.edu.Co/contaduria_publica/610

Vela, V. (2017). *Cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016*. Tesis para optar el título profesional de Contadora Público. Universidad Ricardo Palma. Lima.

http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1468/T030_41367227_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vera, L. (2018). *La cultura tributaria y su influencia en el pago del impuesto a la renta del Cantón Pedro Carabobo 2017*. Trabajo de titulación de grado previo a la obtención del título de ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría-CPA. Universidad Estatal del Milagro. Ecuador.

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/4265/LA%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20PAGO%20DEL%20IMPUESTO%20A%20LA%20RENTA%20DEL%20CANTON%20PEDRO%20CARBO%20E.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Verona, J. (2018). *Conoce cuántos regímenes tributarios hay en el Perú y en qué se diferencian*. Grupo Verona - Soluciones Tributarias

Villegas, F. (2019). *Carencia de cultura tributaria en los habitantes de la Ciudad de Milagro -Ecuador*. Revista caribeña de ciencias sociales.

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/04/carencia-cultura-tributaria.html>

ANEXOS

ANEXO 01: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CUESTIONARIO DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Fecha: - - 2021.

Código:

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger datos sobre la cultura tributaria con fines académicos para poder responder al objetivo planteado en la investigación: Describir las características de la cultura tributaria de los comerciantes de la feria artesanal La Plaza, Huaraz, 2018.

a) SI

b) NO

17. ¿Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación?

a) SI

b) NO

18. ¿Su pago de los tributos, hechos a la SUNAT es el adecuado?

a) SI

b) NO

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

ANEXO 02: Protocolo de consentimiento informado para encuestas



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la feria artesanal “la plaza”, Huaraz, 2018 y es dirigido por la alumna: Villanueva Malvas Teofila Giovana, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir la Caracterización de la cultura tributaria de los comerciantes de la feria artesanal “la plaza”, Huaraz, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 05 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo tvillanueva@hotmail.es, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Santa Guadalupe Príncipe

Fecha: 20/04/2021

Correo electrónico: _____

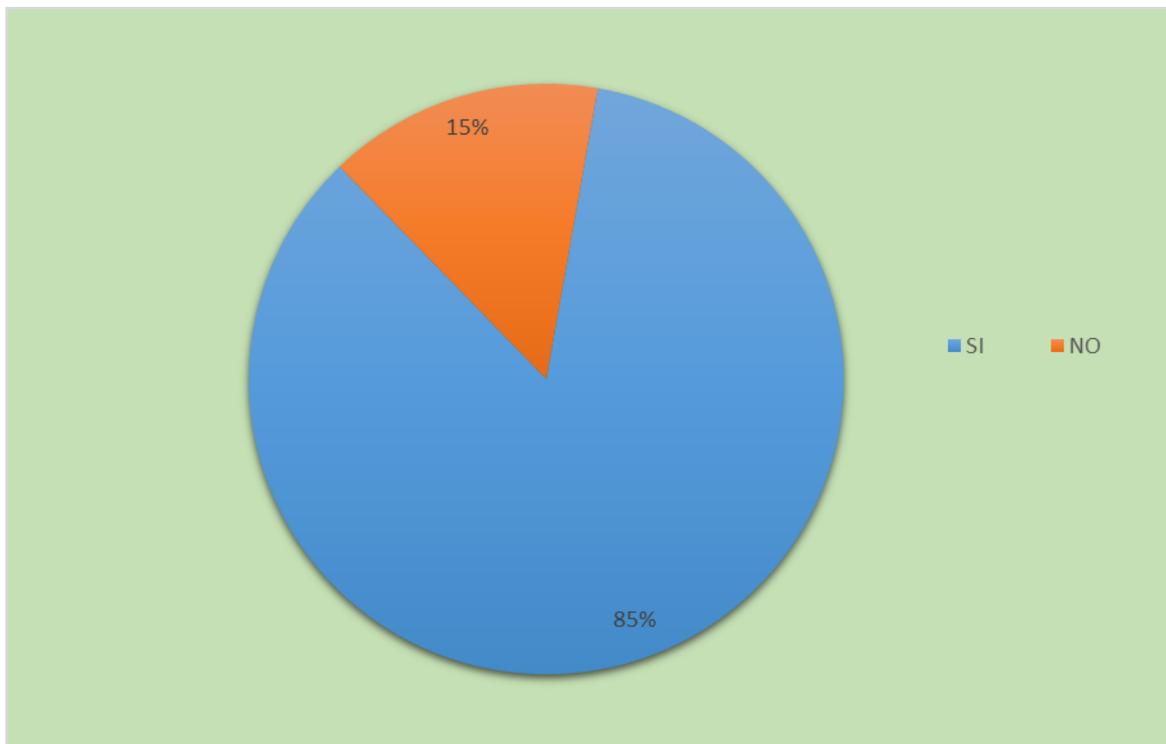
Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

FIGURAS ESTADÍSTICAS

Figura 1

Está al tanto de las generalidades de los tributos.



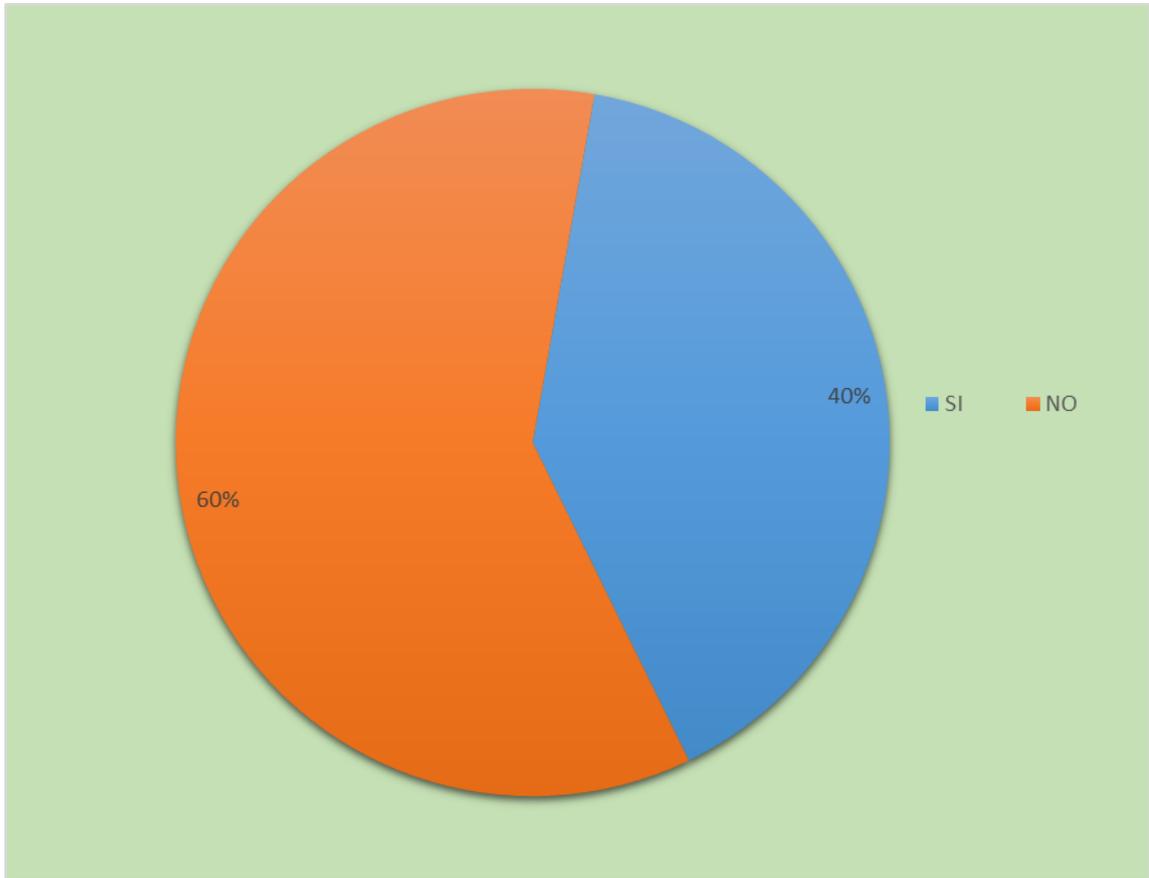
Fuente: Tabla 1

Interpretación:

Según la figura 1, del 100% de encuestados, el 85% indicó que no están al tanto de las generalidades de los tributos, el 15% indicó que se encuentran al tanto de las generalidades de los tributos.

Figura 2

Existe decisión en el contribuyente para el acceso a la formalización empresarial.



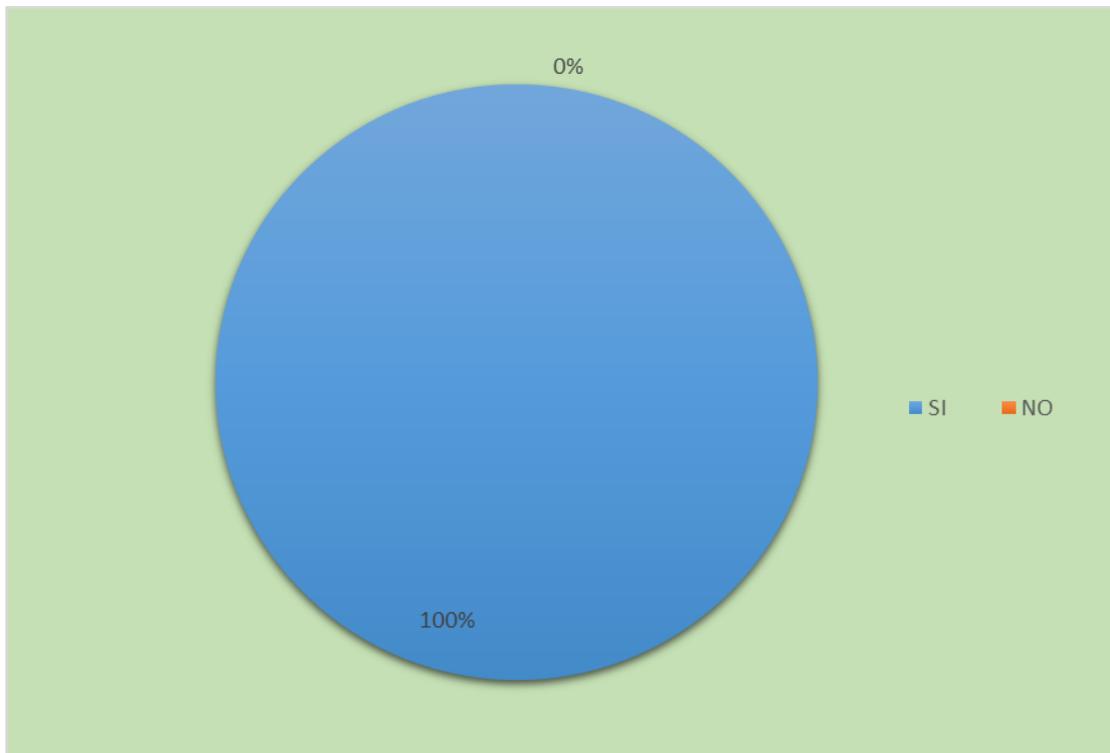
Fuente: Tabla 2

Interpretación:

Según la figura 2, del 100% de encuestados, el 60% indicó que el contribuyente no tiene decisión para el acceso a la formalización empresarial y el 40% indicó que el contribuyente tiene decisión para el acceso a la formalización empresarial.

Figura 3

Hace uso de los servicios públicos.



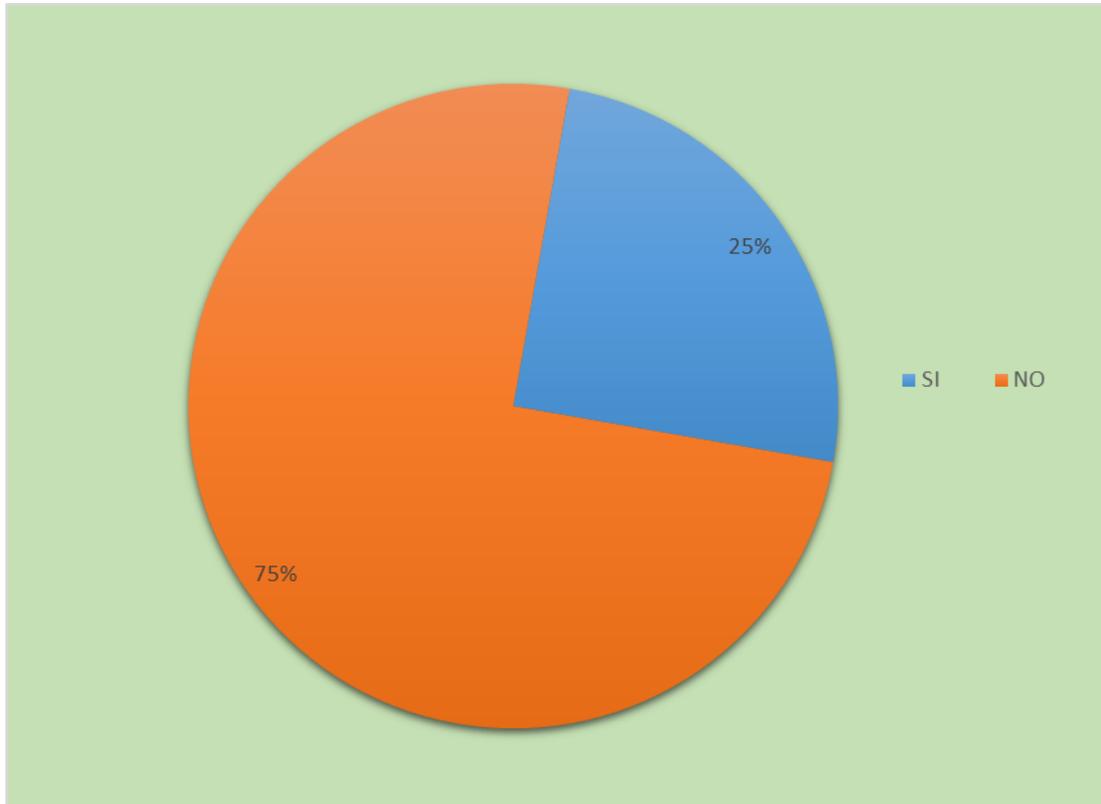
Fuente: Tabla 3

Interpretación:

Según la figura 3, del 100% de encuestados, el total de comerciantes indicó que hacen uso de los servicios públicos.

Figura 4

Son adecuados los servicios públicos suministrados.



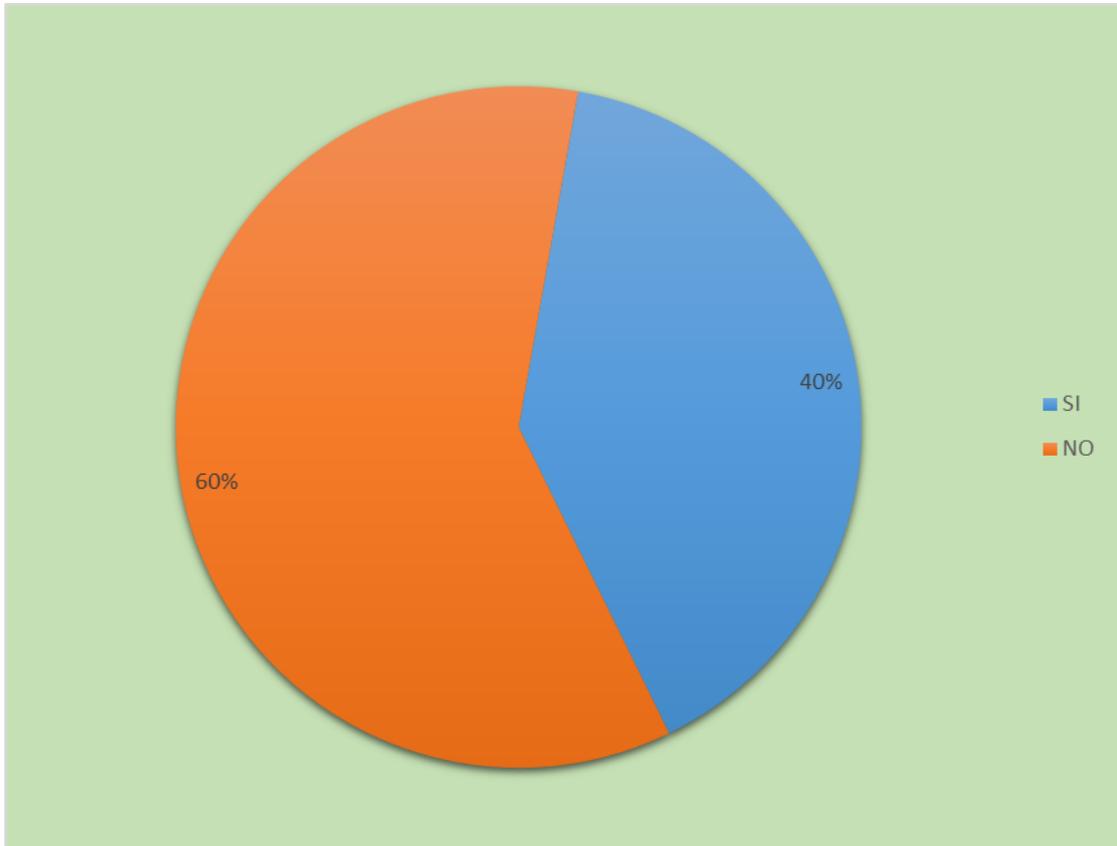
Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Según la figura 4, del 100% de encuestados, el 75% indicó que los servicios públicos no son adecuados y el 25% indicó que los servicios públicos son adecuados.

Figura 5

Cumple usted oportunamente con el pago de sus tributos.



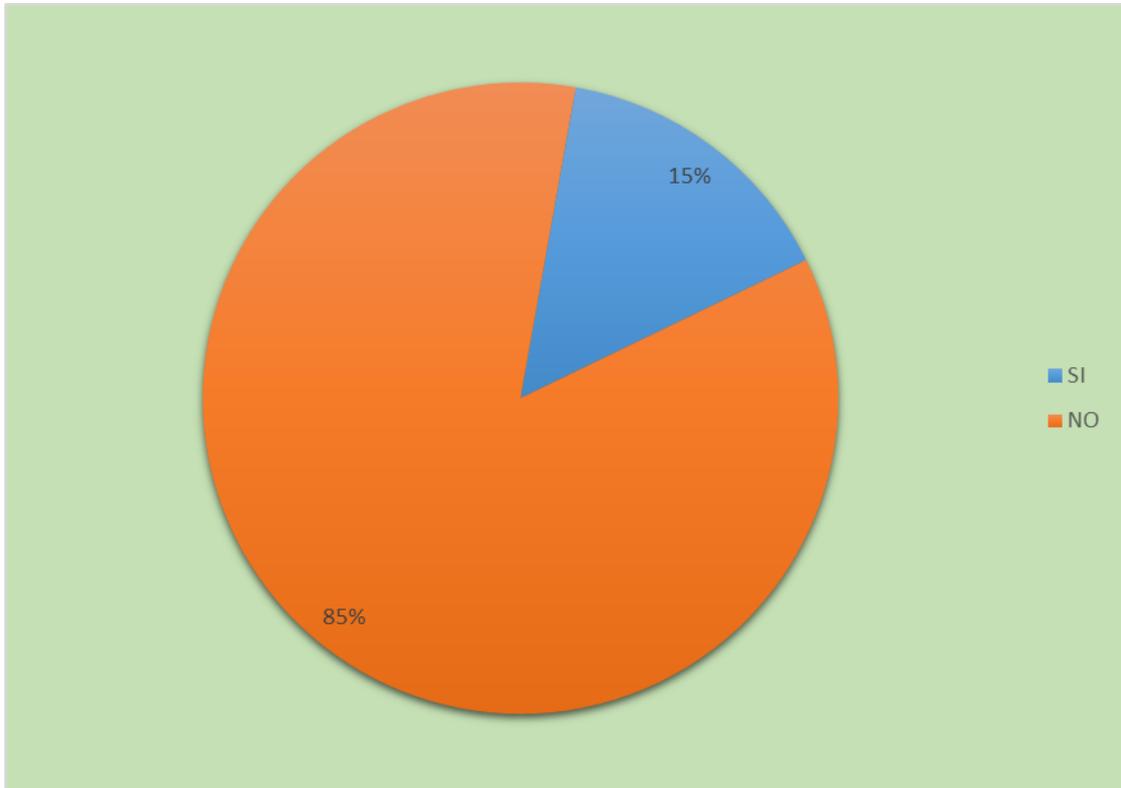
Fuente: Tabla 5

Interpretación:

Según la figura 5, del 100% de encuestados, el 60% indicó que no cumplen oportunamente con el pago de sus tributos, mientras que el 40% indicó que cumplen oportunamente.

Figura 6

Cuenta con alguna motivación para hacer el pago oportuno de sus tributos.



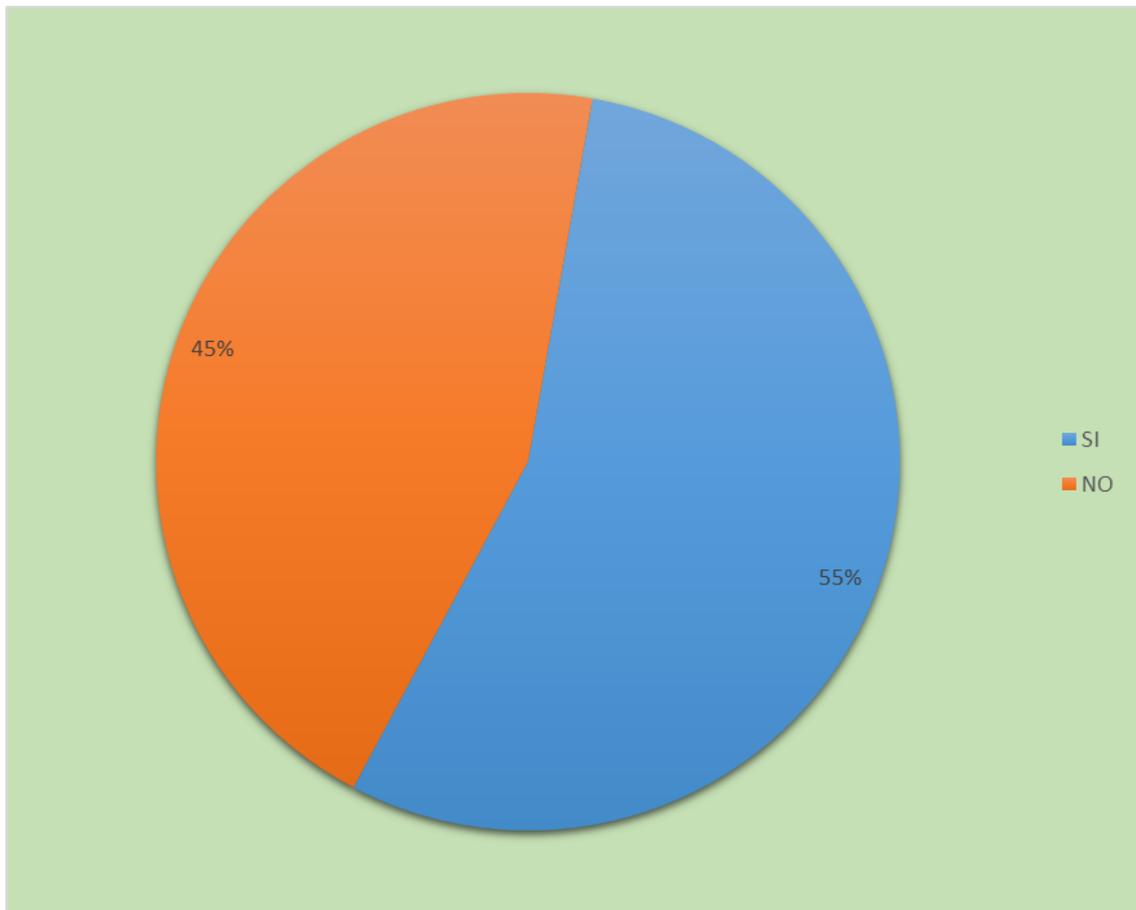
Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Según la figura 6, del 100% de comerciantes encuestados, el 85% indicó que no son motivados para hacer el pago oportuno de sus tributos y el 15% indicó que reciben motivación para hacer el pago oportuno de sus tributos.

Figura 7

En los colegios debe existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria.



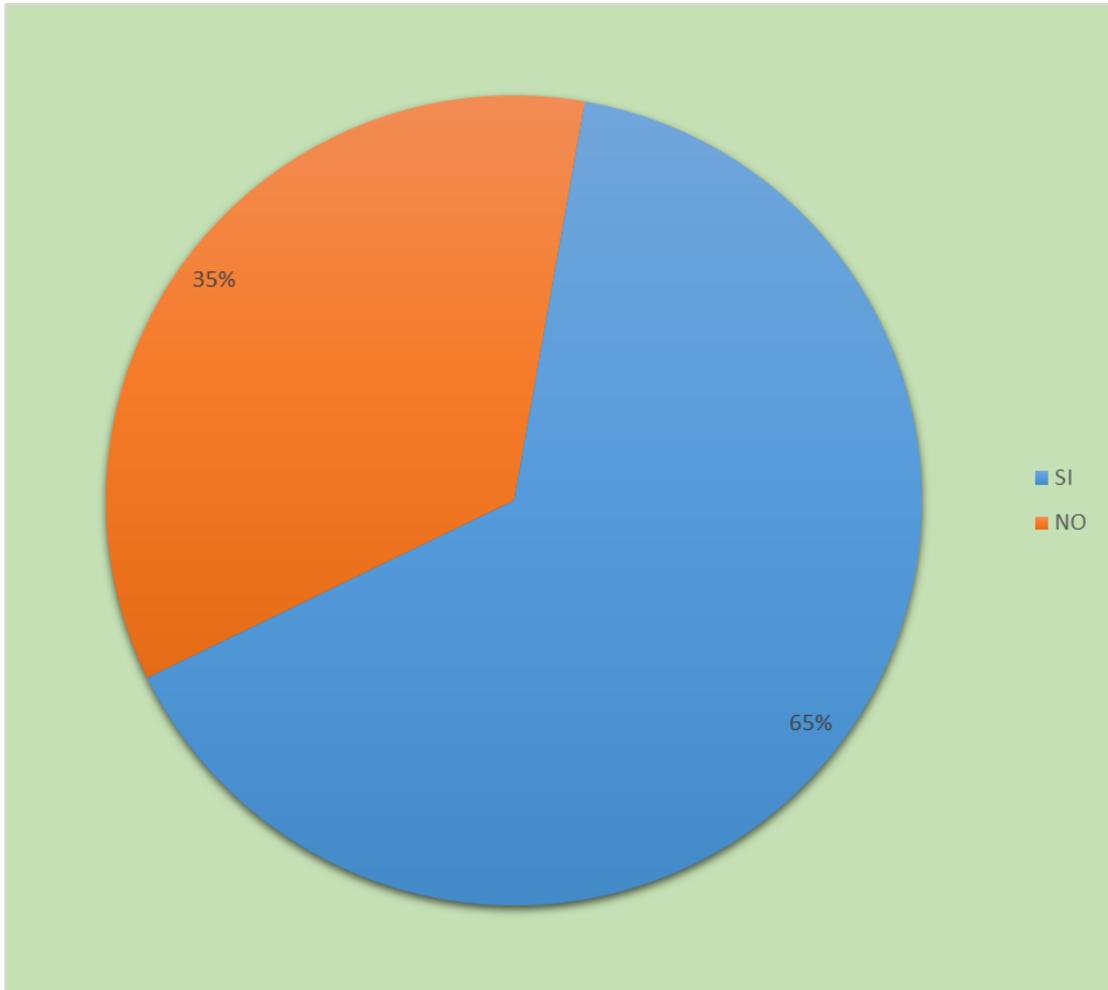
Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Según la figura 7, del 100% de encuestados, 55% indicó que en los colegios deben existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria, mientras que el 45% indicó que en los colegios no deben existir una asignatura relacionada con la Educación Tributaria.

Figura 8

Conoce los tributos a los cuales esta afecto su negocio.



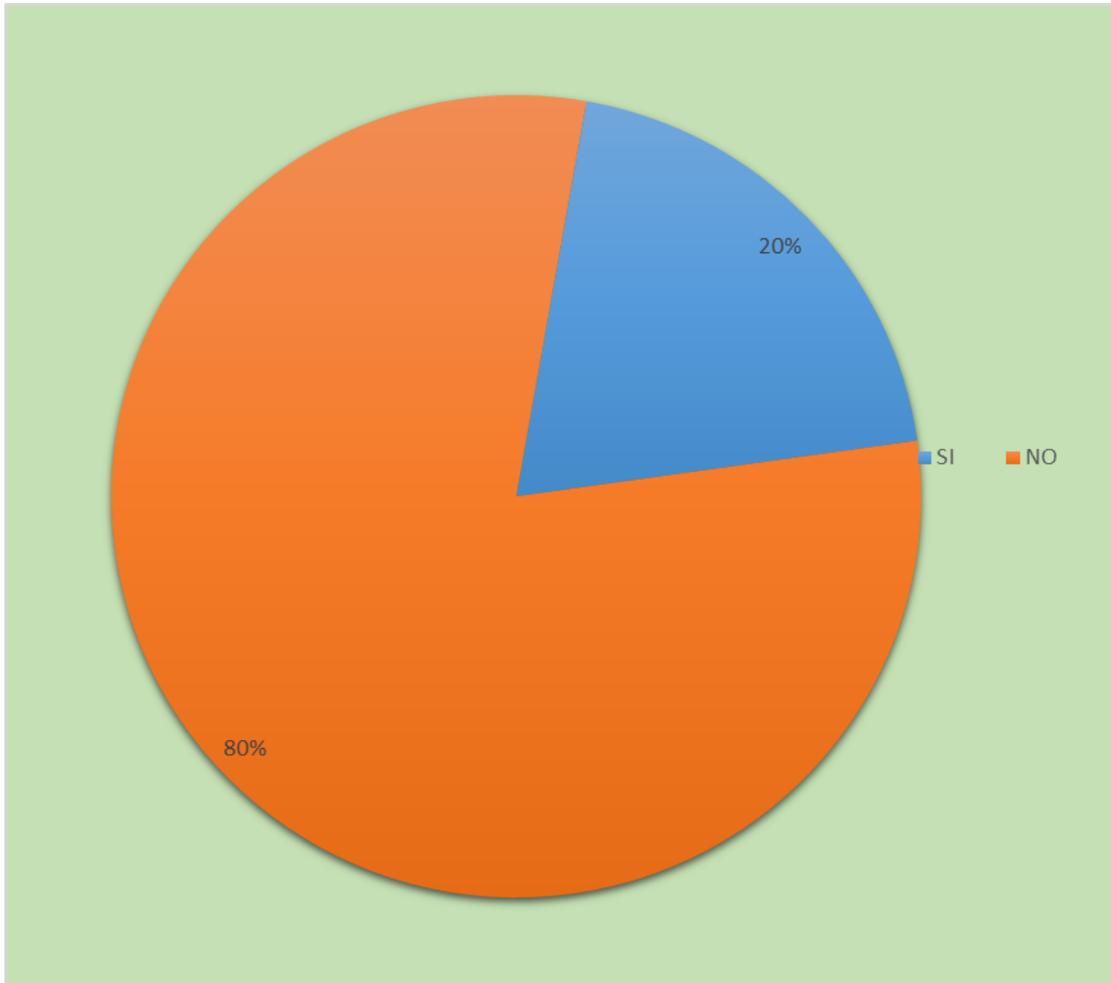
Fuente: Tabla 8

Interpretación:

Según la figura 8, del 100% de los comerciantes encuestados, el 65% indicó que conocen los tributos al que esta afecto su negocio y el 35% indicó no conocer los tributos al que está afecto su negocio.

Figura 9

El contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación.



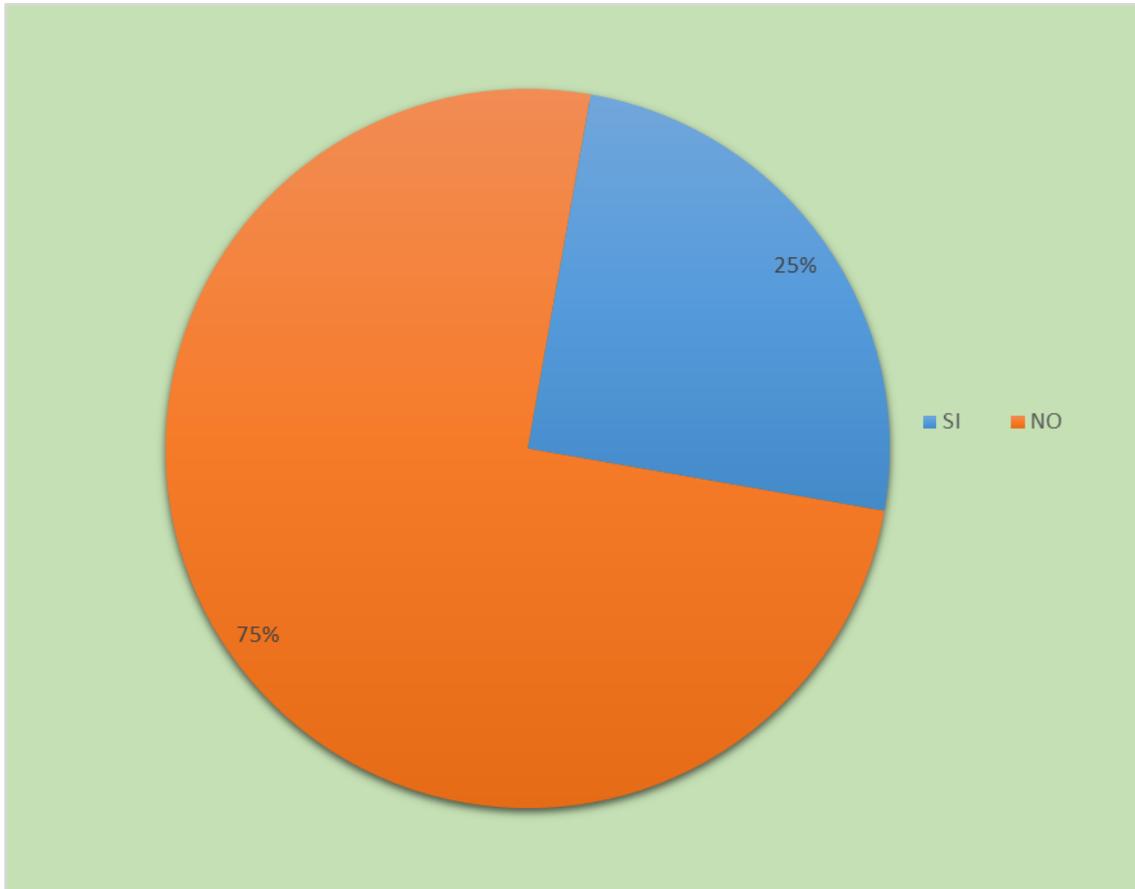
Fuente: Tabla 9

Interpretación:

Según la figura 9, del 100% de encuestados, el 80% indicó que el contribuyente no tiene valores, creencias y actitudes en tributación, mientras que 20% indicó que el contribuyente tiene valores, creencias y actitudes en tributación.

Figura 10

Tiene conocimiento sobre la importancia de la tributación.



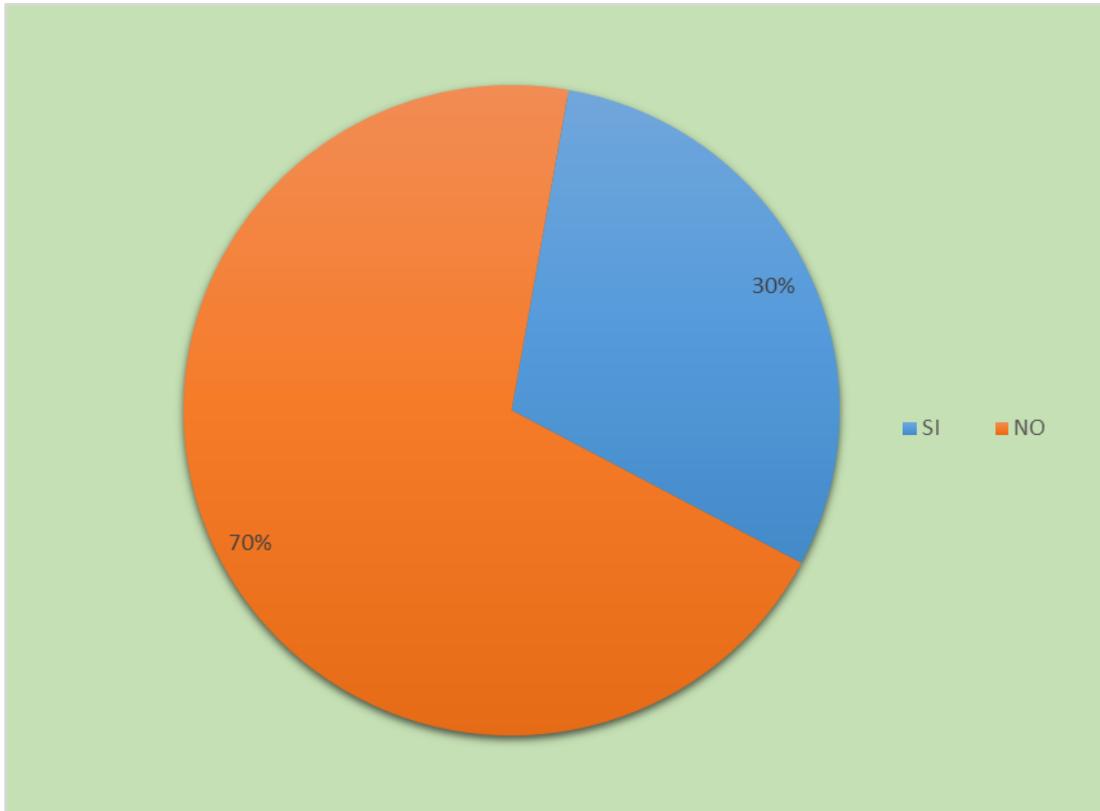
Fuente: Tabla 10

Interpretación:

Según la figura 10, del 100% de los comerciantes encuestados, el 75% indicó que no conoce la importancia de la tributación, mientras el 25% indicó que conocen la importancia de la tributación.

Figura 11

La responsabilidad de tributar depende de la educación.



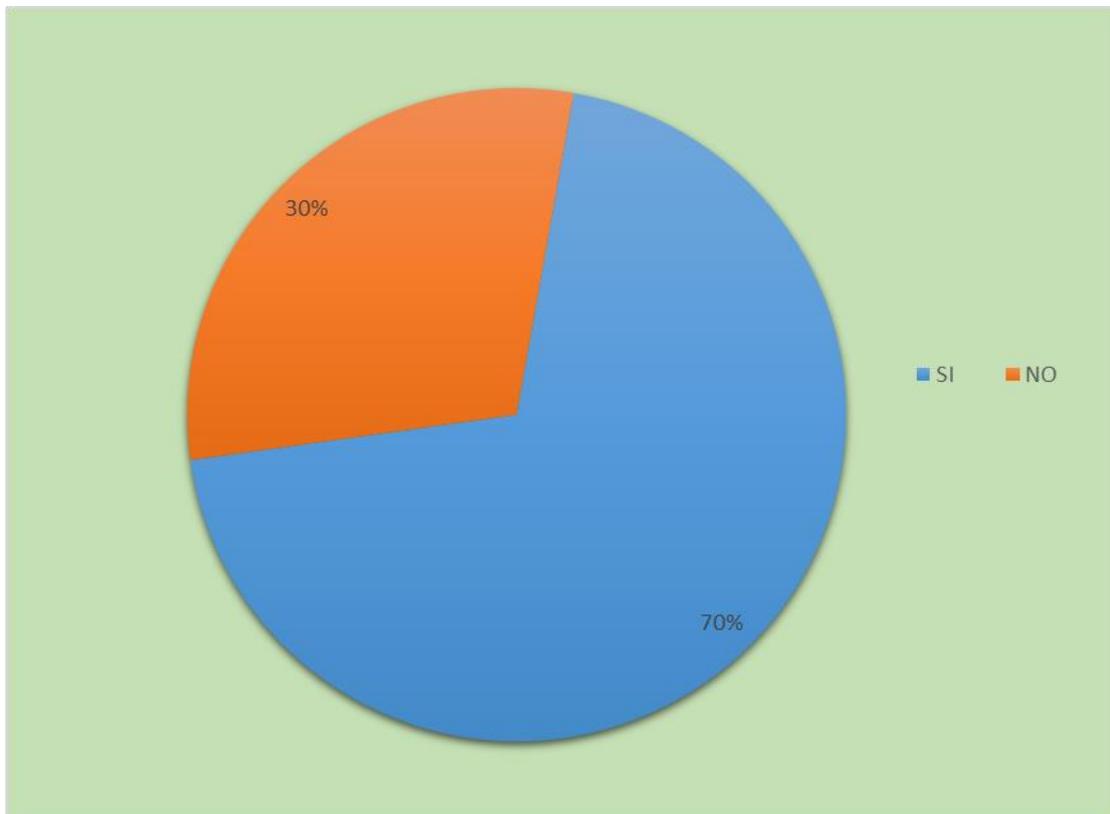
Fuente: Tabla 11

Interpretación:

Según la figura 11, del 100% de encuestados, el 70% indicó que la responsabilidad de tributar no depende de la educación, mientras que el 30% indicó que la responsabilidad de tributar depende de la educación.

Figura 12

Es importante para usted la cultura tributaria.



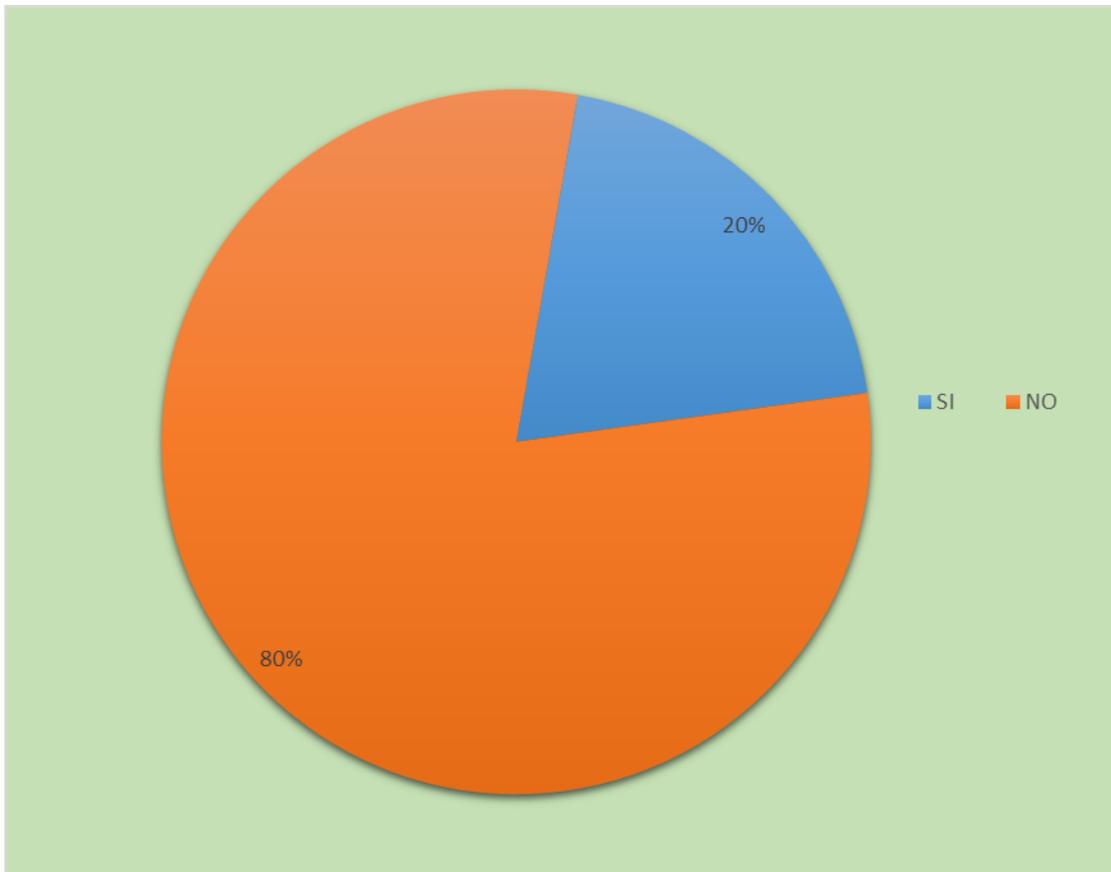
Fuente: Tabla 12

Interpretación:

Según la figura 12, del 100% de encuestados, el 70% indicó que la cultura tributaria es importante, mientras que el 30% indicó que la cultura tributaria no tiene ninguna importancia.

Figura 13

Cree que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados.



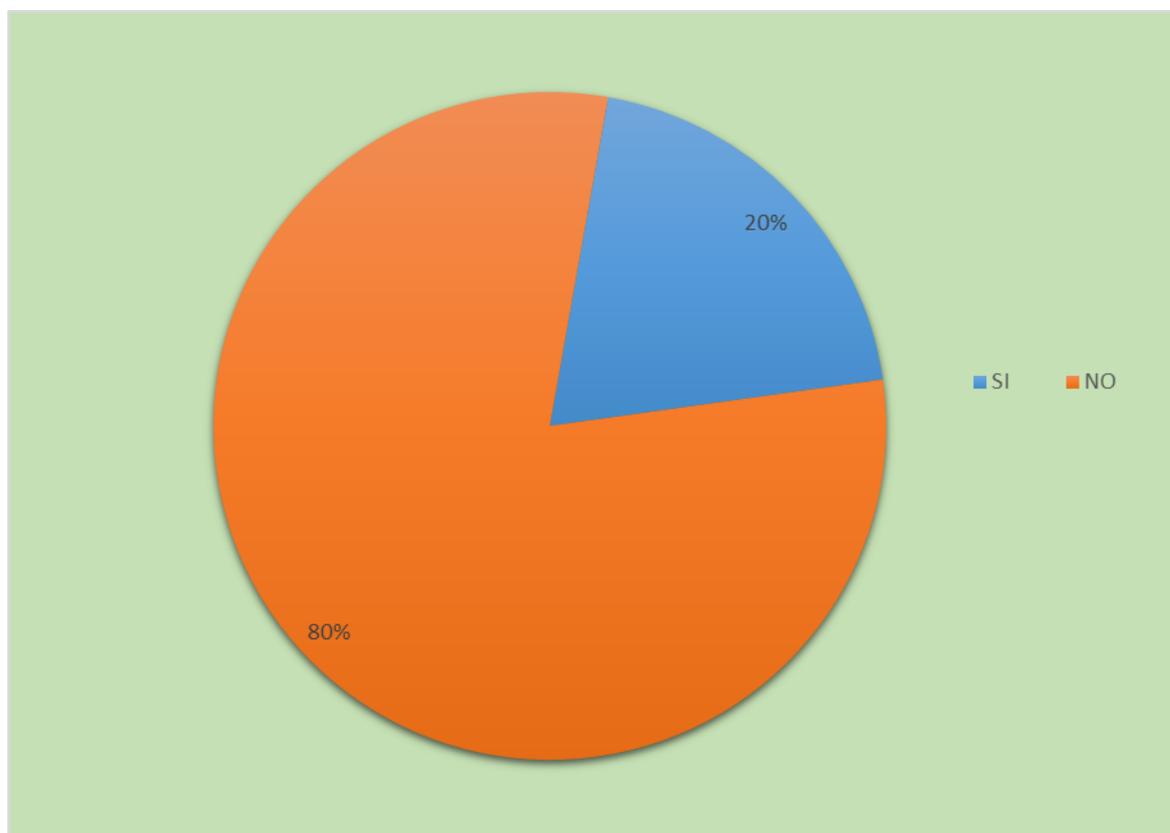
Fuente: Tabla 13

Interpretación:

Según la figura 13, del 100% de encuestados, el 80% indicó que los Gobiernos Locales no gestionan, ni administran adecuadamente los tributos recaudados, mientras que el 20% indicó que los Gobiernos Locales gestionan y administran adecuadamente los tributos recaudados.

Figura 14

El Estado informa el destino de los tributos recaudados.



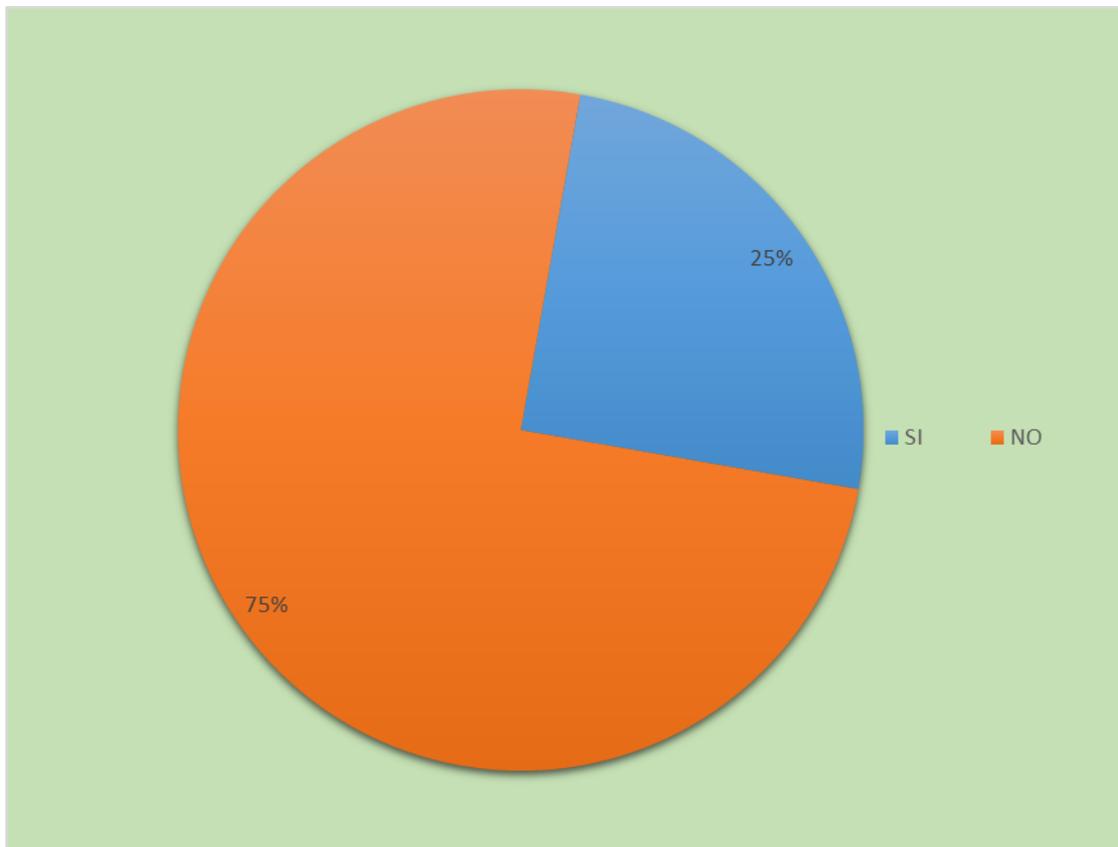
Fuente: Tabla 14

Interpretación:

Según la figura 14, del 100% de encuestados, el 80% indicó que el Estado no informa el destino de los tributos recaudados y el 20% indicó lo contrario.

Figura 15

Está dispuesto a colaborar con la SUNAT.



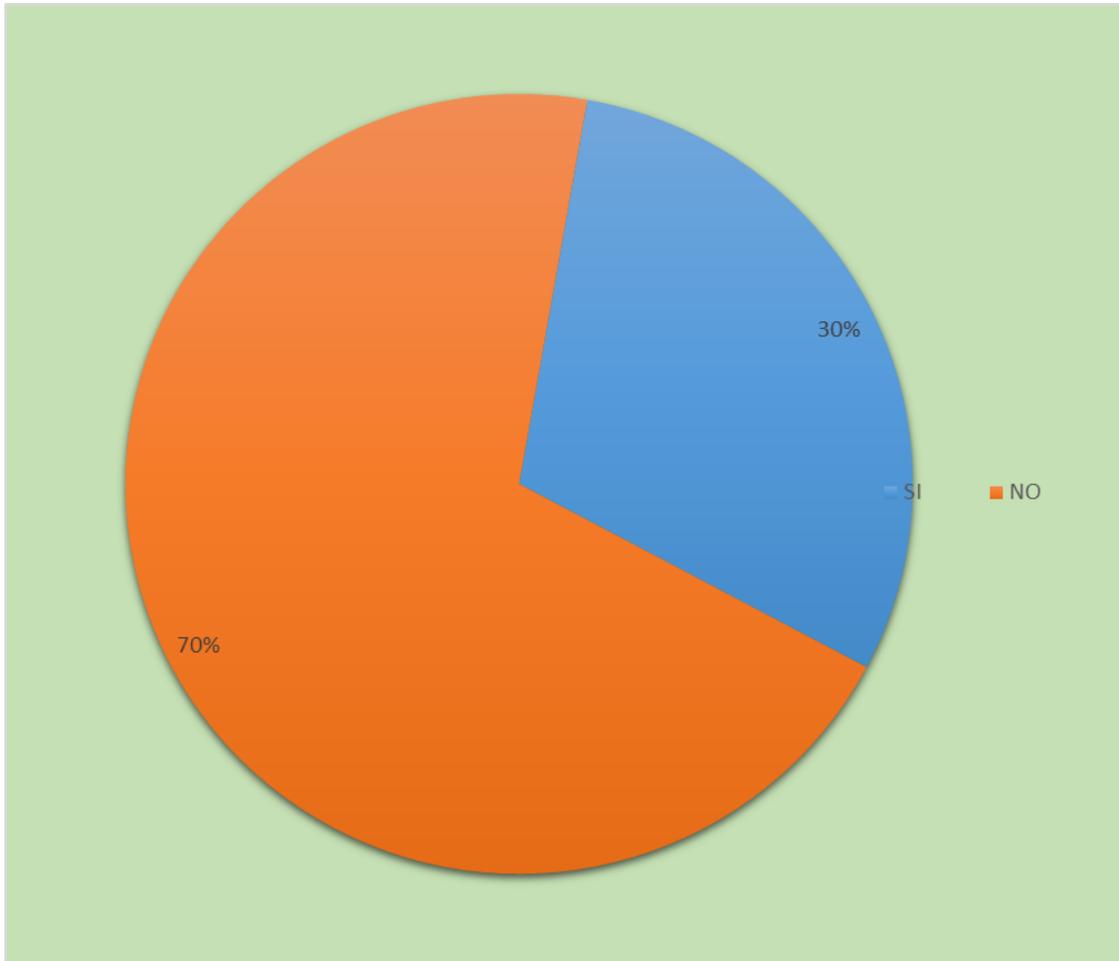
Fuente: Tabla 15

Interpretación:

Según la figura 15, del 100% de encuestados, el 75% indicó que no se encuentran dispuestos a colaborar con la SUNAT, mientras que el 25% indicó que están dispuestos a colaborar con la SUNAT.

Figura 16

La SUNAT le brindó capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias.



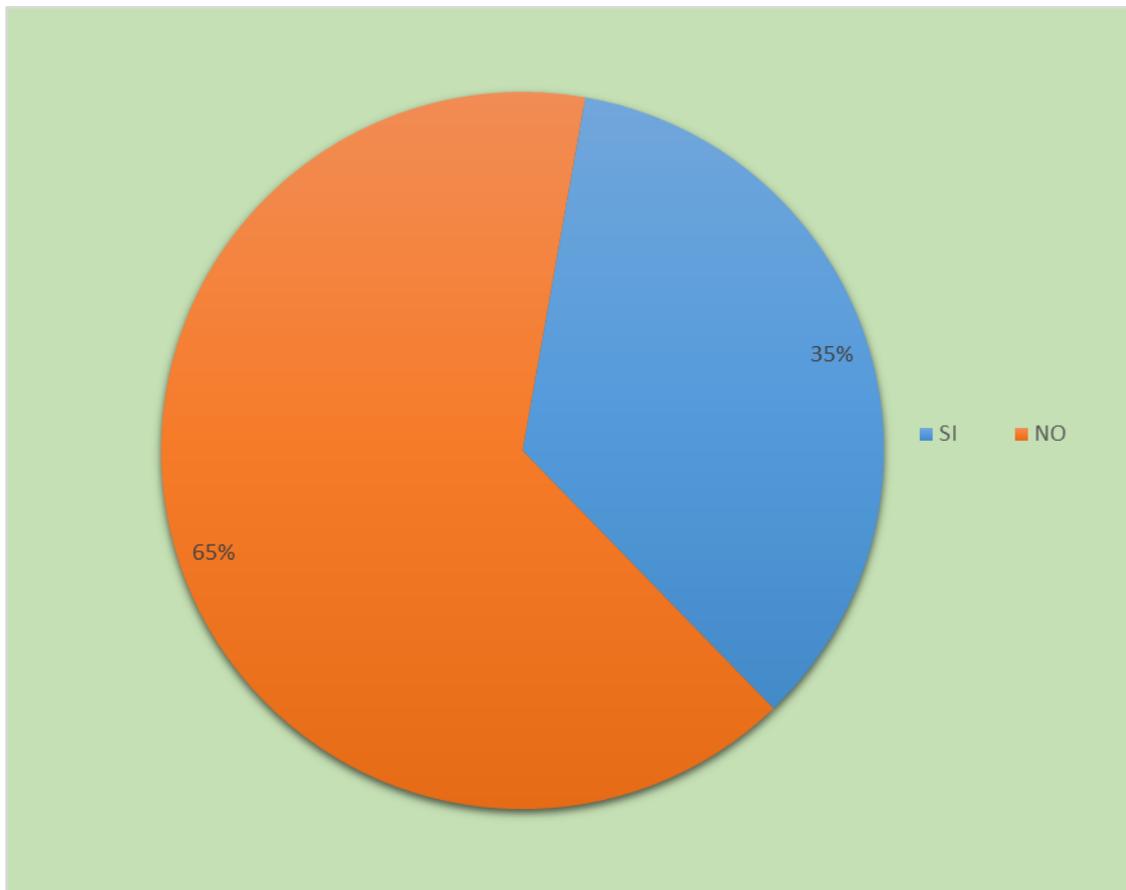
Fuente: Tabla 16

Interpretación:

Según la figura 16, del 100% de encuestados, el 70% indicó que la SUNAT no les brindó capacitación para cumplir sus obligaciones tributarias, mientras 30% indicó que la SUNAT les brindó capacitación para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Figura 17

Asiste a charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación.



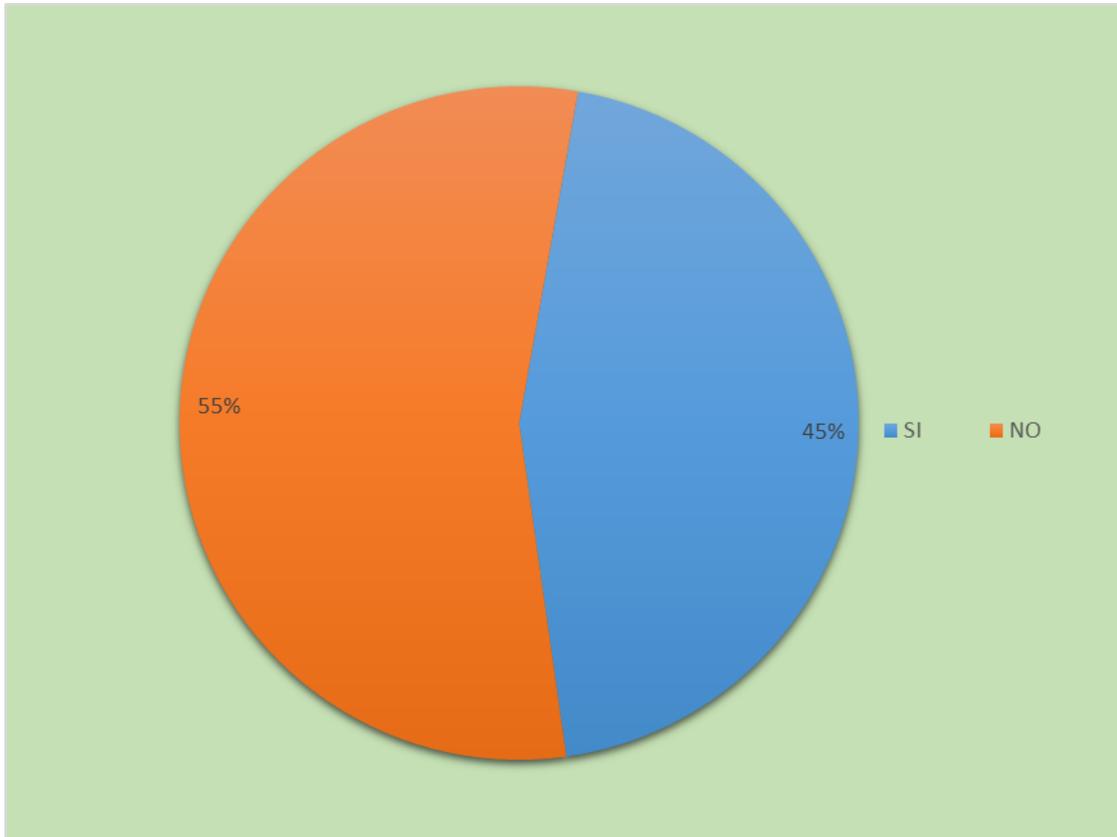
Fuente: Tabla 17

Interpretación:

Según la figura 17, del 100% de los comerciantes encuestados, el 65% indicó que no asisten a las charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación, mientras el 35% indicó que asisten a las charlas dictadas por la SUNAT sobre tributación.

Figura 18

El pago de sus tributos, hecho a la SUNAT es el adecuado.



Fuente: Tabla 18

Interpretación:

Según la figura 18, del 100% de los encuestados, el 55% indicó que el pago de sus tributos hechos a la SUNAT no es el adecuado, mientras el 45% indicó que el pago de sus tributos ante la SUNAT es adecuado.