



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
CONTABILIDAD**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**“ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE  
LOS COMERCIANTES DEL MERCADO  
MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL  
DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

**Autora:**

**Sempertegui Irigoín Sheila Esmit**

**Asesor:**

**Mg. Cubas Carranza Janet Isabel**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú**

**2019**

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis de la Cultura Tributaria y en los Comerciantes del Mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019”, es un tema que se considera importante por la trascendencia que tiene tanto para la Municipalidad Distrital de José Leonardo Ortiz, para el Estado representado por la SUNAT, como para los propios comerciantes. Esta coyuntura señala con total claridad que se deberá dar a conocer con toda la rigurosidad que el caso requiere, un conjunto de acciones a las que deberán acogerse de manera obligatoria estas personas.

El problema de investigación quedó planteado ¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019?. El Objetivo General buscó Analizar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo, 2019., en tanto se justificó la investigación con la finalidad de demostrar cómo esta coyuntura anómala tiene repercusiones nefastas en muchos bolsones de la economía formal y que ha generado el incremento de la informalidad. La investigación fue del tipo Descriptiva, y el Diseño fue No experimental.

**Palabras Clave:** Cultura Tributaria, Comerciantes, Informalidad

## **ABSTRACT**

The present research work entitled “Analysis of the Tax Culture and in the Merchants of the Moshoqueque Market, Chiclayo 2019”, is an issue that is considered important because of the importance it has for both the District Municipality of José Leonardo Ortiz, for the State represented by SUNAT, as for the merchants themselves. This situation clearly indicates that it must be made known with all the rigor that the case requires, a set of actions to which these people must comply.

The research problem was raised What is the level of tax culture in the merchants of the Moshoqueque market, Chiclayo 2019 ?. The General Objective sought to analyze the level of tax culture of the merchants of the Moshoqueque market, Chiclayo, 2019., while the investigation was justified in order to demonstrate how this anomalous situation has dire repercussions in many pockets of the formal economy and that has generated the increase in informality. The research was of the Descriptive type, and the Design was non-experimental.

Keywords: Tax Culture, Traders, Informality

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	ii
ABSTRACT .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vi
INDICE DE TABLAS .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	8
1.1 Situación Problemática. ....	8
1.1.1 A Nivel Internacional. ....	8
1.1.2 A Nivel Nacional. ....	9
1.1.3 A Nivel Local. ....	10
1.2 Trabajos previos. ....	11
1.2.1 A Nivel Internacional. ....	11
1.2.2 A Nivel Nacional. ....	11
1.2.3 A Nivel Local. ....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema. ....	13
1.3.1 Cultura Tributaria. ....	13
1.4 Formulación del problema .....	18
1.5 Justificación e importancia del estudio .....	18
1.6 Objetivos. ....	19
1.6.1 Objetivo General. ....	19
1.6.2 Objetivos Específicos. ....	19
II. MATERIALES Y MÉTODOS. ....	20
2.1 Tipo y diseño de la Investigación .....	20
2.1.1 Tipo de la Investigación .....	20
2.1.2 Diseño de la Investigación. ....	20
2.2 Población y muestra. ....	21

Población .....	21
2.3 Variable y operacionalización .....	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	23
2.4.1 Técnicas de validación de datos .....	23
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos.....	23
2.4.3 Validación y confiabilidad de instrumentos.....	23
2.5 Procedimientos de análisis de datos.....	23
2.6 Aspectos éticos. ....	24
2.7 Criterios de rigor científico.....	24
III. RESULTADOS .....	25
3.1 Resultados .....	25
3.2 Discusión de los Resultados .....	32
CONCLUSIONES.....	35
RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS .....	37
ANEXOS .....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistema tributario peruano .....	15
Figura 2. Sistema Tributario Peruano – Código Tributario.....	16
Figura 3. Código Tributario - Tributos.....	17
Figura 4 Tiempo de Elaboración en el mercado Moshoqueque .....	25
Figura 5 Falta de conocimiento de cultura tributaria.....	25
Figura 6 Escasa información que brinda la administración tributaria .....	27
Figura 7 Administración tributaria y cultura tributaria .....	28
Figura 8 Desmotivación para cumplir debidamente con el pago de impuestos .....	29
Figura 9 Razón para sentirse disconforme con el pago de sus impuestos.....	30
Figura 10 Análisis de la importancia de la cultura tributaria como persona natural .....	31

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de operacionalización de la variable.....	22
---	----

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Situación Problemática.**

Identificar a una empresa o a un comerciante evasor desde los aspectos tributarios, es encontrarnos con una similitud de actitudes y pensamientos entre ambos actores y darnos cuenta como cada uno y a su manera no asumen sus obligaciones, ni con la Municipalidad, ni con la Administración Tributaria. Esto implicará revisar aquellos procedimientos tributarios antes de que sean aplicados y determinar como corresponde, las razones del porque estos no se vienen cumpliendo debidamente.

En nuestro país y básicamente en nuestra región, se puede observar que una gran mayoría de comerciantes son informales y adolecen de una adecuada cultura tributaria, presentando escasos conocimientos tributarios, y poca conducta en relación con el cumplimiento de sus obligaciones y pago de sus impuestos. Un caso especial y emblemático es el de los comerciantes del Mercado Moshoqueque, en donde la mayoría de sus integrantes presentan una actitud totalmente negativa frente a las disposiciones emitidas por la Municipalidad y por la Administración Tributaria – SUNAT.

#### **1.1.1 A Nivel Internacional.**

Díaz, Cruz y Castillo, (2016) en su artículo “Cultura Tributaria”, para la Revista Publicando, en España, señaló que el tema de la carencia de cultura tributaria en los contribuyentes del país, es una problemática que se ha hecho cada día más engorroso por las graves consecuencias que trae a la economía nacional, y cuyos análisis ha permitido establecer que los organismos encargados de la recaudación, no están cumpliendo debidamente con sus funciones de captación de impuestos.

Se afirma que la carencia de una adecuada cultura tributaria en los contribuyentes la ha convertido en un problema en la cual intervienen una serie de aristas, desde la poca preocupación e interés de parte de la población, hasta la poca presión que debería ejercer los órganos recaudadores, con la captación de arbitrios.

Arguelles, (2017) “La Informalidad de los Impuestos” en México, señaló que hay muchas personas que prefieren no pertenecer al circuito formal para no tener las obligaciones tributarias que esto implica y obtener lo más posible sus ventajas que ello



acarrea, sin considerar que el no pago de impuestos genera desazón en los entes recaudadores al no poder con sus compromisos asumidos con la población.

El artículo señala que las actividades informales acuden a medios ilegales para evadir impuestos, desacatando las disposiciones emitidas por los organismos competentes, con la única finalidad de evitar costos y que esto se da en mayor medida cuando se trata de obtener licencias de funcionamiento, de construcción u otro tipo de impuestos.

Serrano, (2019) en su artículo del día 02.01.2019 “Hay ocho obligaciones tributarias para las personas naturales en Ecuador”, para el diario El Comercio, en Ecuador, señaló que los contribuyentes y los comerciantes formales e informales conocen en detalle cuáles son sus obligaciones con el Estado y por tanto se les recomienda cumplir debidamente con sus compromisos tanto con el ente recaudador, como con las municipalidades, ya que el pago de sus impuestos servirán para el desarrollo del país y de sus localidades.

Se llegó a determinar que tanto los contribuyentes y comerciantes formales e informales no han asumido responsablemente con sus obligaciones tributarias en razón de que no se ha impartido adecuadamente campañas de sensibilización y en donde se les recomiende cumplir con sus impuestos.

### **1.1.2 A Nivel Nacional.**

Amasifuen, (2016) “Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú”, para la Revista Accounting power for business, señaló que los organismos competentes deberán ser los primeros interesados en inculcar la cultura tributaria entre todos los actores involucrados y en especial a los comerciantes informales que son los que más se resisten a insertarse en la economía formal, haciéndoles entender que con sus pagos a la Sunat se logrará que el Estado cumpla con todas sus obligaciones de la población.

Como se puede inferir, el artículo señala que la economía informal es un sector bastante complejo y en donde los comerciantes informales son los más renuentes a acatar las disposiciones en materia tributaria y no logran o no desean entender, que a través de sus pagos que realicen a la Sunat, contribuirán a que el Estado atienda las necesidades de la población y básicamente de ellos mismos.

Hilasaca y Palacios, (2018) en su investigación “La Cultura Tributaria y el nacimiento de la Obligación Tributaria”, para la Universidad San Martín de Porres, señaló que se ha llegado a determinar el incremento de la informalidad en el país, así como las principales razones para que esto esté sucediendo, comprendiendo asimismo análisis de tipo social, económico y laboral y que en conjunto nos señalan el nivel de conocimiento tributarios de los ciudadanos, empresarios y emprendedores.

Se destaca que es necesario alcanzar niveles óptimos de recaudación y por el contrario se nota un aumento considerable de la informalidad, habiéndose convertido en un problema social, económico y laboral y que a la postre nos indica que el sector informal representa una fuente importante de evasión.

Revista de la Universidad Telesup, (2019) en su artículo “Las Obligaciones tributarias formales”, señaló que un gran sector de los comerciantes en el país no tiene muy en claro de cuáles son sus responsabilidades tributarias y cuáles son las consecuencias de la necesidad de que paguen sus tributos para el sostenimiento de los gastos del estado, no entendiendo asimismo que como contribuyentes deberán pagar sus impuestos.

Otro de los inconvenientes encontrados es que la economía informal es un gran problema que involucra a los comerciantes en el país, ya que se ha establecido que muchos de estos microempresarios no tienen completamente definido cuáles son sus obligaciones tributarias y cuáles son los efectos de no pagar debidamente sus impuestos.

### **1.1.3 A Nivel Local.**

Sandoval, (2016) en su artículo del día 05.11.2015 “Informalidad y evasión en gran mercado mayorista del norte”, para el Diario El Comercio. El artículo permitió señalar que la Sunat ha emprendido con buen pie un conjunto de acciones tendentes a inculcar en los comerciantes del mercado Moshoqueque con la finalidad de formalizarlos, lo que significa que está llevando a cabo acciones agresivas de inducción y capacitación en materia de recaudación.

Boyer, (2018) en su artículo del día 01.10.2018 “Chiclayo: realizan campaña de educación tributaria en colegios”, para el Diario la República, señaló que el Centro de Gestión Tributaria – CGT, se encuentra realizando acciones inductivas en los colegios secundarios de la localidad y de esta manera inculcar la importancia del pago de tributos en edad escolar y explicarles cómo se utilizan los fondos recaudados.

Esta situación que a todas luces es bastante positiva, ha merecido el reconocimiento de la comunidad, notándose además que estas acciones inductivas en los colegios permitirán inculcar la pertinencia e importancia del pago de los tributos y este segmento de la población como es el sector en edad escolar, resultará sumamente favorecido con estas capacitaciones en materia de recaudación.

## **1.2 Trabajos previos.**

### **1.2.1 A Nivel Internacional.**

Tirape y Velastegui, (2016) en su tesis “Incidencia de la cultura tributaria en el sector informal de la provincia de Santa Elena, Año 2016”, Universidad de Guayaquil. En los últimos años se ha detectado un notable incremento de la informalidad en 55% en relación con la Población Económicamente Activa – PEA, que no cumplen con sus obligaciones.

Camacho y Patarroyo, (2017) “Cultura tributaria en Colombia”, en Colombia, Universidad Minuto de Dios”. Concluyó que se ha determinado de manera fehaciente que los contribuyentes no cuentan con los perfiles necesarios para adecuarse de manera formal a los esquemas de las obligaciones tributarias impuestas por el Estado y que los señalen como personas cumplidoras.

Ordoñez y Tenesaca, (2018) “La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil”, en Ecuador, Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Concluyó que el tema de la informalidad es complicado para las autoridades, ya que no han podido lograr la recuperación, actualización y utilización de los datos reales.

### **1.2.2 A Nivel Nacional.**

Yman y Ynfante, (2016) “Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”, Universidad de Tumbes, concluyó que debido a que el sector no cuenta con una serie de incentivos tributarios para poder formalizarse, es que se creyó por conveniente proponer un programa de incentivos para lograr formalizarlos.

Avila (2014), en su tesis “Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017”, Universidad de Piura, la falta de valores tributarios en los comerciantes informales genera que se resistan a insertarse y que la recaudación llegue a niveles que no permitan ejecutar programas en ben de la ciudad y continúen postrados en su desarrollo.

Florián (2017), “Cultura tributaria y calidad de la gestión recaudatoria en la gerencia de rentas de la municipalidad provincial de Barranca, 2016”, Universidad Cesar Vallejo. Concluyó que uno de los graves inconvenientes que se encuentran en esta municipalidad, es el bajo nivel de cultura tributaria que presentan los pobladores de la provincia de Barranca, afectando seriamente los niveles de recaudación que en definitiva no permite el desarrollo de obras públicas.

### **1.2.3 A Nivel Local.**

Mogollón (2014), en su tesis “Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región, Chiclayo, Perú”, Universidad Santo Toribio. Concluyó que resultó pertinente investigar el nivel de cultura tributaria con la finalidad de determinar las razones por las cuales la mayoría no paga debidamente sus impuestos y cuáles son las causas porque no desean formalizarse.

Cumpa y Ordoñez (2018), “Cultura tributaria y sus efectos financieros y tributarios en la empresa importaciones Pegaso S.A.C. en el año 2015”, Universidad Santo Toribio. Los responsables de cumplir con las obligaciones tributarias, no tienen el debido conocimiento sobre las obligaciones y derechos tributarios y tampoco presentan

ningún tipo de interés de capacitarse en estos temas, incumpliendo así con su responsabilidad.

Carillo (2017), “Cultura tributaria y evasión comerciantes mercado modelo 2017”, Universidad Señor de Sipan. Estos comerciantes tienen una cultura escasa y que se ve reflejado en el incumplimiento de normas tributarias, debido a que no poseen conocimientos sobre obligaciones tributarias y sobre el daño que le hacen al Estado y a la municipalidad.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema.**

#### **1.3.1 Cultura Tributaria.**

##### *1.3.1.1 Definición.*

Cazar, (2014) es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, y solidaridad.

##### *1.3.1.2 Objetivo de la cultura tributaria.*

Cazar, (2014) señaló que el propósito de la cultura tributaria es el siguiente:

- Hacer conciencia en que la tributación no sólo es una obligación fiscal.
- Lograr una actitud tributaria responsable.

##### *1.3.1.3 Tributo.*

Cazar, (2014).

Son ingresos que consisten en prestaciones pecuniarias, impuestas.  
Exigidas por la administración pública.  
Es un valor que se paga en dinero.  
Se crea a base a Ley.  
Es obligatorio por el poder del Estado.

Se debe utilizar para que cumpla con sus funciones.

Puede ser cobrado mediante la fuerza cuando la persona no cumple.

#### *1.3.1.4 Clases de tributos.*

Cazar, (2014) mencionó que las clases de tributos son los siguientes:

##### *a) Impuesto directo.*

Inciden sobre ingreso de personas y empresas.

Quien declara lo paga, es la persona que soporta la carga.

Cada persona o empresa declara y paga el Impuesto de acuerdo con los ingresos.

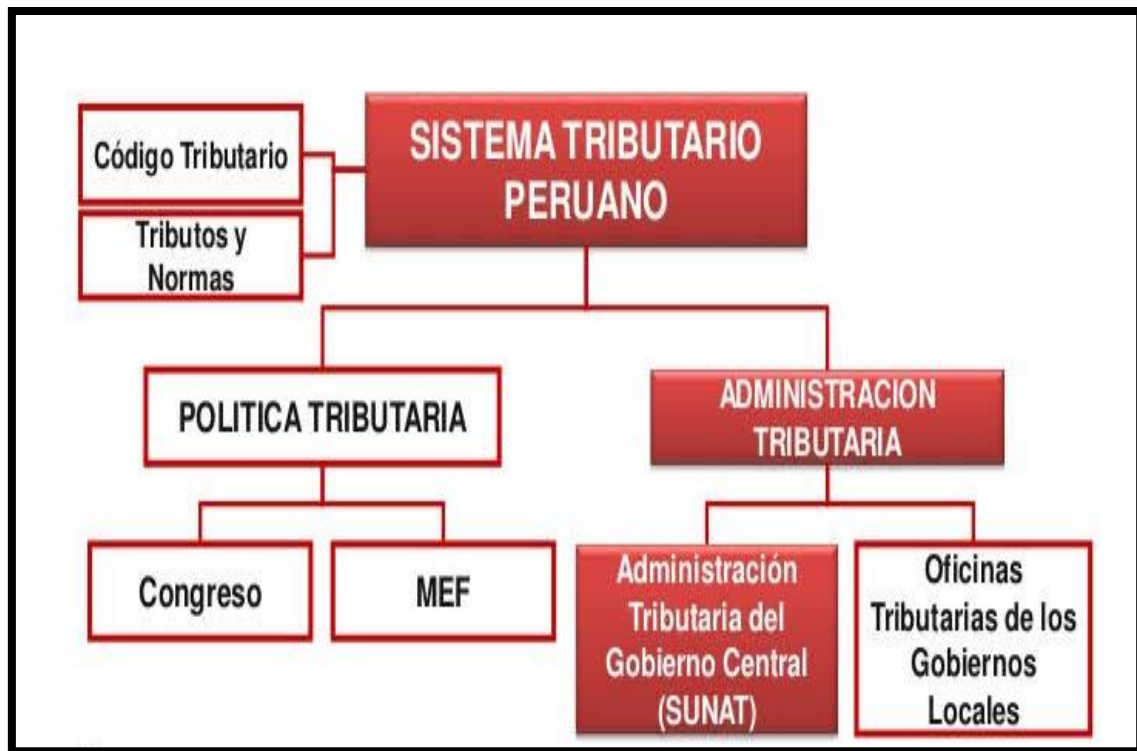
##### *b) Impuesto indirecto.*

Inciden sobre el consumo.

Los paga el consumidor.

El impuesto indirecto lo declara y paga el responsable quien soporta la carga tributaria.

Por ejemplo, el I.S.C.



*Figura 1. Sistema tributario peruano*

*Fuente: Sunat 2017.*

### *1.3.1.5 Características de la tributación.*

Portal SUNAT, (2017) menciona las siguientes características:

- Son impuestos unilaterales por el Estado, quien tiene una serie de recursos judiciales y legislativos para obligar.
- Tienen carácter pecuniario.
- Deben cumplir carácter contributivo, es decir que el dinero debe usarse para la financiación de servicios.

### *1.3.1.6 Fomento de la cultura tributaria.*

Cazar, (2014):

- Divulgación del programa.
- Creación portal de cultura tributaria.
- Campañas de concienciación.
- Acciones de naturaleza educativa:

Inclusión de cultura tributaria en el programa de estudios.

Trabajo con Ministerio de educación.

Producción de a serie de televisión.

- La Cultura Tributaria es asumir obligaciones tributarias hacer conciencia que la tributación no sólo es una obligación fiscal.

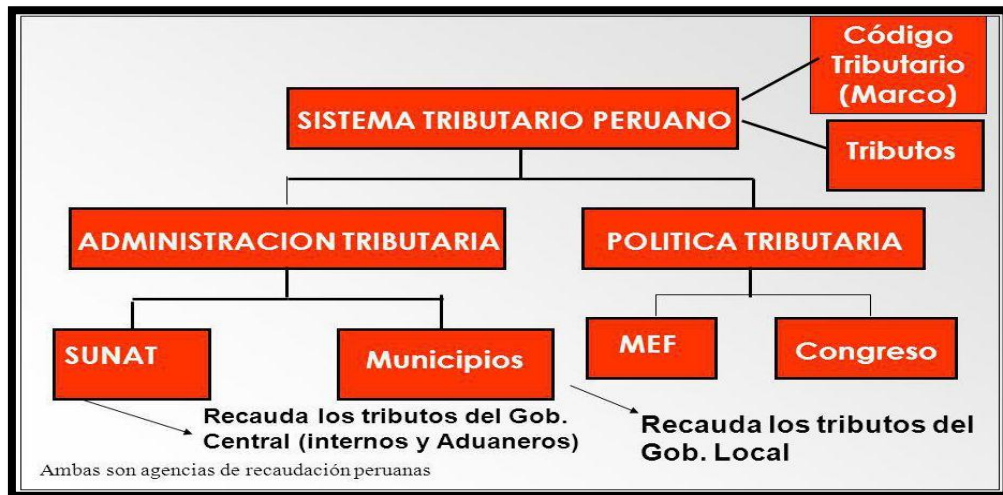


Figura 2. Sistema Tributario Peruano – Código Tributario

Fuente: Sunat 2017.

### 1.3.1.7 Cultura tributaria y aduanera.

Portal SUNAT (2017), conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios

El primer paso en ese cumplimiento es exigir la entrega del comprobante de pago.





Figura 3. Código Tributario - Tributos

Fuente: Sunat 2017.

#### 1.3.1.8 Necesidad de la tributación.

Portal SUNAT (2017).

- El ciudadano, tiene que entender que los servicios públicos se financian mediante ese dinero recaudado.

#### 1.3.1.9 Eliminar el fraude fiscal.

Portal SUNAT, (2017).

Es necesario que los ciudadanos actúen con total transparencia.

Hay que crear conciencia en los ciudadanos de que sin tributar debidamente es defraudar al Estado.

#### 1.3.1.10 Obligación de todos los contribuyentes.

Portal SUNAT, (2017) mencionó que:

La educación es fundamental de que el pago de tasas repercute en el bien común.

#### *1.3.1.11 Importancia.*

Portal SUNAT, (2017)

- Una cultura tributaria será fuerte, cuando los ciudadanos entiendan la importancia que tienen los impuestos.
- Sin el dinero, el Estado no puede hacer frente a las obligaciones.
- Dicha recaudación se utiliza en pagos.
- Dicha cultura también debe llevar aparejada a que los ciudadanos aprendan a controlar y a reclamar que el gobierno gaste los tributos en lo que deben.

### **1.4 Formulación del problema**

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019?

### **1.5 Justificación e importancia del estudio**

En primer lugar es importante mencionar que la gran recesión que se dio en la mayoría de países de América Latina, involucró también al Perú que no fue ajeno a estos vaivenes de la economía, obligando a sus autoridades a tomar medidas audaces para superar estas vicisitudes contrarias a los intereses de su población y que en estricto, trajo como consecuencia el cierre de muchas empresas, pequeños negocios y trayendo como consecuencia mayor desempleo y por consiguiente mayores comerciantes informales.

Por estas consideraciones es que se justifica la investigación con la finalidad de demostrar, de cómo esta coyuntura anómala tiene repercusiones nefastas en muchos bolsones de la economía formal y que ha generado el incremento de la informalidad, en razón de que muchos comerciantes no quieren someterse a los parámetros de la

legalidad y continuar siendo informales, para de esta manera seguir cometiendo elusión y evasión tributaria, es decir, continuar como infractores a las leyes y sin que las entidades correspondientes de su formalización hagan algo para insertarlos en la economía formal.

## **1.6 Objetivos.**

### **1.6.1 Objetivo General**

Analizar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo, 2019.

### **1.6.2 Objetivos Específicos.**

- Evaluar el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019.

- Verificar si el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque es el adecuado.

## II. MATERIALES Y MÉTODOS

### 2.1 Tipo y diseño de la Investigación

#### 2.1.1 Tipo de la Investigación

La investigación será del tipo Descriptiva, ya que tendrá como finalidad principal buscar la caracterización de ciertas situaciones ya existentes mediante actividades, personas y objetos, describiendo aquellas actividades que harán los comerciantes del mercado Moshoqueque y de esta forma demostrar si la cultura tributaria tendrá incidencia en sus obligaciones tributarias.

#### *Descriptivo:*

Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que la investigación de tipo descriptiva “busca especificar propiedades y características de grupos, personas comunidades, o cualquier otro fenómeno que se analice. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”. (p.92)

#### 2.1.2 Diseño de la Investigación

El Diseño de la Investigación será No experimental, ya que no será necesario manipular las variables motivo del estudio y lo que se hará, será observar su desarrollo tal como se presenta en los hechos y de esta manera proceder a su análisis y evaluación y determinar si es aceptada la hipótesis planteada.

En tal sentido el diseño de la investigación se representará:



Donde:

M = Muestra.

O = Observación.

P = Problema.

## 2.2 Población y muestra

### Población

La población está conformada por los comerciantes del mercado Moshoqueque

### Muestra

La muestra estuvo compuesta por 74 comerciantes a quienes se les aplicó las correspondientes encuestas.

Con un nivel de significancias del 5%, éxito de 95% y fracaso equivalente al 5% la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.05)(0.95)}{(0.05)^2}$$

$$n = 73.9$$

$$n \cong 74$$

Así tenemos:  $n = 74$  encuestas.

## 2.3 Variable y operacionalización

**Tabla 1.** Cuadro de operacionalización de la variable

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
<b>Variable Independiente Cultura Tributaria</b>	Clases de tributos	Impuestos directos	Prestaciones pecuniarias obligatorias		
		Impuestos indirectos	Hecho imponible en función de la Ley		
	Fomento de la Cultura Tributaria	Divulgación del programa	Crear conciencia tributaria	Encuesta / Guía de Encuesta	
		Campañas de concientización	Actitud tributaria responsable		
		Portal de Cultura tributaria	Deberes del ciudadano para con el Estado		
			Armonizar lo Ético y cultural	Razón, confianza y afirmación de valores	
	Estrategias para fomentar Cultura Tributaria	Inculcar valores relacionados con la tributación	Respeto a la ley	responsabilidad ciudadana	
		Educación Tributaria	Solidaridad social de los contribuyentes		

*Fuente: Elaboración propia*

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información**

### **2.4.1 Técnicas de validación de datos**

#### ***2.4.1.1 Encuestas***

Esta técnica de validación de datos será aplicada a los 73 comerciantes del Mercado Moshoqueque.

### **2.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

#### ***2.4.2.1 Guía de Cuestionario***

Este instrumento permitirá obtener información relacionada con las variables motivo de la investigación, a través de una serie de preguntas estructuradas.

### **2.4.3 Validación y confiabilidad de instrumentos**

Luego de procesar la información obtenida mediante las encuestas realizadas a los 74 comerciantes del Mercado Moshoqueque, fueron tabulados y graficados en el programa estadístico SPSS y cuyos resultados fueron analizados e interpretados a fin de obtener los resultados de la investigación planteada.

También se utilizó el programa informático Microsoft Excel, para llevar a cabo el diseño y la presentación de cuadros y gráficos estadísticos que permitirán presentar la información de manera estructurada para su correcto análisis e interpretación.

## **2.5 Procedimientos de análisis de datos.**

Para obtener un análisis de forma oportuna se utilizó programas informáticos como Word y Microsoft Excel, en donde se efectuó el vaciado de todos los datos conseguidos de las encuestas, para luego ser analizados a través de tablas y figuras.

Los datos obtenidos se especificaron a través de tablas de frecuencia y figuras con sus respectivas interpretaciones.

- *Tablas de frecuencia:* Los datos obtenidos se desagregaron en frecuencias absolutas y porcentuales.
- *Figuras:* Permitted de manera rápida y simple observar las características de la información obtenida, en la cual se utilizó figuras de barras con sus respectivos porcentajes.

## **2.6 Aspectos éticos.**

- *La originalidad:* La presente investigación muestra una autenticidad puesto que en el marco teórico se efectuó citas bibliográficas, con la finalidad de manifestar la inexistencia de plagio intelectual.
- *La relevancia:* demostró los logros de los objetivos a través de la aplicación de la encuesta.
- *La validez:* realizó con veracidad en la correcta interpretación de los resultados.
- *La fiabilidad:* podrá ser usada por otros investigadores teniendo en cuenta que podrá realizar la misma metodología.

## **2.7 Criterios de rigor científico.**

La presente investigación se realizó tomando en cuenta los criterios que requiere una investigación científica, empleando métodos científicos, técnicas e instrumentos que me permitió recolectar información para analizarla, respetando la autenticidad de los resultados y la confidencialidad de la información suministrada por la entidad respecto a la investigación que se presenta.

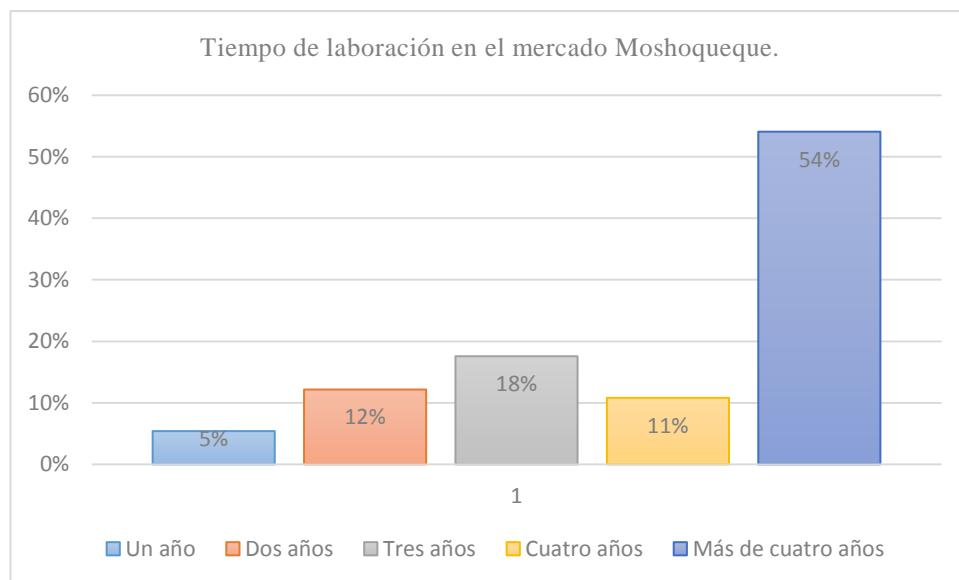


### III. RESULTADOS

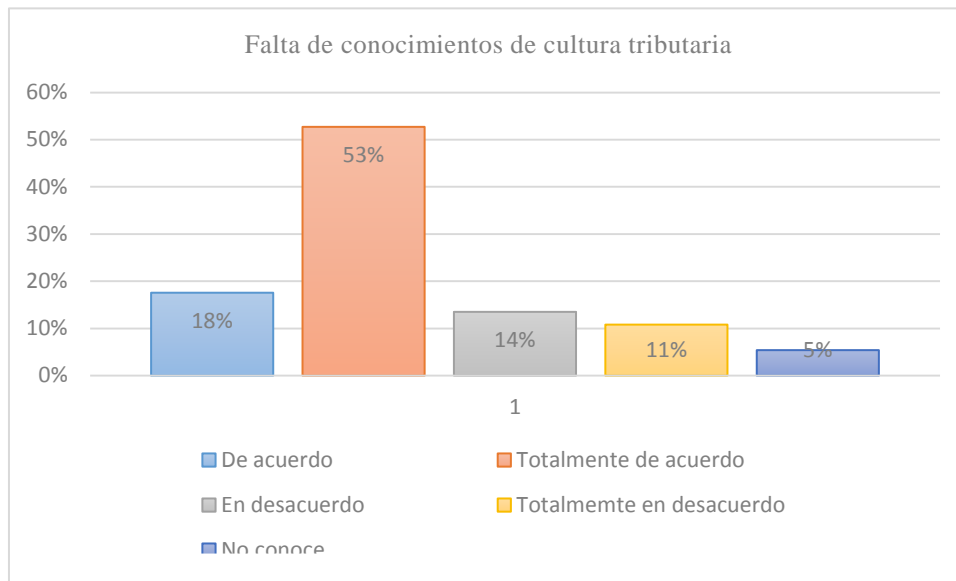
#### 3.1 Resultados

*OBJETIVO 1. Evaluar el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019.*

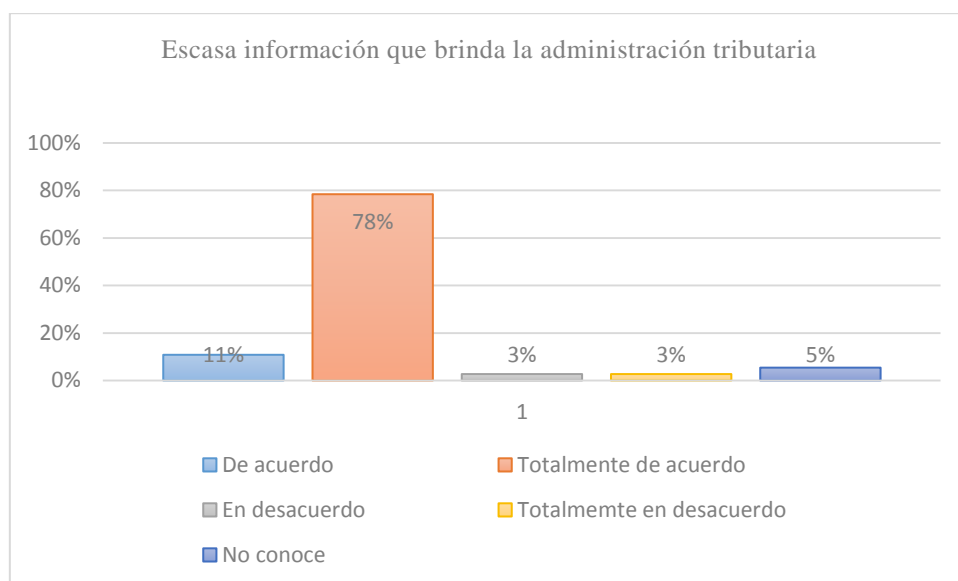
En la encuesta realizada a los Comerciantes el mercado Moshoqueque, se obtuvieron datos los cuales han sido tabulados y procesados en tablas; con sus respectivas figuras, alcanzando los siguientes resultados:



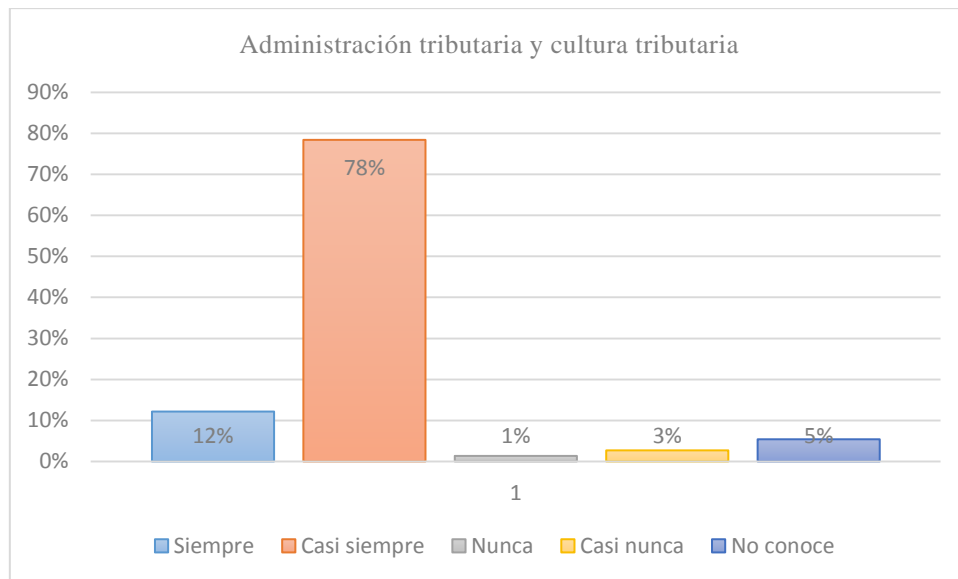
**Figura 4.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 40 de los encuestados que equivalen al 54% manifiestan estar laborando en el mercado por más de cuatro años; así mismo 13 que equivalen al 18% refieren que tienen tres años, 9 que equivalen al 12% señalan que dos años, 8 que equivalen al 11% manifiestan que cuatro años y solamente 4 que equivalen al 5% manifiestan estar laborando hace exactamente un año. Estos resultados indican que los comerciantes en su mayoría vienen laborando en el mercado por más de tres años



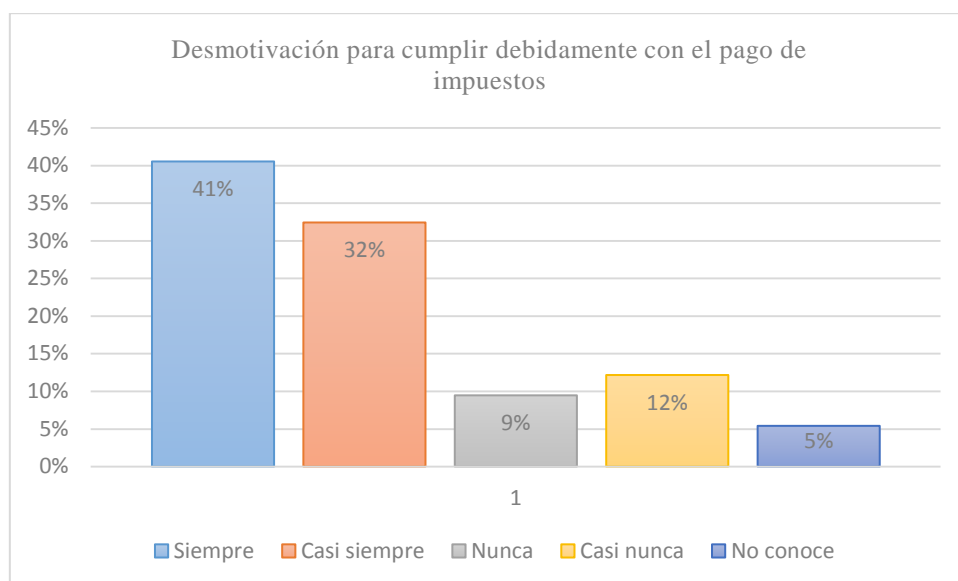
**Figura 5.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 13 de los encuestados que equivalen al 18% manifiestan estar de acuerdo en que uno de los mayores problemas de los comerciantes se debe a sus pocos conocimientos sobre cultura tributaria; así mismo 39 que equivalen al 53% refieren estar totalmente de acuerdo, 10 que equivalen al 14% señalan estar en desacuerdo, 8 que equivalen al 11% manifiestan estar totalmente en desacuerdo y solamente 4 que equivalen al 5% manifiestan que no conocen del tema. Estos resultados indican que los comerciantes en su mayoría manifiestan estar de acuerdo en que uno de los mayores problemas se debe a sus pocos conocimientos sobre cultura tributaria.



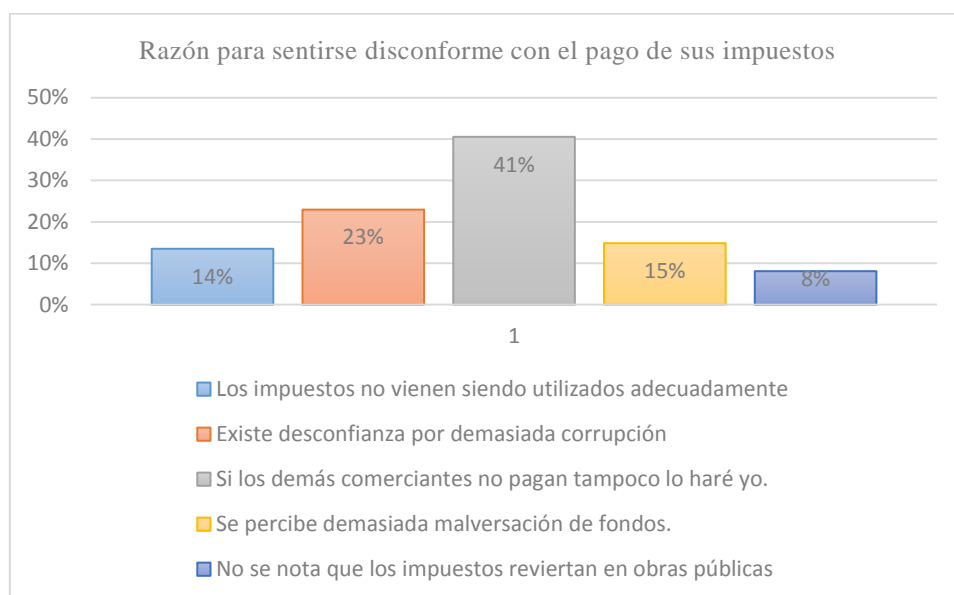
**Figura 6.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 8 de los encuestados que equivalen al 11% manifiestan estar de acuerdo que el poco conocimiento sobre cultura tributaria se debe de manera fundamental a la escasa información que brinda la administración tributaria; así mismo 58 que equivalen al 78% refieren estar totalmente de acuerdo, 2 que equivalen al 3% señalan estar en desacuerdo, 2 que equivalen al 3% manifiestan estar totalmente en desacuerdo y solamente 4 que equivalen al 5% manifiestan que no conocen del tema. Estos resultados indican que los comerciantes en su mayoría manifiestan estar de acuerdo que el poco conocimiento sobre cultura tributaria se debe de manera fundamental a la escasa información que brinda la administración



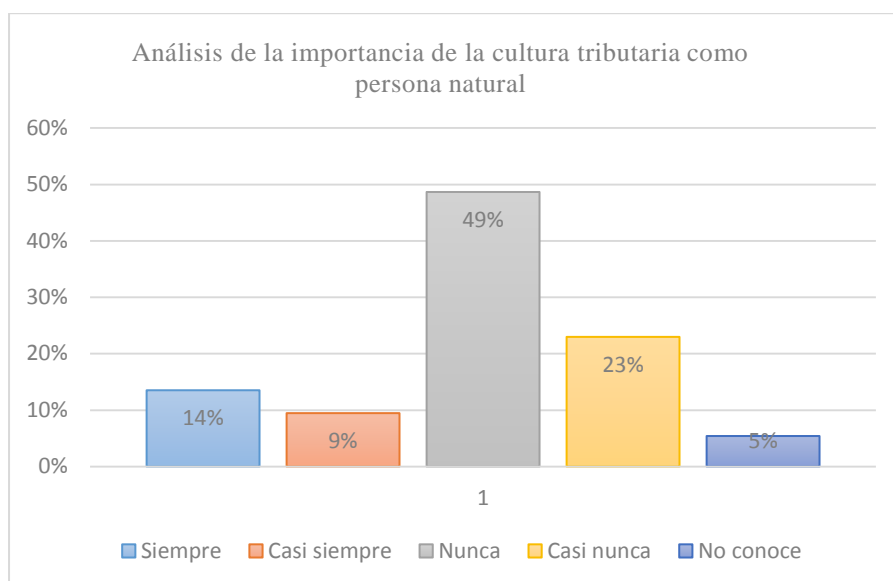
**Figura 7.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 9 de los encuestados que equivalen al 12% cree que siempre la administración tributaria debería poner mayor énfasis para que los comerciantes del mercado Moshoqueque conozcan en detalle los pormenores de la cultura tributaria; así mismo 58 que equivalen al 78% creen que casi siempre, 1 que equivalen al 1% señalan que nunca, 2 que equivalen al 3% manifiestan que casi nunca y solamente 4 que equivalen al 5% manifiestan que no conocen del tema. Estos resultados indican que los comerciantes en su mayoría manifiestan estar de acuerdo en que casi siempre la administración tributaria debería poner mayor énfasis para que los comerciantes conozcan en detalle los pormenores de la cultura tributaria.



**Figura 8.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 30 de los encuestados que equivalen al 41% siempre cree que en alguna oportunidad se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus impuestos; así mismo 24 que equivalen al 32% creen que casi siempre, 7 que equivalen al 9% señalan que nunca, 9 que equivalen al 12% manifiestan que casi nunca y solamente 4 que equivalen al 5% manifiestan que no conocen del tema. Estos resultados indican que los comerciantes en su mayoría creen que en alguna oportunidad se ha sentido desmotivado para cumplir con el pago de sus impuestos.



**Figura 9.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 10 de los encuestados que equivalen al 14% señalan que los impuestos no vienen siendo utilizados adecuadamente, 17 que equivalen al 23% creen que existe desconfianza por demasiada corrupción, 30 que equivalen al 41% señalan que si los demás comerciantes no pagan tampoco lo haré yo, 11 que equivalen al 15% manifiestan que se percibe demasiada malversación de fondos y solamente 6 que equivalen al 6% manifiestan que no se nota que los impuestos reviertan en obras públicas. Estos resultados indican que el 100% de los comerciantes no tiene confianza en el destino que se le da a sus impuestos.



**Figura 10.** Según los datos de la figura adjunta, se puede observar que 10 de los encuestados que equivalen al 14% señalan que siempre como persona natural ha tenido la oportunidad de analizar la importancia de la cultura tributaria para poder establecer principios legales como contribuyentes, 7 que equivalen al 9% señalan que casi siempre, 36 que equivalen al 49% señalan que nunca, 17 que equivalen al 23% manifiestan que casi nunca, en tanto que 4 que equivalen al 5% manifiestan que no conoce del tema. Estos resultados indican que la mayoría de los comerciantes nunca y casi nunca ha tenido la oportunidad de analizar la importancia de la cultura tributaria para poder establecer principios legales como contribuyentes.

### **3.2 Discusión de los Resultados**

A continuación, se muestran los resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes del mercado Moshoqueque, para llevar a cabo su análisis y discusión, conjuntamente con lo vertido por los autores citados en la realidad problemática y en los antecedentes de estudios.

#### **Objetivo Especifico 1. Evaluar la Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019, se logró.**

Uno de los resultados encontrados con la finalidad de demostrar que unos de los mayores problemas para tributar en el mercado Moshoqueque se debe a sus pocos conocimientos sobre cultura tributaria de lo que el 17% manifiestan estar de acuerdo, 53% refirieron estar totalmente de acuerdo, el 13% señalan estar en desacuerdo, 11% manifiestan estar totalmente en desacuerdo y el 6% no conocen del tema. Lo que coincide con Arguelles (2017) en México, hay muchas personas que prefieren no pertenecer al circuito formal para no tener que pagar las obligaciones tributarias. Asimismo, la Revista Gerencia (2017) en Colombia, encontró que un gran porcentaje que se considera bastante preocupante, los ciudadanos no cumplen con contribuir con las finanzas del Estado a través del pago de sus tributos e impuestos. Sin embargo, Serrano (2019 en Ecuador, encontró lo contrario, los contribuyentes y los comerciantes formales e informales conocen en detalle cuáles son sus obligaciones con el Estado y por tanto se les recomienda cumplir debidamente con sus compromisos.

Otro resultado encontrado es que el 79% de los contribuyentes están totalmente de acuerdo al considerar que el poco conocimiento sobre cultura tributaria se debe de manera fundamental a la escasa información que brinda la administración tributaria, el 11% manifiestan estar de acuerdo, 2% señalan estar en desacuerdo, 2% manifiestan estar totalmente en desacuerdo y solamente el 6% manifiestan que no conocen. Coincide con Hilasaca y Palacios (2018) en Lima, es necesario alcanzar niveles óptimos de recaudación y por el contrario se nota un aumento considerable de la informalidad, que indica que el sector informal representa una fuente importante de evasión. Asimismo, la Revista Actualidad y Economía (2014), en Perú encontró que es



conveniente realizar este tipo de orientaciones para los contribuyentes que se encuentran en la informalidad. Sin embargo, Sandoval (2016) en Perú encontró lo contrario, la Sunat se encuentra realizando acciones inductivas en el mercado Moshoqueque para formalizar a los diferentes actores que están participando en el abastecimiento de este gran centro de abastos.

El 40% señala que siempre se ha sentido desmotivado para cumplir debidamente con el pago de sus impuestos, 32% creen que casi siempre, el 10% señalan que nunca, 12% manifiestan que casi nunca. Coincide con la Municipalidad Provincial de Chiclayo (2017), en Perú al mencionar que, con la finalidad de lograr la regularización de las deudas, se concederá la condonación de la totalidad de intereses moratorios y multas. Asimismo, Yman y Ynfante (2016) en Tumbes, encontró que debido a que el sector no cuenta con una serie de incentivos tributarios para poder formalizarse, es que se creyó por conveniente proponer un programa de incentivos para lograr formalizarlos. Távara (2014), encontró que debido a que el sector no cuenta con una serie de incentivos tributarios para poder formalizarse, es que se creyó por conveniente proponer un programa de incentivos.

Otro de los resultados encontrados para saber cuáles son las razones por las que los comerciantes del mercado Moshoqueque consideran que el 36% es porque afectarían sus ingresos, el 35% señalan que porque no están formalizados, el 22% señalan que no muestran ningún interés en formalizarse. Coincide con Carillo (2017) en Chiclayo, estos comerciantes tienen una cultura escasa y que se ve reflejado en el incumplimiento de sus obligaciones que le hacen al Estado y municipalidad. Asimismo, Ramos (2017), en Juliaca, encontró que Puno es conocido por ser uno de las regiones más informales del país y en donde, en sus principales centros de abastos se ha generado una enorme informalidad que afecta directamente la recaudación. Sin embargo, Aguilar (2017) en México, se ha venido notando un constante deterioro en la situación financiera y que ha generado un alto grado de desempleo, que, al despedir a sus trabajadores, generan que dejen de tributar.

El 48 % de los encuestados señalan que nunca ha tenido la oportunidad de analizar la importancia de la cultura tributaria para poder establecer principios legales

como contribuyentes, el 13% señalan que siempre, el 10% señalan que casi siempre, el 23% manifiestan que casi nunca. Coincide con la Revista de la Universidad Telesup (2019), en Lima, un gran sector no tiene muy en claro sus responsabilidades tributarias y cuáles son las consecuencias de que no paguen sus tributos. Asimismo, Boyer (2018) en Chiclayo, encontró que el CGT, se encuentra realizando acciones inductivas en los colegios secundarios de la localidad. Sin embargo, Camacho y Patarroyo (2017) en Colombia, encontró que se ha determinado que los contribuyentes no cuentan con los perfiles necesarios para adecuarse de manera formal a los esquemas de las obligaciones tributarias impuestas por el Estado.

## CONCLUSIONES

Tomando en cuenta los objetivos y resultados, se ha llegado a determinar las siguientes conclusiones:

1. Es bastante bajo el nivel de Cultura tributaria de comerciantes del mercado Moshoqueque, ya que un gran porcentaje de este sector de micro empresarios considera que uno de los mayores problemas que afrontan, es debido a sus pocos conocimientos sobre cultura tributaria y esto se debe fundamentalmente a la escasa información que brinda la SUNAT y el órgano de control tributario de la Municipalidad de José Leonardo Ortiz.
2. La situación actual en que se encuentra el cumplimiento de las obligaciones tributarias es bastante baja y preocupante, ya que la mayoría de los comerciantes señalan que sus impuestos no vienen siendo utilizados adecuadamente, otros señalan que existe demasiada corrupción, algunos manifiestan que si los demás comerciantes no pagan, tampoco lo harán ellos, otro tanto percibe demasiada malversación de fondos y pocos son los que perciben que sus impuestos revierten en obras públicas lo que se ve reflejado en la baja recaudación de impuestos.
3. El buen manejo de una adecuada cultura tributaria tendría incidencia de manera significativa en la recaudación de impuestos por lo que esta se incrementaría favoreciendo a los ciudadanos para que esta municipalidad pueda cumplir con sus obligaciones tributarias.

## RECOMENDACIONES

1. Desarrollar los esfuerzos necesarios a fin de mejorar el nivel de Cultura tributaria considerando que un gran porcentaje de este sector de micro empresarios requiere de mayores conocimientos sobre cultura tributaria.
2. Recomendar tanto a la administración tributaria, como a la entidad edil, emprender campañas agresivas de concientización a los comerciantes del mercado Moshoqueque sobre cultura tributaria y sobre la obligatoriedad del pago de sus impuestos y arbitrios.
3. Tanto la SUNAT, como la Municipalidad, deberían cambiar la percepción de los comerciantes del mercado, acerca de que sus impuestos no son utilizados adecuadamente, y de que existe demasiada corrupción, y malversación de fondos.
4. Requerir a la SUNAT repotencie su “Programa de Cultura Tributaria” y los “Núcleos de apoyo contable y fiscal”, dirigido básicamente a los alumnos de primaria, secundaria y educación superior, así como a los alumnos y docentes universitarios.
5. Recomendar a la Municipalidad, implementar “Módulos de Orientación al Contribuyente” que permitan capacitar a los usuarios y público en general.

## REFERENCIAS

- Díaz, Cruz y Castillo (2016). *Cultura Tributaria*, para la Revista Publicando, en España, Recuperado de: <file:///C:/Users/Sony/Desktop/Downloads/Dialnet-CulturaTributaria-5879392.pdf>
- Arguelles (2017). *La Informalidad de los Impuestos*, para el II Congreso Virtual Internacional Desarrollo, económico, social y empresarial en Iberoamérica, Junio 2017, en México. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/desarrollo-empresarial/15-la-informalidad-de-los-impuestos.pdf>
- Serrano (2019). En su artículo del día 02.01.2019 *Hay ocho obligaciones tributarias para las personas naturales en Ecuador*, para el diario El Comercio, en Ecuador, Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/obligaciones-tributarias-impuestos-sri-contribuyentes.html>
- Amasifuen (2019). *Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú*, para la Revista Accounting power for business. Recuperado de: [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898)
- Hilasaca y Palacios (2018). *La Cultura Tributaria y el nacimiento de la Obligación Tributaria*, Universidad San Martín de Porres, Recuperado de: <http://www.usmp.edu.pe/contabilidadyeconomia/images/pdf/investigacion/La%20cultura%20tributaria%20y%20el%20nacimiento%20de%20la%20informalidad.pdf>
- Revista de la Universidad Telesup (2019). *Las Obligaciones tributarias formales*” Recuperado de: <https://telesup.edu.pe/las-obligaciones-tributarias-formales/>
- Sandoval (2016). En su artículo del día 05.11.2015 *Informalidad y evasión en gran mercado mayorista del norte*, para el Diario El Comercio, Recuperado de: <https://elcomercio.pe/peru/lambayeque/informalidad-evasion-gran-mercado-mayorista-norte-239537>
- Tirape y Velastegui (2016), *Incidencia de la cultura tributaria en el sector informal de la provincia de Santa Elena, Año 2016*, en Ecuador, Universidad de Guayaquil.

Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7011/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-182.pdf>

Camacho y Patarroyo (2017), *Cultura tributaria en Colombia*, Universidad Minuto de Dios, en Colombia. Recuperado de: <https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/5404/CULTURA%20RIBUTARIA%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ordoñez y Tenesaca (2018), *La cultura tributaria desde la informalidad de los comerciantes de la Bahía de Guayaquil*, en Ecuador, Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Recuperado de: <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/20>

Yman y Ynfante (2016), *Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes*, Universidad de Tumbes, Recuperado de: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/182/TESIS%20-%20YMAN%20E%20YNFANTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Avila (2014), *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017*, Universidad de Piura. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10665>

Florián (2017), *Cultura tributaria y calidad de la gestión recaudatoria en la gerencia de rentas de la municipalidad provincial de Barranca, 2016*, Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6188/Flori%C3%A1n\\_GSE.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6188/Flori%C3%A1n_GSE.pdf?sequence=1)

Mogollón (2014), *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región, Chiclayo*, Perú, para optar el título de Contador Público en la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/202>

Cumpa y Ordoñez (2018), *Cultura tributaria y sus efectos financieros y tributarios en la empresa importaciones Pegaso S.A.C. en el año 2015*, Universidad Santo

Toribio de Mogrovejo. Recuperado de:  
[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1364/1/TL\\_CumpaHuaniloIngrid\\_Ordo%C3%B1ezMontalvanLucia.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/1364/1/TL_CumpaHuaniloIngrid_Ordo%C3%B1ezMontalvanLucia.pdf)

Carillo (2017), *La cultura tributaria y su influencia en la evasión de impuestos de los comerciantes del sector calzado del mercado modelo Chiclayo – 2017*, Universidad Señor de Sipan. Recuperado de:  
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4407/Carrillo%20Pariacuri.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª edición). México: McGRAW-HILL / Interamericana. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

**ANEXOS**

**Anexo N° 01**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TÍTULO: ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019**

<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica/Instrumento</b>
¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019?	Analizar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo, 2019.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluar el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque, Chiclayo 2019.</li> <li>- Verificar si el nivel de Cultura tributaria de los comerciantes del mercado Moshoqueque es el adecuado.</li> </ul>	Cultura Tributaria	Clases de tributos	Impuestos directos	Encuesta/Guía de encuesta
					Impuestos indirectos	
				Fomento de la Cultura Tributaria	Divulgación del programa	
					Campañas de concientización	
					Portal de Cultura tributaria	
				Estrategias para fomentar la cultura tributaria	Armonizar lo Ético y cultural	
					Inculcar valores relacionados con la tributación	
					Educación Tributaria	



## Anexo N° 02

### GUÍA DE ENCUETA

#### **TÍTULO: ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTE DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019**

1. ¿Desde cuándo se encuentra laborando en el mercado Moshoqueque?
2. ¿Considera que uno de los mayores problemas de los comerciantes del mercado Moshoqueque se debe a sus pocos conocimientos sobre cultura tributaria?
3. ¿Considera que el poco conocimiento sobre cultura tributaria se debe de manera fundamental la escasa información que brinda la administración tributaria?
4. ¿Cree usted que la administración tributaria debería poner mayor énfasis para que los comerciantes del mercado Moshoqueque conozcan en detalle los pormenores de la cultura tributaria?
5. ¿En alguna oportunidad se ha sentido desmotivado para cumplir debidamente con el pago de sus impuestos?
6. ¿Señale cuál de las siguientes opciones considera que es la razón para sentirse disconforme con el pago de sus impuestos?
7. ¿Cómo persona natural ha tenido la oportunidad de analizar la importancia de la cultura tributaria para poder establecer principios legales como contribuyentes?
8. ¿Considera que los comerciantes del mercado Moshoqueque cumplen debidamente con sus obligaciones tributarias?
9. ¿Cuáles considera que son las razones por las cuales algunos comerciantes del mercado Moshoqueque no cumplen con el pago de sus obligaciones tributarias?
10. ¿Considera que la falta de compromiso de algunos comerciantes en no pagar sus impuestos es motivo para que otros contribuyentes no lo hagan?

11. ¿Qué opinión le merecen los fiscalizadores de la administración tributaria?
12. ¿Cree usted que las autoridades gubernamentales destinan de manera adecuada los impuestos recaudados?
13. ¿Ha asistido en alguna oportunidad a charlas tributarias organizadas por la SUNAT o por la Municipalidad de José Leonardo Ortiz?
14. ¿De tener una debida información sobre la importancia del pago de sus impuestos estaría dispuesto a cumplir con dichas obligaciones tributarias?

## Anexo N° 03

### Validación del cuestionario y guía de entrevista

#### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Martín Alexander Ríos Cubas, Contador Público Colegiado, docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (entrevista) elaborada por Sheila Esmil Sempertegui Irigoín, estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad, para el desarrollo del proyecto de investigación titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019”

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los cuestionarios.

Chiclayo, 03 de Octubre del 2019



-----  
Mg. Martín Alexander Ríos Cubas

DNI: 45220005

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Chapoñan Ramírez Edgard, Contador Público Colegiado, docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (entrevista) elaborada por Sheila Esmil Sempertegui Irigoín, estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad, para el desarrollo del proyecto de investigación titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019”

**C E R T I F I C O:** Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los cuestionarios.

Chiclayo, 03 de Octubre del 2019



Mg. CPC. Chapoñan Ramírez Edgard

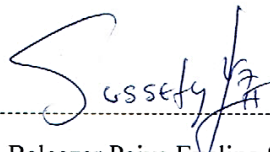
DNI: 43068346

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Balcazar Paiva Eveling Sussety, Contador Público Colegiado, docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el instrumento de recolección de datos (entrevista) elaborada por Sheila Esmil Sempertegui Irigoín, estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad, para el desarrollo del proyecto de investigación titulada “CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019”

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los cuestionarios.

Chiclayo, 03 de Octubre del 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sussety', is written over a horizontal dashed line.

Mg. Balcazar Paiva Eveling Sussety

DNI: 48092815

## Anexo N° 05

### Formato T1



#### FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES) (LICENCIA DE USO)

Pimentel, 03 de Marzo de 2020

Señores  
Vicerrectorado de Investigación  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

EL suscrito:  
Sempertegui Irigoín Sheila Esmít, con DNI 74397345

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: "ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019", presentado y aprobado en el año 2020, como requisito para optar el Grado de BACHILLER EN CONTABILIDAD, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de CONTABILIDAD, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mí (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APellidos y Nombres	Número de Documento de Identidad	Firma
Sempertegui Irigoín Sheila Esmít	74397345	

**Anexo N° 06**  
**Acta de Originalidad**



**ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Yo, Chapoñan Ramirez Edgard, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0114-FACEM-USS-2020, del (los) estudiantes (s), Sempertegui Irigoin Sheila Esmir, Titulada: **“ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MOSHOQUEQUE, CHICLAYO 2019”**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 25% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 03 de Marzo de 2020

A handwritten signature in blue ink is written over the typed name and DNI number. The signature is stylized and appears to be 'Edgard Chapoñan Ramirez'.

Mg. Chapoñan Ramirez Edgard

DNI N° 43068346

Nota: La investigación ha sido pasada por el sistema antiplagio, solo por el Coordinador de Investigación y responsabilidad social.

Anexo N° 07  
Reporte de Turnitin

EGRESADOS - SEMPETEGUI IRIGOIN

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Señor de Sipan</b> Trabajo del estudiante	<b>4%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Senor de Sipan</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>prezi.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Internacional de la Rioja</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>



9	<a href="http://www.buenastareas.com">www.buenastareas.com</a> Fuente de Internet	1%
10	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
11	<a href="http://biblioteca.utec.edu.sv">biblioteca.utec.edu.sv</a> Fuente de Internet	<1%
12	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1%
13	<a href="http://repositorio.espam.edu.ec">repositorio.espam.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1%
15	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
16	Submitted to Universidad Wiener Trabajo del estudiante	<1%
17	<a href="http://repositorio.unas.edu.pe">repositorio.unas.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
18	<a href="http://www.whaleandjaguar.co">www.whaleandjaguar.co</a> Fuente de Internet	<1%
19	<a href="http://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
20	Submitted to Universidad Peruana Austral del	<1%

## Cusco

Trabajo del estudiante

---

21	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	<1%
22	www.bancomer.com Fuente de Internet	<1%
23	doaj.org Fuente de Internet	<1%
24	documents.mx Fuente de Internet	<1%
25	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1%
26	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
27	www.pead.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
28	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	<1%

---

Anexo N° 08

Fotografías



