



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE  
CONTABILIDAD**

**TESIS**

**NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS  
COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO  
“MERCADO MODELO” PARA REDUCIR LA  
INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE – 2020**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PUBLICO**

**Autor:**

**Bach. Quispe Portocarrero Judith  
<https://orcid.org/0000-0002-1603-2205>**

**Asesor:**

**Mg. Vidaurre García Wilmer Enrique  
<https://orcid.org/0000-0002-5002-572X>**

**Línea de Investigación:**

**Gestión empresarial y emprendimiento**

**Pimentel - Perú  
2021**

## Aprobación del jurado

### Nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” para reducir la informalidad, Bagua Grande – 2020

.....  
Dra. Cruzado Puente Maria Rosa

**Presidente del Jurado**

.....  
Mg. Mendo Otero Ricardo Francisco

**Secretario del Jurado**

.....  
Mg. Chapoñan Ramirez Edgard

**Vocal/Asesor del Jurado**

## **Dedicatoria**

Esta tesis es dedicada a las personas que más me han influenciado en mi vida, dándome los mejores consejos, guiándome y haciéndome una persona de bien, con todo mi amor y afecto se lo dedico primeramente a Dios, a mi familia por su apoyo incondicional y constante sacrificio, por estar siempre a mi lado en los momentos más difíciles, ellos son la fuerza que me han permitido seguir adelante y culminar con trabajo y esfuerzo cada etapa de mi vida.

Judith Quispe Portocarrero

## **Agradecimiento**

Primeramente, agradezco a Dios, por el día a día que me ha regalado, a mi familia por su apoyo incondicional, consejos y buenos valores, por su comprensión continua para poder estar donde estoy y a todos los docentes de USS. por habernos guiado con sus enseñanzas y aprendizajes para la realización lograr cumplir con una de mis metas trazadas que es haber culminado la carrera profesional de contabilidad.

Judith Quispe Portocarrero

## **Resumen**

La investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del “Mercado Modelo” para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020; las acciones que se han realizado fueron un diagnóstico de la situación actual de los comerciantes, analizar el nivel de cultura tributaria que muestran los comerciantes y evaluar el nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo Bagua Grande – 2020. La investigación es de tipo descriptiva y de un diseño Cuantitativo No Experimental. Concluyó que los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” en Bagua Grande son informales y evaden el pago de los impuestos, esto se debe a que han generado un negocio como ambulantes y han logrado tener un puesto fijo dentro del mercado; además que la informalidad porque la municipalidad no usa correctamente el dinero de los impuestos (65%), no informa sobre su destino (90%) y, no orientan a los contribuyentes (100%). Los comerciantes son conscientes que nunca cumplen las norma tributaria (53%), no han sido educados para pagar impuesto (85%), el pago de impuesto es reflejo de honradez (85%), consideran que la educación cívica genera conciencia tributaria (100%), el enseñar genera conciencia de pago de impuesto (85%); además que la cultura tributaria está en relación se afianza en los comerciantes cuando los funcionarios son honrados (91%), el dinero recaudado es usado íntegramente para las obras públicas (76%), no existe corrupción (85%) .

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

## **Abstract**

The main objective of the research was to determine the level of tax culture in the "Mercado Modelo" merchants to reduce informality in the City of Bagua Grande - 2020; the actions that have been carried out were a diagnosis of the current situation of the merchants, analyze the level of tax culture shown by the merchants and evaluate the level of informality and knowledge of the tax culture of the traders of the Bagua Grande Model Market - 2020. The research is of a descriptive type and of a Quantitative Non-Experimental design. He concluded that the merchants of the Mercado Modelo Supply Center in Bagua Grande are informal and evade the payment of taxes, this is because they have generated a business as street vendors and have managed to have a fixed position within the market; in addition to the informality because the municipality does not correctly use the tax money (65%), does not inform about their destination (90%) and does not guide the taxpayers (100%). The merchants are aware that they never meet the tax norm (53%), they have not been educated to pay tax (85%), the tax payment is a reflection of honesty (85%), they consider that civic education generates tax awareness (100% &), teaching generates awareness of tax payment (85%); also that the tax culture is in a relationship is strengthened in the merchants when officials are honored (91%), the money collected is used entirely for public works (76%), there is no corruption (85%)

### **Keywords:**

Tax Culture, informality, Merchants.

## Índice

Aprobación del jurado .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen .....	v
Palabra Clave.....	v
Abstract .....	vi
Keywords: .....	vi
Índice .....	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Ilustraciones .....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. Realidad Problemática.....</b>	<b>16</b>
1.1.1. Internacional.....	16
1.1.2. Nacional .....	21
1.1.3. Local.....	23
<b>1.2. Trabajos previos.....</b>	<b>24</b>
1.2.1. Internacional.....	24
1.2.2. Nacional .....	35
1.2.3. Local.....	40
<b>1.3. Teorías relacionadas al tema .....</b>	<b>45</b>
1.3.1. Cultura Tributaria .....	45
1.3.2. Informalidad .....	52
<b>1.4. Formulación del problema .....</b>	<b>57</b>
<b>1.5. Justificación e Importancia del estudio .....</b>	<b>57</b>
<b>1.6. Hipótesis .....</b>	<b>57</b>
<b>1.7. Objetivos de la Investigación.....</b>	<b>58</b>
1.7.1. Objetivo general .....	58
1.7.2. Objetivos específicos.....	58
<b>II. MATERIAL Y MÉTODO .....</b>	<b>59</b>
<b>2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....</b>	<b>59</b>
2.1.1. Tipo de investigación .....	59

2.1.2. Diseño de la investigación.....	59
<b>2.2. Población y muestra .....</b>	<b>60</b>
2.2.1. Población.....	60
2.2.2. Muestra.....	60
<b>2.3. Variables, Operacionalización .....</b>	<b>60</b>
2.3.1. Variables.....	60
2.3.2. Operacionalización de variables.....	61
<b>2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad... 62</b>	
2.4.1. Instrumentos de recolección de datos.....	62
<b>2.5. Procedimientos de análisis de datos..... 63</b>	
<b>2.6. Aspectos éticos .....</b>	<b>64</b>
<b>2.7. Criterios de rigor científico .....</b>	<b>64</b>
<b>III. RESULTADOS..... 65</b>	
<b>3.1. Análisis e interpretación de resultados..... 65</b>	
3.1.1. Dimensión: Conciencia Tributaria .....	65
3.1.2. Dimensión 2: Educación cívica tributaria .....	74
3.1.3. Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria.....	82
<b>3.2. Discusión de Resultados..... 90</b>	
<b>3.3. Aporte científico (Propuesta de Investigación)..... 93</b>	
3.3.1. Título .....	93
3.3.2. Justificación.....	93
3.3.3. Objetivos .....	93
3.3.4. Estrategias de capacitación.....	94
3.3.5. Recursos .....	94
3.3.6. Cronograma de actividades .....	95
<b>IV. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES..... 96</b>	
<b>V. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>101</b>



## Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	61
Tabla 2 Criterios de rigor científico .....	64
Tabla 3 ¿Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias? .....	65
Tabla 4 ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos? .....	67
Tabla 5 ¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente? 68	
Tabla 6 ¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente? ....	69
Tabla 7 ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto? .....	70
Tabla 8 ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos? .....	71
Tabla 9 ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?.....	72
Tabla 10 ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población? 73	
Tabla 11 ¿Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes?.....	74
Tabla 12 ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos? .....	75
Tabla 13 ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente pagan sus impuestos? .....	76
Tabla 14 ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?.....	77
Tabla 15 ¿Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación? .....	78
Tabla 16 ¿Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación?.....	79
Tabla 17 ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria? .....	80
Tabla 18 ¿Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos?.....	81
Tabla 19 ¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados? .....	82
Tabla 20: ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas? .....	83
Tabla 21 ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos? .....	84
Tabla 22 ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas? .....	85
Tabla 23 ¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?.....	86

Tabla 24 ¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?.....	87
Tabla 25 ¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes? .....	88
Tabla 26 ¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos?.....	89
Tabla 27 Cronograma Programa de Capacitación sobre Cultura Tributaria .....	95

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. ¿Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias?	65
Ilustración 2. ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?.....	67
Ilustración 3. ¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente? .....	68
Ilustración 4. ¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente? .....	69
Ilustración 5. ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto? .....	70
Ilustración 6. ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?.....	71
Ilustración 7. ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?.....	72
Ilustración 8. ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población? .....	73
Ilustración 9. ¿Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes? .....	74
Ilustración 10. ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos? ..	75
Ilustración 11. ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos?.....	76
Ilustración 12. ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?.....	77
Ilustración 13. ¿Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación?.....	78
Ilustración 14. ¿Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación?....	79
Ilustración 15. ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria? .....	80
Ilustración 16. ¿Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos?.....	81
Ilustración 17. ¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados? .....	82
Ilustración 18. ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas? .....	83
Ilustración 19. ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos? .	84
Ilustración 20. ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas? .....	85



# **INTRODUCCION**

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en el centro de abastos del Mercado Modelo de la Ciudad de Bagua Grande, debido a que es un lugar con demanda comercial.

La Informalidad constituye en un acontecimiento complejo y complicado que genera un desequilibrio socioeconómico en donde los actores participantes quedan excluidos de los beneficios tributarios, acceso a la salud y empleo justo. La informalidad, un problema que afecta de manera transversal a todo el país se origina por tres principales factores que se conjugan de manera permanente: deficiente legislación en seguridad social, políticas macroeconómicas excluyentes, impuestos laborales con costos muy elevados para las pequeñas empresas y personas que perciben bajos ingresos

El Perú ostenta más del 35% de informales independientes y más del 40% de informales asalariados, sean estos informales por exclusión (los que no tienen posibilidad de inserción en el mercado) o negligentes por escape. A nivel microeconómico, la informalidad reduce el bienestar de los agentes económicos involucrados.

Esta investigación es valiosa porque explica la importancia y rol que tiene la cultura y conciencia tributaria para la región y el país, permite disminuir el incumplimiento de las obligaciones tributarias de las personas y empresas; además que contribuye a mejorar el mal manejo que tiene sobre el sistema tributario.

El incrementar del nivel de la cultura tributaria en los ciudadanos, no solo significa cumplir obligaciones tributarias, es genera una conducta inherente a las personas para cumplir de manera voluntaria con los derechos y deberes tributarios basados en la confianza, razón y afirmación de los valores y principios éticos de respeto a la ley, solidaridad social, responsabilidad ciudadana de los contribuyentes para el desarrollo y crecimiento económico de la región y el país.

El presente informe está estructurado en cuatro (4) capítulos:

CAPÍTULO I: se detalle la realidad problemática, se realiza un análisis de los trabajos previos o antecedentes académicos, las teorías relacionadas con las variables de investigación, se formula el problema de investigación, se describe las razones del porqué la investigación, la hipótesis y los objetivos respectivos.

CAPITULO II: se desarrolla la metodología mediante la determinación del tipo y diseño de investigación, la población y muestra tomada, variables juntamente con su Operacionalización, los métodos y técnicas en la recolección de datos, los procedimientos, la recolección de datos, principios éticos y los criterios de rigor científico.

CAPITULO III: en este capítulo se describe los resultados de la investigación, se hace un análisis e interpretación de los resultados usando tablas y figuras, la discusión de resultados sobre la base de las teorías realizadas y los objetivos específicos y la presentación del aporte científico.

CAPITULO IV: en este capítulo se desarrollarán las conclusiones y recomendaciones respectivas.

## **1.1. Realidad Problemática.**

### **1.1.1. Internacional**

#### **Guatemala**

La Superintendencia de Administración Tributaria - SAT, Estrategias para la formación de la cultura tributaria en Guatemala, (2014). “señala que, en los últimos tres años, el (SAT) de Guatemala ha venido desarrollando una programación sobre cultura tributaria, consiste en incluir el tema, como una estrategia en la currícula del Ministerio de Educación, donde se está haciendo un trabajo integral para la formación de la cultura tributaria”. La ejecución del programa sobre cultura tributaria ha hecho que la SAT establezca coordinaciones con las diversas entidades que trabajan sobre el tema de tributación en el país al igual que con otras entidades del Estado que tienen administraciones tributarias. de Ibero América”. (SAT Guatemala, 2014).

“La adopción de estrategias que permiten hacer conciencia en sus países sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones, pero desde un enfoque educativo que no se centra exclusivamente en la población contribuyente, sino que más bien dirige sus esfuerzos a los no contribuyentes, que van desde los niños, jóvenes hasta los adultos que no forman parte de la base de contribuyentes efectivos, ya sea porque legalmente no tienen obligaciones impositivas directas o porque se desenvuelven en el ámbito de la informalidad”. (SAT Guatemala, 2014).

El Estado tiene la obligación de propiciar y generar bienestar colectivo y suministrar a los ciudadanos de los servicios públicos básicos que requieran y uno de las principales fuentes de financiamiento es la recaudación tributaria que es pagada por los ciudadanos contribuyentes (SAT Guatemala, 2014). El pago puntual de las obligaciones tributarias es parte del deber y cumplimiento de las normas legales sobre tributación; este deber se realiza entre dos actores: el Estado y el contribuyente; el Estado tiene el doble deber: recaudar el pago de los tributos y usarlo en la generación de servicios y bienes públicos (SAT Guatemala, 2014).



Es un proceso socioeconómico que es regulado por las normas tributarias y como una obligación legal, el ciudadano contribuyente tiene que acatar y cumplir y la autoridad, representante del Estado debe desarrollar sus obligaciones como tal (SAT Guatemala, 2014).

## **Colombia**

La Revista Ciudades, Estados y Política – La cultura tributaria como herramienta de la política fiscal en Bogotá Colombia, (2014), señalan que, en la cultura tributaria y ciudadana, se enfatiza el deber de los ciudadanos contribuyentes para pagar sus obligaciones tributarias y es base para demandar los derechos; afirman, no es suficiente exigir que las instituciones cambien, se necesitan cambios de conducta, hábitos y comportamiento culturales. Los programas para contribuir a promover una cultura tributaria deben sensibilizar a los ciudadanos en general, a las instituciones públicas y funcionarios del Estado en valores y principios tributarios. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014)

En Colombia, las estrategias para promover la cultura tributaria, tiene mayor importancia en: Pedagogía, Comunicación e Investigación; conjugando con la realización de conferencias, talleres y seminarios con el objetivo de sensibilizar a los contribuyentes en el pago puntual y voluntario de los impuestos; se crearon nuevas estrategias para motivar a los ciudadanos contribuyentes al cumplir sus obligaciones tributarias, crearon el “Aporte Voluntario”: el contribuyente podría contribuir con el 10% más sobre el valor total del impuesto pagado para poder financiar proyectos de carácter público que los ciudadanos elijan. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014)

En Bogotá en los años 2004 – 2007, se creó una propuesta que se llamó “Pacto por el Tesoro, promovió incrementar el nivel de cultura tributaria, usando estrategias educativas destinadas a los ciudadanos en general. Se realizaron campañas de sensibilización a través de los colegios, se diseñaron material pedagógico en dónde se divulgaron de manera sencilla y entendible conceptos elementales de la cultura y conciencia tributaria, los mismos que se propusieron

para incluirlos en los PEI (Proyectos Educativos Institucionales) (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014)

En Bogotá, durante la administración municipal de Gustavo Petro, desarrolló una sólida programación para promover la cultura tributaria y recuperó proyectos éxitos anteriores sobre el tema. El programa que estableció se desarrolló sobre tres ejes: recaudación en función a metas, estrategias de recaudación tributaria y cambio de conducta reflejado en el aporte voluntario. Se lema fue que no es posible tener una democracia participativa y activa sin el cumplimiento de las obligaciones tributarias de manera oportuna, puntual y veraz por parte de los ciudadanos contribuyentes. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014).

## **México**

La Revista Enciclopédica Tributaria Opciones Legales Fiscales, México, (2014), “nos menciona que la intención del Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) es atraer a contribuyentes que están en la informalidad, puede que resulte complicado que se acojan a él, ya que no existe una cultura de institucionalización de negocios en México”. “La actual Administración Tributaria se planteó el objetivo de incrementar la cultura tributaria y la base de contribuyentes, de manera que para lograrlo resulta evidente que deben participar todos los sectores de la población”. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014).

“En este sentido uno de los principales problemas a combatir es la informalidad y para disminuirla se pretende facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, incluyendo por una parte el pago de impuestos para lograr su incorporación de manera inmediata al padrón de contribuyentes” (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014). “El Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) pretende que la incorporación a la formalidad atraiga esencialmente a quienes ya realizan una actividad empresarial, enajenan mercancías o prestan servicios y no cumplen con sus obligaciones fiscales, a todos aquellos que hasta ahora han sido no contribuyentes”. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014).

“En este sentido se otorga un tratamiento especial a los contribuyentes que opten por el régimen durante diez años, al condicionar sus beneficios respecto del cumplimiento permanente y una vez que logren la estabilidad y conocimiento de sus obligaciones fiscales, se incorporen fácilmente al régimen general de ley aplicable a las personas físicas con actividad empresarial”. (Revista Ciudades Estados y Política Bogotá Colombia, 2014).

## **México**

Malpica (2014), Administrador de Cultura Contributiva del Servicio de Administración Tributaria de México, menciona que de acuerdo a numerosas investigaciones realizadas se ha concluido que la evasión de impuestos es producto de la ignorancia de muchas personas sobre el rumbo que tienen los recursos públicos o incluso, hay quienes piensan que el uso que se da de éstos no es el adecuado.

Por ello, el autor afirma que es necesario que el Estado promueva la Cultura Tributaria al contribuyente y fomente la transparencia del uso de los recursos para así prevenir la evasión de impuestos en el país.

## **Nicaragua**

La evasión tributaria anual en Nicaragua es alta, pues entre el Impuesto sobre la Renta y el Impuesto al Valor Agregado llega a unos C\$ 9,400 millones. De acuerdo a los resultados de una encuesta se demostró que hay una escasa cultura de pago en los contribuyentes y de que las personas consideran que la carga tributaria recae sobre los comerciantes que perciben menos ingresos, lo cual les parece injusto, por lo que tienden a eludir los tributos. Por ello se concluye que la evasión de impuestos no solo es un tema cultural sino también depende de la estructura tributaria (Massiell, 2014).

## **Bolivia**

López (2017), secretario de Economía y Hacienda del Gobierno Municipal, en una entrevista que se publicó en el diario La Patria mencionó que un 80% de los comerciantes evaden impuestos al sostener una actividad u negocio informal, lo cual afecta económicamente al municipio porque no se contribuye con el pago de impuestos.

Según las autoridades municipales, esto se debe en primer lugar a la falta de fuentes de trabajo en todo el país, sin embargo, se espera contar con la colaboración de cada uno de los contribuyentes para lograr que el comercio sea una actividad que se encuentre dentro de las normativas vigentes, y así impulsar el crecimiento económico del país.

## **Ecuador**

Avilés (2014), Director Regional del Servicio de Rentas Internas, expresó a un portal digital del país que al finalizar el 2013 la evasión tributaria se acercó a los 4.000 millones de dólares y que de enero a junio del 2013 se percibió más de 10 millones de dólares tan solo en multas por evasión.

Albán (2016), titular del Colegio de Economistas de Pichincha, dijo al Diario “El Telégrafo”, que desde el año 2000 hasta marzo del 2016 el Estado ha dejado de recaudar cerca de 4.500 millones de dólares, por lo que se ha previsto una pérdida de 300 a 400 millones de dólares anuales por evasión fiscal.

## **Colombia**

Morales (2016) menciona que la evasión tributaria promueve la desigualdad. Por una parte, afecta los recursos recaudados que son designados para satisfacer las exigencias de los ciudadanos, de acuerdo con las obligaciones que tiene el Estado; y por otro lado, la evasión fomenta la competencia desleal con los

empresarios formales que sí contribuyen. Como consecuencia se produce el cierre de empresas, especialmente de las microempresas, o se tiene que recortar personal para economizar y reducir gastos.

### **1.1.2. Nacional**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, (2014), señala que el programa de cultura tributaria trabaja alineado a uno de los principales objetivos para la formación de la conciencia y cultura tributaria a través del sistema educativo nacional, los jóvenes universitarios y en los ciudadanos contribuyentes; los principales temas que se han tratado, son; cultura tributaria en el nivel educativo superior, cultura tributaria en la Educación Básica Regular y cultura tributaria a través de acciones lúdicas educativas (SUNAT, 2014).

El programa sobre cultura tributaria desarrolla estrategias que promuevan liderazgo de conciencia y cultura tributaria, aduanera y fiscal en los contribuyentes y ciudadanos en general y otras actividades educativas a nivel nacional; promueven que los contenidos y temática tributaria sean incluidos en el Diseño Curricular Nacional del sistema educativo para generar obligatoriedad en los estudiantes. Además, han incluido acciones de teatro y espacios para jugar promoviendo la valoración de los bienes y cuidado de los servicios públicos dentro del marco para generar bienestar colectivo. (SUNAT, 2014).

La Revista Economía y Sociedad 62, CIES (2014), indica que son variadas razones que los decisores de políticas públicas deben considerar como la estructura, tamaño y evolución de la informalidad en un país, constatando en las dos últimas décadas se ha incrementado considerablemente en todos los países del mundo. La informalidad en las actividades económicas, afecta y disminuye la recaudación tributaria o base impositiva, con lo cual obstaculiza el financiamiento para la realización de los servicios públicos, así como la protección social. Además, precisa que la informalidad económica, tiende a generar una distorsión en los análisis estadísticos económicos y financieros y por lo tanto influye en la decisión política de

los gobernantes, considerando que se basan en indicadores que no pueden ser tan reales o contradictorio con lo que se desea hacer.

La informalidad genera una economía paralela genera una competencia desleal con las empresas formalizadas, además que excluye a los trabajadores de los beneficios correspondientes. La formalización es un camino que debe ser promovido con una ventaja para el desarrollo del país de los ciudadanos. Es fundamental que toda iniciativa para analizar la informalidad sea necesario conceptualizar el sector informal y sobre lo cual no existe consenso. (La Revista Economía y Sociedad 62 CIES, 2014).

Existe dos definiciones sobre el sector informal: la primera se refiere que es un sector económico que no está registrado, pero contribuye significativamente con el PBI y la segunda, es una producción de bienes y servicios en el mercado legal e ilegal (La Revista Economía y Sociedad 62, CIES 2006)

El Servicio de Administración Tributaria Cajamarca - SAT, (2014), “señala que frente a las campañas publicitarias y a través de los medios de comunicación social que son impulsadas por el servicio de Administración Tributaria SAT Cajamarca, son para promover una cultura tributaria, entre los contribuyentes, con el fin de que éstos cumplan con sus obligaciones tributarias impuestas por ley, si en realidad los recursos tributarios que recaudan las municipalidades, tienen como fin financiar la prestación de los servicios públicos o ejecución de obras que demanda la población, o si éstos sirven mayormente, para privilegiar sueldos de la burocracia”. (SAT Cajamarca, 2014)

“Lo cierto es que, en la mayoría de gestiones en el país, la publicidad mediática, orientada a que el contribuyente tome una conciencia tributaria, supuestamente de compromiso para contribuir con su municipio en la medida de poder impulsar la ejecución de proyectos, servicios públicos locales, con el destino de los fondos, cuyo uso arbitrario, se orienta mayormente a financiar los sueldos de los altos funcionarios, o se diluyen en obras intrascendentes, que al final generan en el usuario o contribuyente desconfianza de destino final de sus aportes”. (SAT Cajamarca, 2014).

“Solo en esta medida, el ciudadano común, el empresario o el contribuyente, podrán ir adoptando una conciencia tributaria, asimismo de una cultura tributaria, que no lo coaccione al pago forzado de sus obligaciones, sino más bien a adoptar una postura totalmente voluntaria”. (SAT Cajamarca, 2014).

Una mayor tributación es una herramienta muy importante para el desarrollo de nuestro país, en el Perú el 70% de nuestra economía es informal esto quiere decir que no pagan ninguna clase de impuesto y el resto de contribuyentes si aportan, pero de todos modos no se llega al nivel que le corresponde por ley. (La Primera, párr. 1).

Vargas (2015), especialista en temas de tributación, alertó que el Estado peruano está perdiendo anualmente unos S/. 25 mil millones por defraudación tributarias. “El origen de esta evasión surge en diferentes modalidades como el contrabando y el ardid por parte de los contribuyentes o personas que dejan de pagar impuestos, entre ellos, la minería y construcción informal y los comerciantes, que son los principales sectores de la economía que abiertamente evaden impuestos”. (Exitosa, párr. 1).

### **1.1.3. Local**

El Mercado Modelo de la Ciudad de Bagua Grande, es un centro de abasto que presta servicios a toda la población, en la actualidad se ha convertido en una de las principales regiones con mayor sostenibilidad económica en el país, pero esto no solo ha traído repercusiones positivas en la ciudad, las que más han aumentado son las repercusiones negativas, un claro ejemplo de esto es el incremento de comerciantes informales en los últimos cuatro años en Bagua Grande, los cuales han visto aquí una buena oportunidad para ejercer esta actividad, obteniendo saldos gratificantes, pero a la vez perjudicando el desarrollo y crecimiento de la ciudad.

La mayor parte de comerciantes del Mercado Modelo, no cuentan con inscripciones en el Registro Único del Contribuyente (RUC), requisito indispensable para iniciar la formalización de un negocio lo que ocasiona que la municipalidad no extienda la Licencia de Funcionamiento. Además, no solicitan comprobantes de pago al momento de realizar la compra de mercaderías, y a su vez estos no emiten nunca comprobantes por las ventas realizadas. Esto se debe a la poca cultura tributaria de los comerciantes la cual no garantiza la formalidad de su negocio y el cumplimiento posterior del pago de sus impuestos.

El inicio de este fenómeno económico se basa en los problemas estructurales no resueltos y en el mal funcionamiento de las instituciones, así como al estilo de vida del poblador andino. Es pragmático y transgresora y se caracteriza por que cada uno quiere imponer sus reglas, nadie acepta las establecidas por la autoridad, todos quieren soluciones a su medida. La informalidad surge como una manera *sui generis* de salir adelante, como una forma de sobrevivir que se ha ido extendiendo. Este problema se agrava debido a que la cultura peruana se caracteriza por tener una concepción particular de lo culto y lo inculto.

Ser informal, teóricamente significa estar fuera de lo formal, fuera de lo instituido. El problema radica en que en el Perú lo instituido nunca ha funcionado, razón por la cual la informalidad es considerada como algo casi natural en el país.

## **1.2. Trabajos previos.**

### **1.2.1. Internacional**

Espinoza y Huiracocha (2015) en su tesis "*Análisis del ingreso y la recaudación en el sector informal de la ciudad de Cuenca (Mercados: 9 de octubre y 10 de agosto) por el periodo fiscal 2012 – 2013. (Tesis de Pregrado)*". Universidad de Cuenca. Ecuador: concluye que:

- “Según la ley, el Régimen Impositivo Simplificado denominado, es el sistema de tributación que ha tenido mucha acogida a nivel nacional por parte de los



medianos y pequeños empresarios y contribuyentes; este régimen ha propiciado que los contribuyentes cumplan con el pago de sus impuestos y ha contribuido a generar una cultura de acatamiento y voluntariado (Espinoza & Huiracocha, 2015)

- Las encuestas aplicadas, dieron como resultado un bajo porcentaje de comerciantes formalizados en el Régimen Impositivo Simplificado o en el Régimen General, significando que existe un alto porcentaje de comerciantes que no están pagando sus impuestos de manera puntual y permanente y con ello no contribuyen con el desarrollo y crecimiento del país. (Espinoza & Huiracocha, 2015)
- Los comerciantes que laboran en el mercado 9 de octubre y 10 de agosto, fueron capacitados sobre tributación y sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias; las razones por la cual no pagan sus impuestos es que desconocen sobre los regímenes tributarios y no tiene información sobre el Régimen Impositivo Simplificado (RISE) (Espinoza & Huiracocha, 2015).
- Más del 50% de los comerciantes no están formalizados, señalan que el costo de los impuestos son muy altos y afectan a su negocio, por lo general son negocios antiguos que no han logrado formalizarse y por costumbre han seguido funcionando en la informalidad; pero se ha constatado que el pago que realizan por impuesto mensualmente son mínimas en comparación con los beneficios que reciben del Estado, como: salud, educación, energía eléctrica, gas a domicilio, combustible, subsidios, obras públicas, entre otros. (Espinoza & Huiracocha, 2015)
- Existen nuevos negocios que se han constituido y se han formalizado ligeramente sin tener conocimiento cuáles son sus obligaciones tributarias; estos pequeños negocios tienen un valor en sí mismo porque tienen la voluntad de contribuir con el desarrollo del país pagando sus impuestos, pero tienen el temor que la autoridad de tributación clausuren su negocio o sean multadas,

todo ello por desconocimiento y no han recibido capacitaciones para orientar en el proceso de tributación (Espinoza & Huiracocha, 2015)

- Existe una mala percepción de los comerciantes sobre el cumplimiento del pago de los impuestos; consideran que debe tener igual obligación de pagar los impuestos los pequeños, medianos y grandes empresas, todos deben contribuir con el desarrollo y crecimiento del país. Los comerciantes exigen más atención por el Estado a sus requerimientos; pero los comerciantes deben cumplir con sus obligaciones tributarias (Espinoza & Huiracocha, 2015)
  
- Según la encuesta, se encontró que existen comerciantes que se sienten satisfechos con el pago de sus impuestos, consideran que el pago mensual no es muy alto, no afecta a su negocio, pueden cancelarlo sin contratiempos. Además, como producto de las campañas de sensibilización, se promueve el pedido y entrega de comprobantes de pago, el pedirlo y estar formalizados, les permite incrementar clientes y las ventas en sus negocios. (Espinoza & Huiracocha, 2015)
  
- Se han realizados diversas capacitaciones a través del Servicio de Rentas Internas, la finalidad es promover la cultura tributaria en los comerciantes y motiva a su formalización, considerando que vienen realizando una actividad económica y tiene la obligación de cumplir con el pago de los impuestos que le correspondan. Según el régimen que correspondan, los comerciantes pagan los impuestos en función de sus ingresos, con ello logran un control y equilibrio para ser competitivos en el mercado nacional (Espinoza & Huiracocha, 2015)

***Comentario:***

*La tesis que antecede se relaciona con la nuestra porque trata de la escasa cultura tributaria que hay en los universitarios, ya que no tiene una buena asesoría del tema tributario.*

Torres (2010) en la tesis, *“Análisis de las características generales del sector informal en Ecuador – Segmento pequeños comercios. (Tesis de Maestría). Universidad de Posgrado Internacional Líder en Ciencias Sociales”*. Ecuador: menciona que:

- “No es nada difícil encontrarse en ciertos sectores de las ciudades más importantes del Ecuador con vendedores que ofrecen las mercaderías y los servicios más variados. La informalidad será, al menos en el mediano plazo, uno de los problemas socioeconómicos de mayor impacto, con complejo tratamiento y difícil solución por la cantidad de población afectada, la complejidad de su estructuración y desarrollo” (Torres, 2010). “Las dificultades para ingresar en el mercado laboral formal hacen evidente la necesidad de acudir a fuentes de ocupación informales, en consecuencia, los sectores formal e informal coexisten en el Ecuador, haciendo realidad la dualidad laboral”. (Torres, 2010)
- “Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la mitad de la población económicamente activa labora en economías no reguladas, sin beneficiarse de prestación alguna. La necesidad de supervivencia ha convertido a las actividades relacionadas con autoempleo, comercio callejero y otras subterráneas, en garantía de sustento y de trabajo digno, aunque informal. Según LA OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), de cada 10 personas, 7 están ocupadas están inmersas en trabajos no cubiertos por la seguridad social”. (Torres, 2014).
- “El mercado de trabajo ecuatoriano presenta dificultades para absorber el número de trabajadores que se incorporan a la fuerza laboral cada año, realidad que vuelve persistente la presencia del sector informal” (Torres, 2010). “La evidencia sugiere que entre las principales causas se encuentran la falta de generación de empleos dignos y bien remunerados y con todos los derechos que establecen las leyes relacionadas con el empleo”. (Torres, 2014).

- “La informalidad se considera un problema complejo que debe ser atendido de manera integral atacando de manera coordinada y simultánea cada una de las causas, a través de un enfoque dual y diferenciado de políticas legales y tributarias” (Torres, 2010). “El trabajador informal tiene una noción equivocada sobre el papel que cumple el sector público, lo cual constituye otra motivación para ingresar a la informalidad”. (Torres, 2014).
- “El tipo de actividades informales se orientan al comercio minorista, a restaurantes o servicios de reparación y a la adquisición de mercadería terminada para venderla en el mismo estado. Los negocios informales no son industrializados y no agregan valor a las mercaderías que comercian”. (Torres, 2014).
- “Los informales no han desarrollado sistemas que les permitirían ser más competitivos, ampliar sus negocios y reducir sus costos. No tienen registros contables ni de clientes o proveedores” (Torres, 2010). “Los principales problemas que afrontan son dificultades para la comercialización de sus productos, la falta de clientes o el incumplimiento de éstos, la inseguridad y los altos costos de materia prima y mantenimiento de los negocios”. (Torres, 2014).
- “La existencia de una economía informal importante puede hacer disminuir el grado de diversificación de las exportaciones, limitar el tamaño de las empresas, incrementar la productividad y actuar como una especie de trampa de la pobreza, que impide la reasignación de los puestos de trabajo en la economía formal”. (Torres, 2014).

**Comentario:**

*Según esta tesis permitirá fundamentar los contenidos teóricos de la investigación, para tomar decisiones y criterios adecuados para una mejor economía.*

Cárdenas (2014) en su investigación en Ecuador, sobre “*La Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pinchincha - Cantón*

*Quito*, (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana”. Ecuador: expresa que:

- Para generar una cultura tributaria es un proceso largo y uno de los principales factores que contribuyen a ello es el sistema y proceso educativo, permite formar conciencia en los ciudadanos contribuyentes y la importancia que tiene el cumplir con el pago de los impuestos para que el Estado logre cumplir con su deber de generar el bien común. (Cárdenas, 2015)
- “La realidad demuestra que la falta de conocimiento o en su defecto la mala aplicación y desconocimiento de las leyes o normas tributarias, eso sumado a la falta de difusión o del descuido de los contribuyentes, implica que la ciudadanía no conoce sus obligaciones y responsabilidades”. (Cárdenas, 2015).
- Es condición necesaria actualizar y renovar los conocimientos de los contribuyentes para poder generar una cultura tributaria y de esta forma disminuir las brechas y diferencias fiscales. (Cárdenas, 2015).
- “Es importante recordar a los contribuyentes que evitar o evadir el pago de impuestos, multas e intereses la Administración Tributaria si lo requiere puede realizar una revisión de las declaraciones y está en la facultad de hacer una reliquidación de sus pagos y tendrá que cancelar el impuesto con los intereses y multas respectivos hasta la fecha que cumpla con el pago”. (Cárdenas, 2015).
- “Existe un alto porcentaje de encuestados que manifiesta que los impuestos sirven para el beneficio del país, consecuentemente en la actualidad el gobierno” (Cárdenas, 2015). “Rafael Correa ha realizado diversas inversiones de carácter social en beneficio de todos los ciudadanos, por lo tanto, se deben tomar las acciones para que los contribuyentes tomen conciencia y cumplan con sus obligaciones tributarias”. (Cárdenas, 2015).

- “Las personas encuestadas en la ciudad de Quito, alegan el desconocimiento, descuido, falta de tiempo como causas para el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, como es la de obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y emitir un comprobante de venta por las transacciones efectuadas, por lo tanto, están realizando actividades económicas en forma ilegal y están evadiendo impuestos”. (Cárdenas, 2015).
- “Las personas encuestadas, siempre acceden a la información para saber sobre cultura tributaria es usando los medios de comunicación tradicional, como: radio, televisión y prensa; al estar informados de manera permanente, logran ser conscientes de sus derechos y deberes reflejados en el cumplimiento voluntario de sus obligaciones tributarios (Cárdenas, 2012)

**Comentario:**

*La presente tesis, nos quiere decir que la cultura tributaria es un eje relacionado con la conciencia tributaria, tanto del contribuyente como del Estado para que de esta manera surja una relación conjunta con el pago de impuestos para las necesidades de la población.*

Rocas (2014) en su entrevista dijo que, “Existen varias causas por las que Guatemala es uno de los países con carga tributaria más baja de América Latina (12.5 por ciento en 2013 sin incluir contribuciones a la seguridad social), una de ellas, es la carencia de una cultura ciudadana que favorezca el cumplimiento de las obligaciones tributarias”.

- Derivado de lo anterior, como parte de la estrategia para acercarnos a los contribuyentes, además de orientarlos e informarles sobre sus obligaciones tributarias, debíamos impulsar campañas generales para concienciar sobre distintos temas, como exigir factura, por ejemplo, y desarrollar un programa dirigido a crear una cultura tributaria positiva.
- Existe un desconocimiento hacia la tributación por parte de los comerciantes en el ámbito internacional. Ante esto el nivel de cultura tributaria por parte de

los contribuyentes es muy bajo, generando ignorancia de los beneficios que contrae la formalidad y el pago de los tributos.

- Los índices de informalidad de los comerciantes a nivel internacional son de similar manera constantes, indicando así que el contribuyente evade muchas veces el pago de sus tributos. Así mismo la informalidad de los contribuyentes de diferentes partes del mundo ha incrementado su nivel de fiscalización dejando de lado el cambio de la conciencia del contribuyente.

### ***Comentario***

*Lo manifestado por el autor arriba mencionado, es que a nivel mundial existe este grave problema de la evasión de impuestos por parte de los comerciantes, dejando un fuerte forado de dinero que no ingresa al fisco para realizar obras de interés social.*

Gálvez (2014), en la revista socio-cultural, menciona: Los cubanos tenemos poca cultura tributaria, pues en los últimos 54 años, los impuestos no han existido para la mayoría, o han constituido una carga verdaderamente aplastante para los contribuyentes.

- Es por eso que, al surgir una nueva ley tributaria, ha sido necesario explicar por varios medios y en diversas ocasiones, en qué consiste la misma, qué de nuevo tiene y qué ventajas o desventajas tiene para los contribuyentes. La nueva Ley No. 113, puesta en vigor desde el 1° de enero de 2013, deroga la anterior Ley No. 73, de fecha 4 de agosto de 1994.
- El problema con los tributos en Cuba es que, por más que cambian las cuantías y formas, continúan siendo algo ajeno a los ciudadanos. Parece ser que en Cuba existen dos actitudes imperantes ante los impuestos: desentenderse o evadirlos violando la ley.

- Los impuestos que gravan a las empresas estatales, no constituyen un problema para estas. Si toda la ganancia va al Estado, por ser el dueño, que también un porcentaje de la misma se aporte en forma de tributo, no hace diferencia. De todas maneras, los trabajadores no serán partícipes de la ganancia obtenida en la mayoría de las empresas. Es entendible que, al no haber propiedad privada, los ciudadanos se desentiendan de este tipo de impuesto.
- Los impuestos que constituyen una preocupación para los ciudadanos, y casi solo para los que trabajan por cuenta propia o quieren hacerlo, son los impuestos sobre ingresos personales y aquellos que gravan propiedades, productos o servicios, que de manera indirecta inciden en los ingresos personales.
- En una situación de economía sana, pagar impuestos, aunque no es agradable, es asumido por la mayor parte de los ciudadanos como un deber social. Como cualquier deber, siempre hay quienes lo incumplen, pero el problema en Cuba es que, incumplir este deber se convierte en una necesidad, en una opción de supervivencia, por lo que es una actitud aceptada por la generalidad de la población, incluso por funcionarios de las oficinas de recaudación. A veces es tan sencillo como optar entre pagar los impuestos cabalmente o tener recursos para mantener un negocio que solo da para comer.

### **Comentario**

*En Cuba, la cultura tributaria es un problema que está pendiente de resolver. Cuba posee un alto indicador intelectual, cultural y social; es uno de los mejores sistemas educativos en América Latina; pero contradictoriamente, no tienen una cultura tributaria, considerando que el Estado es el único que desarrolla todas a las actividades económicas.*

Hernández, Tineo. y Yáñez (2014) en su tesis sobre “Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la planificación fiscal de la Empresa “Inversiones VADAMI, C.A.”, para optar al Título de Licenciado en Contaduría Pública en la



Ciudad de Carúpano, utilizaron como herramientas de investigación el cuestionario y tablas estadísticas, concluyó que:

- (1). El cumplimiento del pago de tributos, permitirá el desarrollo sostenido a través de la participación, información y conocimiento de las Normas Tributarias y el uso de los medios y recursos tecnológicos admite mejorar su Cultura Tributaria dentro y fuera de la organización.
- (2). La empresa cuenta con un personal adecuado para el manejo de los tributos, el cual conoce a fondo, todo y cada uno de los elementos de la planificación fiscal utilizados, así como también las normativas tributarias más relevantes, lo cual logra tener aspectos positivos que son beneficiosos para la empresa.

***Comentario:***

*La presente investigación es importante porque permite el conocimiento, participación e información sobre el pago de los tributos dentro y fuera de una organización por lo que nos permitirá incrementar la Cultura Tributaria.*

Chicas (2013) en su investigación sobre “Propuesta para crear una unidad móvil de Capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la Cultura Tributaria en Guatemala”, Tesis de Maestría en Administración y Recursos Humanos, usó como técnicas de investigación la encuesta y observación; entre sus principales conclusiones, tenemos:

- Se constata que existe un alto desconocimiento y poco interés de los contribuyentes en cumplir de manera oportuna, puntual y correcto con el pago de sus obligaciones tributarias; todo esto por la carencia de una cultura tributaria.
- Existe una nula capacidad implementada para brindar educación y el acceso a capacitación desde los espacios regionales tienen mayores problemas, estas

son algunas de los factores que ocasionan un nivel bajo de cultura tributaria y casi nula en la población de zonas rurales

**Comentario:**

*Es importante la Investigación porque será de mucha utilidad, la unidad móvil Serviría de mucho ya que en todas partes necesitan una capacitación para así tener un incremento de Cultura principalmente en las áreas rurales (comerciantes, dueños de pequeños negocios los cuales desconocen de cómo pagar sus tributos).*

Nieto (2014) en su tesis investigó “La Educación Tributaria como solución a la baja recaudación fiscal en México”, para obtener el título de contador público, utilizó como herramientas de investigación el cuestionario y tablas estadísticas, concluyó diciendo que es difícil poder afirmar que, el incluir una Educación Tributaria dentro de los planes de estudio del nivel básico en México, ayudaría a incrementar el pago de impuestos.

- Sería necesario realizar un estudio dirigido a conocer qué tanto ayudó a modificar la percepción y estímulo a las personas para el pago de impuestos.

**Comentario:**

*La investigación es importante, como bien sabemos es difícil de incrementar la cultura tributaria con programas de estudio en el nivel básico, es necesario que los organismos reguladores de la Normativa Tributaria impartan tema de forma gratuita libros, folletos, de “Educación Tributaria”; y de esta manera contribuir con el desarrollo del País.*

Nieves (2013) en su tesis sobre “Diseño de una propuesta de plan de capacitación que contribuya al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias” Título de Magíster en Administración de Negocios. Universidad internacional Del Ecuador. Utilizo libros especializados, encuestas e investigaciones, concluyendo una planificación previa que permita identificar las condiciones externas e internas que pudieran incidir en el cumplimiento de los objetivos planteados.

**Comentario:**

*Busca fortalecer el cumplimiento voluntario como un medio para maximizar la recaudación de tributos, parte por la premisa de poder identificar la actitud del contribuyente hacia el cumplimiento de tal forma que se puedan diseñar mecanismos que con el uso de los medios faciliten los servicios tecnológicos, asistencia personalizada y capacitación.*

**1.2.2. Nacional**

Aguirre y Silva (2013) en su tesis sobre “Evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo – Año 2013”. Tesis de Maestría. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo: sostiene que:

- “Los comerciantes de Abarrotes que se encuentran ubicados en los alrededores del mercado Mayorista por el giro de negocio que tienen, deben cumplir con todas las obligaciones formales que les corresponden (otorgar comprobante de pago por sus ventas, presentar sus declaraciones, llevar registros y libros contables de acuerdo a su régimen) a los contribuyentes, así como con la determinación y pago de los impuestos a los que están afectos (obligaciones sustanciales), tales como el IGV, IR y ESSALUD”. (Aguirre & Silva, 2013)
  
- “Los conocimientos en tributación de los comerciantes del Mercado Mayorista del distrito de Trujillo es bajo debido al desconocimiento de las normas tributarias, En donde se observa que el 65% de los comerciantes no sabe el destino de los tributos que recauda la SUNAT y el 95% de los comerciantes indica no haber recibido capacitación en materia tributaria por parte de la SUNAT; por lo que el desconocimiento de las normas tributarias, a la falta de capacitación en temas tributarios por parte de SUNAT a los comerciantes, induce al incumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT”. (Aguirre & Silva, 2013)

**Comentario:**

*La tesis que antecede se relaciona con la nuestra porque trata de la escasa cultura tributaria que tienen los comerciantes del Mercado Mayorista del distrito de Trujillo y por ende no cumplen con las obligaciones tributarias impuestas por SUNAT.*

Marquina (2014) en su investigación sobre “Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales SUNAT - Intendencia Lima en el periodo 2013”. (Tesis de Pre grado). Universidad de Trujillo. Trujillo: indica que:

- “El conocimiento de los contribuyentes del cercado de Lima, verificados por la Administración Tributaria - Intendencia Lima, con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales es deficiente y tiene incidencia en los resultados de la verificación de manera negativa para el contribuyente”. (Marquina, 2014)
- “El grado de cultura con respecto al cumplimiento de sus obligaciones formales de los contribuyentes del cercado de Lima es débil y es percibido como falta de difusión y/o capacitación por parte de la SUNAT”. (Marquina, 2014)
- “En la mayoría de los casos el motivo de la infracción cometida por los contribuyentes, es originada frecuentemente por llevar el registro de los libros contables con atraso que es mucho mayor a lo permitido por ley. “Siendo este último de doble efecto, ya que a pesar de ser multados también es sancionado por la vía administrativa con el Ingreso a recaudación de la cuenta de detracciones”. (Marquina, 2014)
- “La falta de cultura y/o conocimiento de los comerciantes del cercado de Lima sobre el cumplimiento de sus obligaciones formales, incide negativamente en la situación económica del contribuyente e indirectamente en la recaudación fiscal, ya que permite a la Administración tributaria

cumpla con sus objetivos institucionales presión tributaria 17% PBI”.  
(Marquina, 2014)

***Comentario:***

*Esta tesis permitirá, fundamentar aspectos con respectos al cumplimiento de obligaciones y de la misma manera ampliar el conocimiento de los comerciantes sobre cultura tributaria y su incidencia en la recaudación nacional.*

Burga (2015) en su investigación sobre “Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra”. Tesis para optar el Título de Contador Público. Universidad San Martín de Porres. Lima: señala que:

- “Existe una falta de vigilancia y seguimiento correcta para fortalecer la conciencia tributaria en el país que genera dificultades en las empresas para cumplir puntual y correctamente con el pago de sus obligaciones fiscales”.  
(Burga, 2015)
- “Los ciudadanos contribuyentes perciben que el Estado no garantiza una buena administración del dinero recaudado por el pago de los impuestos y por eso se orienta al sector informal”. (Burga, 2015)
- “Se constata los factores éticos y culturales son muy sensibles en los ciudadanos y propician las sanciones e infracciones tributarias”. (Burga, 2015).

***Comentario:***

*Según esta tesis, nos menciona que la falta de conciencia en los comerciantes es alta es por eso que se muestra una escasa cultura tributaria.*

Vásquez (2015) señala a través de una entrevista que la cultura tributaria es el nivel de conocimiento que tienen las personas sobre tributación en una determinada sociedad. Las funciones de la cultura tributaria son:

- Es requisito condicional en un país que los ciudadanos en general tengan un alto nivel de cultura tributaria, significa que comprende que el dinero recaudado a través de las entidades del Estado como administradores, es una obligación, sin excepciones. Siendo recursos que provienen de los contribuyentes, el rol de Estado es cumplir con el deber de brindar servicios públicos y generar el bien común, por ejemplo: educación, salud, escuelas, hospitales, infraestructura, entre otros; la carencia de cultura tributaria ocasiona evasión o falta de pago de los impuestos
- En nuestro país, la falta de cultura tributaria, provoca la disminución de las obligaciones tributarias, menor ingreso para el financiamiento del presupuesto nacional y con ello no podrá cumplir con su deber de generar el bien común y hacer las obras que la población requiere.
- La inadecuada Política Tributaria de brindar beneficios tributarios y exoneraciones, repercute en los índices de recaudación tributaria que permiten satisfacer los requerimientos de servicios públicos que demanda la sociedad, cubrir el gasto público y disminuir el déficit fiscal, lo que a su vez conlleva a reducir la inflación existente.
- El sistema tributario en el país se basa en los estándares establecido a nivel internacional y está organizada en: Administración Tributaria, Política Tributaria y Sistema Tributario y es una relación entre los contribuyentes y el Estado peruano.

***Comentario:***

*La presente investigación es importante ya que la evasión de impuestos de los contribuyentes de la cultura tributaria, se basa en honradez, por lo que es totalmente falso porque la gran mayoría de entrevistados de acuerdo a la tesis ya mencionada poseen una concepción negativa y desfavorable, actualmente podemos darnos cuenta que la informalidad y la formalidad interactúan constantemente.*

Delgado (2015) en su tesis "La Educación Tributaria Como Medida Para Incrementar la Recaudación Fiscal en la Ciudad de Chota" para obtener el título de Contador Público.

- Utilizo la técnica de herramienta de recolección de datos, entrevistas y cuestionarios concluyendo que La implementación de programas de educación tributaria como: seminarios de formación, talleres de orientación, campañas de concientización, talleres de capacitación; es una estrategia para reducir los niveles de incumplimiento tributario. Su objetivo general fue determinar los requerimientos para propiciar conciencia y cultura tributaria con el fin de incrementar la recaudación tributaria sobre la base del pago voluntario de los impuestos respectivos

**Comentario:**

*Es necesario desarrollar una cultura tributaria, siendo estrategia por excelencia para la formación de una cultura fiscal basada en el concepto de ciudadanía fiscal que implica asumir el cumplimiento de las obligaciones tributarias como contrapartida necesaria al legítimo ejercicio de los derechos cívicos.*

Gonzales (2016) en su investigación sobre “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”. Tesis de Grado para obtener el título de Contador Público. Universidad Cesar Vallejo.

- Utilizó como técnica de investigación la encuesta; concluyó que el origen de la carencia de una cultura tributaria en el mercado de Huamachuco es por el bajo conocimiento sobre tributación y la falta de motivación para cumplir con el pago de los impuestos por parte de los comerciantes, perciben que los gobernantes y casi todas las autoridades están involucradas en corrupción y no generan beneficio para la población

**Comentario:**

*Es valioso el programa de implementación de estrategias para contribuir a fomentar la cultura tributaria, enriquecer e incrementar el conocimiento tributario*

*de los contribuyentes, reducir la desmotivación de los comerciantes en el cumplimiento del pago de los impuestos.*

Quispe (2011) en su investigación sobre “La política tributaria y su influencia en la cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna” Tesis de Grado para obtener el grado de Contador Público, utilizó como herramientas de investigación las encuestas, entrevistas, guías de observación concluyó que:

- El sistema político tributario en el Perú, no cuenta con una propuesta que promueva la cultura tributaria de los comerciantes en el Mercado de Tacna; existe una incorrecta política tributaria que no garantiza el enfrentamiento y control de la evasión tributaria y la falta de pago puntual y a esto se une la carencia estratégica de un proyecto educativo tributario

***Comentario:***

*La presente tesis es importante, porque está ligada con la investigación realizada con la inadecuada política tributaria teniendo un efecto negativo en los niveles de recaudación de impuestos, para minimizar la evasión es necesario implementar políticas, estrategias, programas de capacitación que nos permita mejorar el nivel de cultura de los comerciantes.*

**1.2.3. Local**

Lizana y Rodas (2014) en su tesis “Implicancias tributarias de la informalidad de los comerciantes del Mercado Moshoqueque, para mejorar la recaudación en el distrito de José Leonardo Ortiz. (Tesis de Pre grado)”. Universidad Señor de Sipán. Chiclayo: sostiene que:

- “Como primera conclusión debemos hablar del orden urbano y el ornato, ya que caminar por las calles del Mercado Moshoqueque, es una frustración. Poco a poco, las vías destinadas al paso vehicular han sido ocupadas por el comercio informal. Los gritos y la basura reemplazaron al eco de las pisadas



y el ruido de los motores, sus vías de escape, señalizaciones, conexiones clandestinas de electricidad y tránsito vehicular congestionado, se han convertido en una bomba de tiempo. Los desechos orgánicos e inorgánicos que diariamente arrojan a la vía pública es otra de las graves consecuencias del comercio informal”. (Lizana & Rodas, 2014)

- “Los comerciantes del Mercado Moshoqueque tienen un espíritu luchador, es decir que identifican oportunidades comerciales y se organizan llevando todas sus experiencias a una vida de práctica. El obstáculo que existe en ellos para ser emprendedores es debido a que ellos se adaptan a este sistema y no tratan de buscar otras alternativas de ventas para llamar más gente a sus negocios es decir no son innovadores”. (Lizana & Rodas, 2014)
  
- “Las personas que se dedican a la actividad comercial en el sector informal del Mercado Moshoqueque son de distintas edades, por lo que se puede afirmar que este sector acoge a personas de todas las edades, además de que quienes incursionan en esta actividad comercial, son personas que en su mayoría no han accedido a la educación su mayoría no han accedido a la educación secundaria y menos a la superior, lo que denota que la baja calificación o preparación es también otro factor que incide en que muchas personas deban dedicarse a actividades del sector informal, a esto le atribuimos la crisis económica por la que actualmente atraviesa nuestro país”. (Lizana & Rodas, 2014)
  
- “Mencionamos también como conclusión los elevados costos de la formalización, el pago de impuestos que consideran muy elevados, no se percibe el destino de los tributos y los trámites engorrosos que hay que realizar para lograr la formalización”. (Lizana & Rodas, 2014)

**Comentario:**

*La tesis que antecede se relaciona con la nuestra porque trata de la informalidad por parte de los comerciantes del Mercado Modelo ya que actualmente*

*es uno de los problemas que atraviesa nuestra economía peruana es la práctica del comercio ambulatorio y la falta de cultura tributaria.*

Bustamante (2016) en su investigación “Factores que influyen en el comercio informal de ropa en el Mercado Modelo de la Ciudad de Chiclayo”. (Tesis de Pre grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo: concluye que:

- “El comercio informal del Mercado Modelo de la Ciudad de Chiclayo es un problema socioeconómico y cultural, porque la mayoría de los vendedores y compradores viven en zonas rurales y su nivel cultura son bajos, careciendo la gran mayoría de trabajo lo que con lleva a no tener ingreso suficiente como para que el comerciante pueda formalizar su negocio y el comprador pueda adquirir productos de calidad y garantía”. (Bustamante, 2016).
- “Los vendedores pertenecen a un estrato de la sociedad de nivel bajo, debido a que la mayoría de estos viven en zonas aisladas y peligrosas de la ciudad. Y se comprobó que su ingreso mensual de dichas personas tiende a cubrir sus necesidades básicas por esta razón es que siguen con este negocio”. (Bustamante, 2016).
- “Las prendas más adquiridas por el público, son los pantalones jeans, polos de algodón, camisas y blusas, siendo las más solicitadas pantalones y polos. Implica también los bajos precios que tienen estos productos”. (Bustamante, 2016).
- “El grado de ganancias que obtienen los comerciantes informales de vestido, asciende aproximadamente entre 500 a 800 soles mensuales, dependiendo de las temporadas y del tipo de ropa que venden”. (Bustamante, 2016).

**Comentario:**

*Esta tesis, está relacionada con la influencia que guardan las zonas rurales con respecto al nivel de cultura tributaria para poder formalizar un negocio.*

Chávez (2013) en su investigación sobre “Programa de capacitación tributaria para incrementar la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo sección ropa. (Tesis de Pre grado). Universidad Señor de Sipán”. Chiclayo: expresa que:

- “Se ha Logrado diagnosticar que el 80% de comerciantes del Mercado Modelo Sección ropa no conoce sobre tributos ya que la administración tributaria no realiza capacitación adecuada”. (Chávez, 2013)
- “Un porcentaje significativo de comerciantes no poseen un grado de conocimiento tributario, así como formación pertinente que los motive a enriquecer sus conocimientos sobre cultura tributaria”. (Chávez, 2013)
- “Los programas actuales por la SUNAT en relación a la cultura tributaria no han sido las más adecuadas, ya que los tributos recaudados se logran de manera forma coercitiva”. (Chávez, 2013)
- “Los encuestados indicaron que, si es factible realizar programas de capacitación tributaria, por cuanto se tiene evidencia del interés y motivación en los comerciantes en documentarse con el tema de Cultura Tributaria”. (Chávez, 2013)
- “La Administración Tributaria no realiza capacitación de Cultura Tributaria a los comerciantes del Mercado Modelo sección ropa, los comerciantes opinaron que desearían tener capacitación para mejorar sus conocimientos tributarios, la Administración Tributaria tiene como trabajo capacitar a todos los Comerciantes que quieran informarse para saber cómo contribuir con la sociedad”. (Chávez, 2013)
- “Es importante mencionar que los instrumentos para crear el desarrollo de conocimiento en los comerciantes son de gran importancia ya que su participación es beneficio para la comunidad. Así mismo la modernización tributaria que se vive actualmente en el país debe perfeccionarse para aumentar el conocimiento en los comerciantes sobre cultura tributaria, y de

esta manera promover. Facilitar e incentivar el pago voluntario y oportuno de los impuestos por parte de los comerciantes, de esta manera será beneficio para los comerciantes enriquecerse los conocimientos de cultura tributaria”. (Chávez, 2013)

***Comentario:***

*En esta tesis nos hemos podido dar cuenta que los comerciantes no tienen conocimientos sobre los aspectos tributarios, y necesitan capacitaciones por parte de la administración tributaria.*

Carrasco (2014) en su tesis “Los factores que influyen en el comercio informal en el mercado modelo” nos menciona:

- El objetivo de la investigación es informar y aclarar la importancia de los aspectos económicos y sociales del distrito de Bagua Grande como se ha venido desarrollando en los últimos tiempos en el comercio informal, además considerando los temas de venta ambulancia, microempresas de subsistencia, evasión y subempleo.
- En Bagua Grande, el incremento poblacional ha dado origen a la formación de cuantiosos asentamientos humanos producto de las olas migratorias de la selva, de otros lugares y norte de nuestro país, es en estos pueblos donde la totalidad de sus habitantes están en condiciones altamente precarias y la pobreza alcanza sus mayores índices.
- Es así que la ciudad de Bagua Grande se ha convertido en la ciudad de un potencial comercio ambulancia, convirtiéndose así la informalidad en un problema de escala global que afecta a la ciudadanía y la legalidad. Según Jorge Castro, Sociólogo, y docente de la UNPRG nos dice que la informalidad puede ser comprendida pero no justificable en la medida que permite que cierto sector de la población que se encuentra rezagada pueda negociar y sustituir con sus ingresos.

- Para determinar la situación actual del comercio informal en el Mercado Modelo de la ciudad de Bagua Grande, es necesario analizar e interpretar todos los resultados que estamos trabajando en la investigación y traducirlos a resultados globales que aseguren un resultado completo. Este análisis, se va a dar de acuerdo a los factores que se ha utilizado: social, económico y cultural, tanto del vendedor como del comprador.

### **Municipalidad Provincial de Utcubamba (2016)**

- Bagua Grande, Campaña de Beneficios Tributarios, promueve campaña de beneficios tributarios que otorga la Amnistía Tributaria, mediante la cual se concede beneficios para aquellos contribuyentes que mantienen deudas pendientes de pago del presente año y años anteriores por concepto de arbitrios municipales, por lo tanto, la Gerencia de Administración Tributaria invita y exhorta a los contribuyentes a aprovechar esta oportunidad.

#### ***Comentario:***

*Esta campaña es una iniciativa que tiene como objetivo beneficiar a toda la ciudad de Bagua Grande, cuyos resultados se verán reflejados en la edificación de importantes obras para bienestar de los vecinos.*

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

En la presente Investigación son dos las variables: cultura tributaria e informalidad.

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

##### **1.3.1.1. Definición de cultura**

Bravo (2012). “Cultura tributaria. Expresa: El uso de la palabra cultura ha ido variando a lo largo de la historia de la humanidad. En la Edad Antigua, para los romanos significaba inicialmente cultivo de la tierra y

luego por extensión metafóricamente, cultivo de las especies humanas”. (p. 19 - 22)

“Cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es”. (Anónimo, 2016)

“La cultura también se define en las ciencias sociales como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad”. (Anónimo, 2016)

#### **1.3.1.2. Concepto de cultura tributaria**

Chero (2012). “Se entiende como concepto de cultura tributaria al conjunto de rasgos, valores, actitudes y el comportamiento de los integrantes de una sociedad con respecto, al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria”. “Es un tema de gran interés ya que de ella se desglosan todos los impuestos que son de beneficio para nuestro país y cada uno de los integrantes que lo conforman”. (Chero, 2012)

- “Primero, es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la Normatividad Tributaria”. (Mogollón, 2014)
- “Segundo, consiste en cumplir de manera voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada

una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí. Esto es aún extraño en nuestra sociedad”. (Mogollón, 2014)

- “Tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad. Siendo el contribuyente un ser humano, debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta tiene. Por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general”. (Mogollón, 2014)

### **1.3.1.3. Importancia**

Chero (2012). “Es importante que todos los ciudadanos posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos como son hospitales, colegios e infraestructura pública”.

“El Estado para poder realizar sus funciones y afrontar sus gastos, debe contar con recursos, provenientes por el pago de impuestos. Entre los diversos recursos, están los tributarios, como fuentes de ingreso del Estado, y éstos son aquellos que el Estado obtiene mediante el ejercicio de su poder de imperio, es decir, mediante leyes que crean obligaciones a cargo de los administrados”. (Mogollón, 2014)

“El pago de los impuestos puede llevarse a cabo utilizando la coerción o apelando a la razón. La fuerza se manifiesta en las leyes y en su

cumplimiento obligatorio, mientras que la razón sólo puede estar dada por una Cultura Tributaria con bases sólidas”. (Mogollón, 2014)

#### **1.3.1.4. Sistema tributario nacional**

Chero (2012). “El sistema tributario nacional es el conjunto de tributos, impuestos, contribuciones y tasas que existen en determinados país”.

Los principios del sistema tributario son:

- “Eficiencia los tributos deben ser amigables con la inversión y el desarrollo, suficiencia los tributos deben alcanzar para financiar la actividad estatal, por lo menos en gran parte, equidad el reparto de las cargas tributarias debe ser razonable, simplicidad la estructura del tributo debe ser lo más sencilla posible para su aplicación por parte del contribuyente y la Administración Tributaria y neutralidad el tributo no debe influir en las tomas de decisiones de los agentes de la economía”. (Ruiz, 2013)
- “En el Perú, desde 1994, tenemos una estructura estándar del sistema tributario, el mismo que tiene las siguientes matrices: Impuesto a la Renta, impuesto general al consumo (IGV), impuesto a los consumos específicos (ISC), arancel y RUS”. (Ruiz, 2013)

Las orientaciones básicas de esta estructura son las siguientes:

- “La tributación debe descansar en el Impuesto a la Renta el IGV debe ser universal el Impuesto Selectivo al Consumo - ISC debe gravar en función de la externalidad negativa que genera el consumo de bienes tales como: combustible, cerveza, cigarrillos, etc. Deben existir impuestos a la contaminación y otros daños públicos, y el impuesto a la propiedad debe sustentar la descentralización fiscal”. (Ruiz, 2013)



- “Ahora el ITAN e ITF. Estos impuestos –por definición temporales- se crearon en el 2004. El objetivo era aumentar los ingresos fiscales”. (Ruiz, 2013)

#### **a. Teoría de la tributación**

Ricardo (2012). “La teoría de la tributación es un concepto que se articula alrededor de algunos principios básicos, que provienen de varios enfoques: económico, jurídico, administrativo, social, entre otra orientación de la política tributaria”. “Como un componente de la política fiscal, la tributación está principalmente destinada a producir ingresos, para el presupuesto público, que financien el gasto del Estado”. (Ricardo, 2012)

#### **b. La conciencia tributaria**

Alva (2014). “El termino conciencia tributaria se genera en un proceso en el cual concurren varios eventos que le otorgan causa, justificación y diferenciación social al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación el resultado de este proceso de generación de Conciencia Tributaria es binario”; “es decir una persona puede adoptar la posición de tolerar o no la evasión, dando lugar a personas con Conciencia Tributaria Positiva y personas con conciencia tributaria negativa”. (Alva, 2014)

La conciencia tributaria tiene dos dimensiones:

- “Como proceso está referido a como se forma la conciencia tributaria en el individuo, es decir, la formación de la conciencia tributaria”. (Alva, 2014)
- “Como contenido está referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores

del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación”. (Alva, 2014)

“El proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva y personas con conciencia tributaria negativa”. (Alva, 2014)

“La diferencia dependería del entorno familiar y social en el que se han socializado desde su primera infancia y de los valores que obtuvo en la formación de su cultura tributaria de su entorno”. (Alva, 2014)

### **c. Dimensiones de la cultura tributaria - procesos y normas sociales**

“Con relación a las normas sociales, estas se refieren al conjunto de creencias respecto a la manera en que las personas deben comportarse y son inducidas por sanciones sociales informales que representan costos morales” (Alva, 2014). “La justicia es el elemento principal de las normas sociales que afectan positivamente la conciencia tributaria. Se define como las reglas o procedimientos que se desarrollan para garantizar que el proceso de toma de decisiones sea justo y razonable y el ciudadano lo percibe según su propia experiencia y la de otros; en la medida que” (Alva, 2014):

- “Tenga voz o participe en el proceso de determinación de la política tributaria”.
- “Sea escuchado por las autoridades”.
- “Se tomen decisiones con neutralidad y que quienes las toman sean también neutrales, es decir que la política tributaria no beneficia indebidamente a determinados segmentos”.
- “Les otorgue credibilidad y su confianza a las instituciones del Estado y a la autoridad tributaria (ausencia de corrupción, entre otros)”.

### **d. Determinantes del cumplimiento tributario**

“El cumplimiento tributario no solo interviene elementos asociados a la racionalidad económica de las personas, es decir, razonar de manera que se pueda obtener el mayor beneficio al menor costo posible, como podría ser el caso de muchos contribuyentes que dejan de pagar o pagan menos impuestos cuando creen que no van a ser detectados; sino que también intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son los que se muestran a continuación” (Alva, 2014):

- Disposiciones de efectuar el pago

#### Políticas De Disuasión

“El grado de efectividad de las políticas de Disuasión aplicada por la Administración Tributaria, vinculadas a las acciones de coerción y de penalización a los evasores para inducir al cumplimiento tributario”.

- Conciencia Tributaria

“La Conciencia Tributaria de la población, motivadas a las motivaciones intrínsecas (no económicas) del individuo para pagar voluntariamente o no los impuestos”.

- “Viabilidad de efectuar la Contribución Grado de información del contribuyente Grado de información que tienen los contribuyentes sobre las reglas y procedimientos tributarios”.

- “Acceso a servicios de la Administración Tributaria El acceso de los contribuyentes a los servicios de administración tributaria, es decir, la facilidad que tiene los agentes para efectuar sus contribuciones, simplificaciones administrativas, rapidez en el trámite, etc.”. (Alva, 2014)

### **1.3.1.5. Impuestos**

Chero (2012). “El término impuesto es un tributo cuya obligación no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del

Estado. Un impuesto no se origina porque el contribuyente reciba un servicio directo por parte del Estado, sino en un hecho independiente, como es la necesidad de que quienes conforman la sociedad aporten al sostenimiento del Estado para que cumpla con sus fines”.

#### **1.3.1.6. Contribución**

Chero (2012). “El término contribución es el tributo cuya obligación es generada para la realización de obras públicas o actividades estatales en beneficio de un determinado grupo de contribuyentes los que pagan la contribución. El dinero recaudado va a un fondo que sirve para hacer las obras o brindar servicios”.

#### **1.3.1.7. Tasa**

Chero (2012). “El término tasa es el tributo cuya obligación es generada para la prestación efectiva o potencial de un servicio público individualizado para el contribuyente. Entre otras tasas, tenemos los arbitrios municipales, los derechos y las licencias”.

### **1.3.2. Informalidad**

#### **1.3.2.1. Informalidad en el Perú**

El Banco Central de Reserva del Perú (2012). “El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer”.

#### **1.3.2.2. Antecedentes**

La Revista Economía y Sociedad 62, CIES (2006) señala que, “existen tres estudios previos que estiman el tamaño del sector informal en el Perú, los que a su vez emplean distintas metodologías”.

- “El estudio pionero fue realizado por el Instituto Libertad y Democracia en (1989), en el que se cuantificó dicha magnitud para el período 1952-1986 por medio del uso de un enfoque monetario basado en información de cuentas nacionales. Asimismo, estimó un tamaño promedio de 55% como porcentaje del PBI oficial para el período 1980 -1986”.
- “Por otro lado, Schneider y Enste (2000) calcularon, mediante el método de consumo eléctrico (discrepancia entre la producción y el consumo de electricidad durante un período), una tasa equivalente al 44% del PBI oficial para los años 1989 y 1990”.
- “En un estudio más reciente, Loayza (1999) emplea el modelo MIMIC para obtener una cifra de 57,4% del PBI oficial para el período 1990-1993. Asimismo, en un estudio para varios países de América Latina, Schneider (2002) también mediante un modelo MIMIC encontró que el Perú junto con Bolivia encabezaban la lista referida al tamaño del sector informal en la región, con un 59,4% del PBI oficial entre 2000 y 2001”.

### **1.3.2.3. Factores que conducen a la informalidad**

Martínez (2012). Los factores que conducen a la informalidad son los siguientes:

#### **a. Factores económicos**

- **El Desempleo**

“Las crisis económicas presentes a lo largo de problemas de estabilidad económica que se reflejan en los niveles de vida de la población. La incapacidad de la economía para ofrecer un empleo adecuado tanto en términos de cantidad como de ingreso es una de las causas principales”. (Martínez, 2012)

“El término desempleo es sinónimo de desocupación o paro. El desempleo está formado por la población activa en edad de trabajar que no tiene trabajo”. (Martínez, 2012)

“Otras condiciones económicas que han contribuido al crecimiento del problema son la inflación y los bajos salarios. Ambos factores han orillado a la población trabajadora a buscar alternativas más económicas de abasto y los medios para obtener ingresos complementarios” (Martínez, 2012). “En época de crisis, una persona cuyo salario no es suficiente para cubrir los gastos que le genera la satisfacción de las necesidades primarias personales y familiares, se ve impulsada a hacer un uso racional de sus recursos”. (Martínez, 2012)

“En este sentido, el comercio ambulante se sustenta en la demanda de un amplio sector que debido a su reducido poder adquisitivo no puede acceder a comprar todos los bienes que requiere en los establecimientos formales”. (Martínez, 2012)

#### - **La Caída del Ingreso**

“Del hogar ha provocado que no sólo los desempleados se inserten en la informalidad sino también aquellos empleados y subempleados cuyas remuneraciones son insuficientes para cubrir los costos de la canasta familiar” (Martínez, 2012). “Es posible observar además que un mayor número de madres de familia y niños desde los cinco años de edad

tempranamente hechos adultos deben convertirse en trabajadores informales para contribuir con los ingresos familiares”. (Martínez, 2012)

“La consecuencia de todo esto es el incremento de la informalidad en el Perú, particularmente en el sector Comercio, porque es una actividad que no requiere de mayor calificación y que sólo necesita de una mínima inversión”. (Martínez, 2012)

## **b. Factor social**

### **- Las migraciones**

“La falta de oportunidades de desarrollo en las poblaciones rurales y los centros semiurbanos del interior del país, en contraposición de la concentración de las actividades económicas y culturales en la capital y algunas ciudades industrializadas, ha provocado la inmigración de una parte importante de la población que deja sus lugares de origen con la esperanza de encontrar mejores niveles de vida y más posibilidades de desarrollo”. (Martínez, 2012)

## **c. Factor cultural**

“La mayoría de vendedores ambulantes su instrucción educativa es del nivel secundario con el (56%) siendo ésta la causa de no poder encontrar un trabajo formal, debido a que las empresas piden un nivel de instrucción superior” (Martínez, 2012). “Este factor cultural está estrechamente relacionado con el factor económico, debido a que bajos ingresos económicos por parte de sus padres, no dan posibilidad que los hijos pueden terminar una carrera técnica o profesional. Pero parte que concluyeron algunos estudios técnicos se dicaron al comercio informal debido a la escasez de empleo”. (Martínez, 2012)

#### **1.3.2.4. Los costos de la informalidad**

##### **a. Los costos de la informalidad son los siguientes:**

- “Multas si es detectado”. (Martínez, 2014).
- “Inhabilidad para acceder a bienes públicos provistos por el gobierno (sistema legal, judicial y policía)”. (Martínez, 2014).
- “Inseguridad sobre los derechos de propiedad sobre el capital y los productos”. (Martínez, 2014).
- “Los costos de monitoreo y transacción se incrementan porque los contratos no pueden respaldarse judicialmente”. (Martínez, 2014).
- “El acceso al crédito es más caro porque no se puede utilizar el patrimonio como garantía financiera”. (Martínez, 2014).

##### **b. Características del sector informal**

- “De fácil entrada”. (Martínez, 2014).
- “Los microempresarios generalmente tienen bajos niveles de capacitación formal, adquiriendo su destreza a través de la experiencia”. (Martínez, 2014).
- “Empresas o trabajos pequeños iniciados con recursos propios o familiares, donde la unidad de análisis es el empleo”. (Martínez, 2012)
- “Muy bajos niveles de productividad, pese a las largas jornadas de trabajo”. (Martínez, 2014).
- “Las empresas informales, generalmente se desarrollan en mercados muy competitivos”. (Martínez, 2014).
- “Gran parte de las empresas informales son de carácter familiar, algunas de las cuales incorporan relaciones laborales basadas en patrones de reciprocidad y parentesco”. (Martínez, 2014).



#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020?

#### **1.5. Justificación e Importancia del estudio**

El presente trabajo de investigación se justifica, porque nos va a permitir determinar la importancia que tiene la ejecución del nivel de cultura tributaria, para reducir la informalidad, en el Mercado Modelo de Bagua Grande, con la finalidad de prevenir la defraudación tributaria en los ingresos para los recursos públicos, ya que de ello depende el progreso y la sostenibilidad del estado peruano.

Es interesante el presente trabajo de investigación, porque de alguna manera el Municipio va asumir de manera responsable e proceso de recaudación de los tributos y va permitir que los contribuyentes sean motivados para cumplir sus obligaciones tributarias y reconozcan el valor del pago de los impuestos

Esta investigación beneficiara a la sociedad en general, porque va a servir como marco de referencia para otros estudiantes y/o profesionales que quieran investigar el tema relacionada con la cultura tributaria e informalidad.

En la Región de Amazonas, existe un alto índice de Informalidad según datos emitidas del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, en un periodo comprendido entre 2012 y 2016.

#### **1.6. Hipótesis**

**H1:  $p \neq 0$**  (Existe correlación): El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo”, si permitirá reducir la informalidad de la ciudad de Bagua Grande.

**H0:  $p = 0$**  (No Existe correlación): El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo”, no permitirá reducir la informalidad de la ciudad de Bagua Grande.

## **1.7. Objetivos de la Investigación**

### **1.7.1. Objetivo general**

Establecer el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del “Mercado Modelo” para contribuir con la reducción de la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- a. Diagnosticar la situación tributaria e informal de los comerciantes del “Mercado Modelo” en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.
- b. Analizar el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del “Mercado Modelo” en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.
- c. Evaluar el nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del “Mercado Modelo” en la ciudad de Bagua Grande - 2020.

## II. MATERIAL Y MÉTODO

### 2.1. Tipo y Diseño de Investigación

#### 2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es:

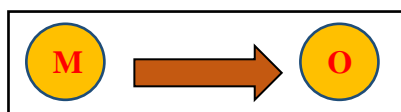
Por su enfoque: *Cuantitativa*, porque los datos obtenidos vía la aplicación de los instrumentos se procesaron estadísticamente, sus resultados se cuantificaron y se expresó numéricamente.

Por la finalidad que persigue: *Básica*, se diseñó y propuso estrategias para reducir la informalidad de los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” de la ciudad de Bagua Grande – 2020.

Por su nivel de profundidad: *Explicativa*, ya que se buscó explicar la relación causal entre la variable independiente: Cultura tributaria y la variable dependiente: informalidad.

#### 2.1.2. Diseño de la investigación

Según lo considerado o estipulado por Hernández Sampieri (2012) es descriptivo; descriptivo - transversal tienen como: “objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento consistió en medir un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos que cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas”. Cuyo diagrama es el siguiente:



*Dónde:*

**M:** Muestra de los encuestados (comerciantes del Mercado Modelo de la Ciudad de Bagua Grande)

**O:** Observación (Técnica de Investigación utilizada)

## **2.2. Población y muestra**

### **2.2.1. Población**

Está integrada por los comerciantes del centro de abasto “Mercado Modelo” de la ciudad de Bagua Grande, los cuales están constituidos por un total de: 2,500 comerciantes Informales.

### **2.2.2. Muestra**

$$n = \frac{z^2(p)(q)(N)}{(e)^2(N - 1) + z^2(p)(q)} = \frac{1.96^2(95\%)(5\%)(2500)}{(5\%)^2(2500 - 1) + 1.96^2(95\%)(5\%)} = 68$$

**N=** Es el total de la población (2500 comerciantes informales del Mercado Modelo).

**n=** Es el total de la muestra (68 comerciantes informales del Mercado Modelo).

**p=** La probabilidad de que el resultado sea favorable 95%.

**q=** La probabilidad de que el resultado no sea favorable 5%.

**z=** Valor de distribución normal estándar asociado al nivel de confianza. Se está considerado una confianza de 95%, siendo el valor de Z= 1.96.

**e=** El error estándar de estimación es de 0.05.

Estará constituida por 68 comerciantes informales del centro de abastos del “Mercado Modelo” de la ciudad de Bagua Grande.

## **2.3. Variables, Operacionalización**

### **2.3.1. Variables**

#### **a. Variable independiente:**

#### **Cultura tributaria**

“El Estado en el cumplimiento de su deber constitucional, tiene la obligación de velar por el bien colectivo y brindar las obras y servicios elementales que la

población requiere; para ello necesita de recursos financieros que proviene de manera directa de la recaudación tributaria que realizan los contribuyentes a nivel nacional”. (Sadith, 2016).

**b. Variable dependiente:**

**Informalidad**

“La informalidad constituye en un hecho complejo y complicado que genera un desequilibrio socioeconómico en dónde los principales actores sociales como empresas, microempresas, trabajadores y otros, son excluidos de los beneficios tributarios, financieros y excluidos del empleo y salud” (Chuquillanqui, 2012).

**2.3.2. Operacionalización de variables**

*Tabla 1 Operacionalización de variables*

<b>Variab</b> les	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica e instrumento</b>
<b>Independiente: Cultura Tributaria</b>	Educación Cívica Tributaria	Asistencia a campañas, charlas informativas, ferias u otros	Encuesta / Cuestionario
		Grado de difusión sobre educación tributaria.	
	Conciencia Tributación	Nivel de motivación para pagos puntuales	
		Nivel de cumplimiento de pagos.	
<b>Dependiente: Informalidad</b>	Factores Culturales	Nivel de cumplimiento de normas tributarias	Análisis de Documentos / Ficha Análisis documental
		Puntualidad en el pago	
		Puntualidad Declaraciones Juradas	
	Factores Sociales	Libros contables saneados y debidamente registrados	
		Emisión y recepción comprobantes de pago	
		Inscripción RUC	
	Porcentaje Desempeño.		
	Nivel de conocimiento tributario.		

*Fuente: Elaboración propia*

## **2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnicas de recolección de datos**

Se utilizó la técnica de recolección de datos, acerca de las dimensiones en estudio que fueron recopiladas a través de la observación, entrevista, encuestas y análisis documental para ambas variables que se llevaron a cabo en el “Mercado Modelo” de la ciudad de Bagua Grande.

#### **La Encuesta**

Debe apuntar a las respuestas que se adecuen a los objetivos planteados en la investigación.

Esta técnica de investigación, se aplicó a los comerciantes del Centro de Abasto del “Mercado Modelo” de Bagua Grande, con la finalidad de recoger datos sobre las variables de investigación y analizar los temas de informalidad y Cultura Tributaria

#### **Análisis de Documentos**

Es una técnica para ordenar y sistematizar la información que se obtuvo de las fuentes secundarias y que contribuyeron a conceptualizar las variables de investigación, también sirvió para analizar la documentación que proporcionó la empresa

### **2.4.1. Instrumentos de recolección de datos**

#### **Cuestionario**

Este instrumento de recolección de datos, se aplicó a los comerciantes; se coordinó con la encargada del sindicato de comerciantes del “Mercado Modelo” la Dra. Inés Llalle Díaz De Cubas acerca de cuál es la situación actual de esta manera se obtuvo información que complementaria a nuestro trabajo de investigación. Este instrumento de recolección de datos, “consistió en un conjunto de preguntas cerradas, donde se solicitará a los comerciantes que manifiesten su grado de acuerdo o desacuerdo con un enunciado”. “El mismo se basó en la formulación de respuestas en forma de escala tipo Likert, diseñada de tal manera que los sujetos que forman parte de la investigación, consideren una aproximación a una característica o condición acerca de un fenómeno o variable en particular, permitiendo al sujeto indicar en qué grado o escala se manifiesta la característica observada”. (Rivero, 2012).

### **Ficha de análisis de documentación**

La ficha permitió registrar la documentación que se ha utilizado en todo el informe final de la presente investigación, así como ordenar de manera sistemática la documentación de la empresa, con cuyo orden y organización se pueden analizar las variables respectivas

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

El análisis de datos se trabajó en el Microsoft Excel 2010, con los resultados se elaboraron las tablas de distribución de frecuencias y porcentajes por cada dimensión, se elaboró gráficos de barras sobre los resultados de cada tabla con su respectiva interpretación.

El instrumento se validó por juicio de expertos en la materia, estadísticamente se validó la confiabilidad del instrumento con el coeficiente de consistencia interna de Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ), utilizando el software SPSS versión 21, cuyo valor cercano a 1 indicaría que la consistencia interna de los temas analizados que se obtuvo con este instrumento es confiable.

## 2.6. Aspectos éticos

La presente investigación se asumió con responsabilidad y seriedad por parte de la investigadora, para que de esta manera el resultado del trabajo sea confiable y durante el tiempo duración del trabajo se ha realizó de acuerdo a los valores éticos y principio que guían la profesión.

## 2.7. Criterios de rigor científico

*Tabla 2 Criterios de rigor científico*

<b>Criterios</b>	<b>Características éticas del criterio</b>
<b>Objetividad</b>	El análisis que se realizó se basó en la imparcialidad y criterios técnicos
<b>Confidencialidad</b>	Se protegió la identidad personal e institucional de los que participaron en la investigación
<b>Derechos</b>	Se propició el respeto a los derechos laborales en la investigación
<b>Originalidad</b>	Se hizo cita bibliográfica de acuerdo a las normas de referencia bibliográfica APA, así de muestra que no hubo plagio
<b>Veracidad</b>	la información que se usó en el informe es confidencial y verídica

*Fuente: Elaboración propia*



### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis e interpretación de resultados

##### 3.1.1. Dimensión: Conciencia Tributaria

Tabla 3 ¿Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	36	53
Casi Nunca	23	34
Siempre	0	0
Casi Siempre	9	13
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

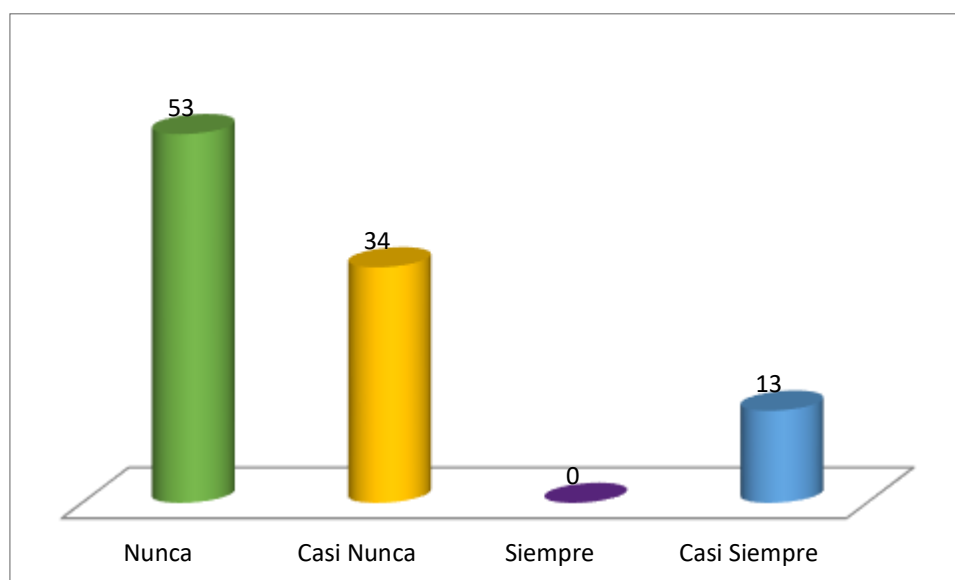


Ilustración 1. ¿Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias?

**Interpretación:** En tabla 3 e ilustración 1, se observa que, del total de los encuestados, el 53% señalan que “Nunca” los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias, el 34% indican que “Casi Nunca” los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias y el

13% refieren que “Casi Siempre” los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias

Tabla 4 ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	54	79
Siempre	14	21
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

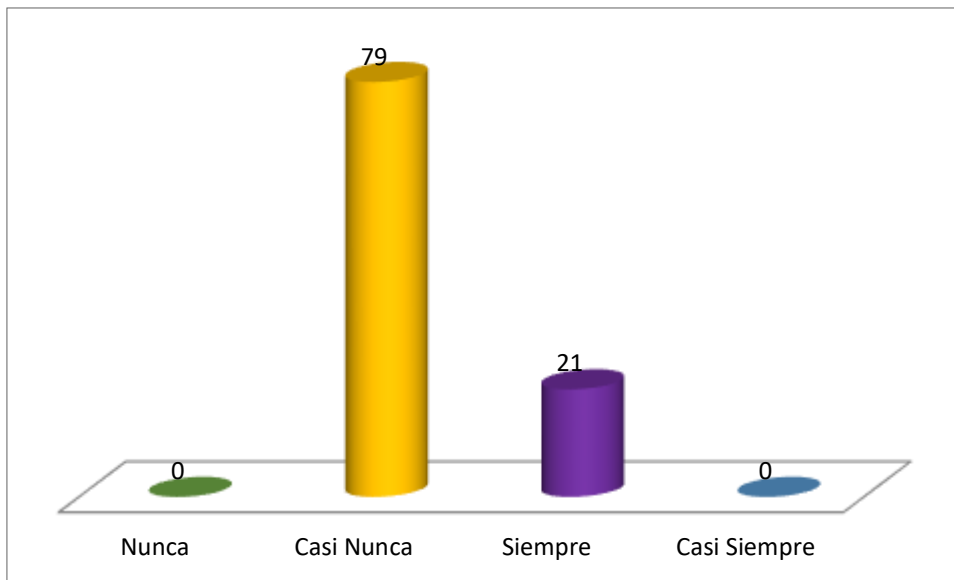


Ilustración 2. ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?

**Interpretación:** En la tabla 4 e ilustración 2, se observa que, del total de los encuestados, el 79% señalan que “Casi Nunca” los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos y el 21% indican que “Siempre” los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos

Tabla 5 ¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	36	53
Casi Nunca	15	22
Siempre	0	0
Casi Siempre	17	25
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

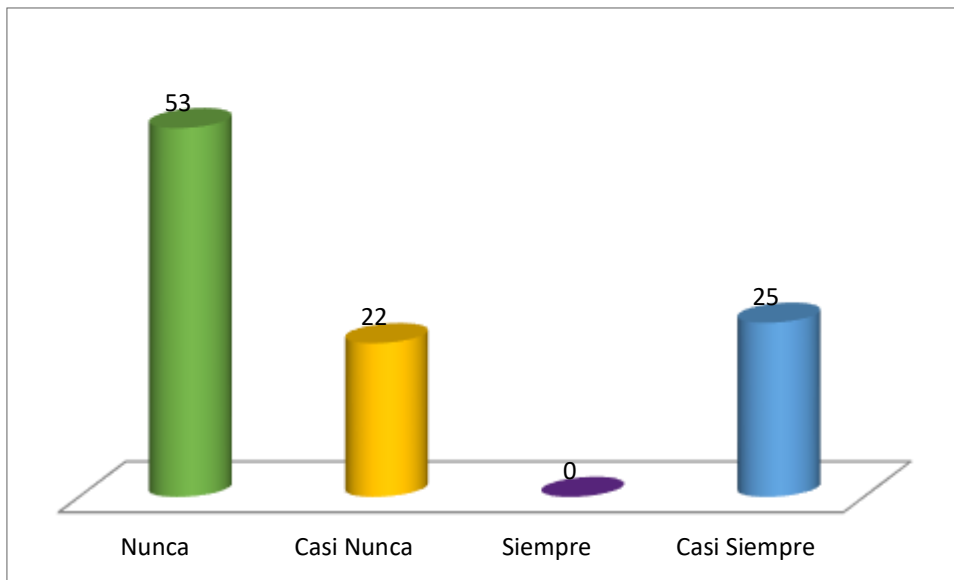


Ilustración 3. ¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente?

**Interpretación:** En la tabla 5 e ilustración 3, se observa que, del total de los encuestados, el 53% señalan que “Nunca” los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente, el 25% indican que “Casi Siempre” los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente y el 22% refieren que “Casi Nunca” los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente

Tabla 6 ¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	21
Casi Nunca	38	56
Siempre	0	0
Casi Siempre	16	24
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

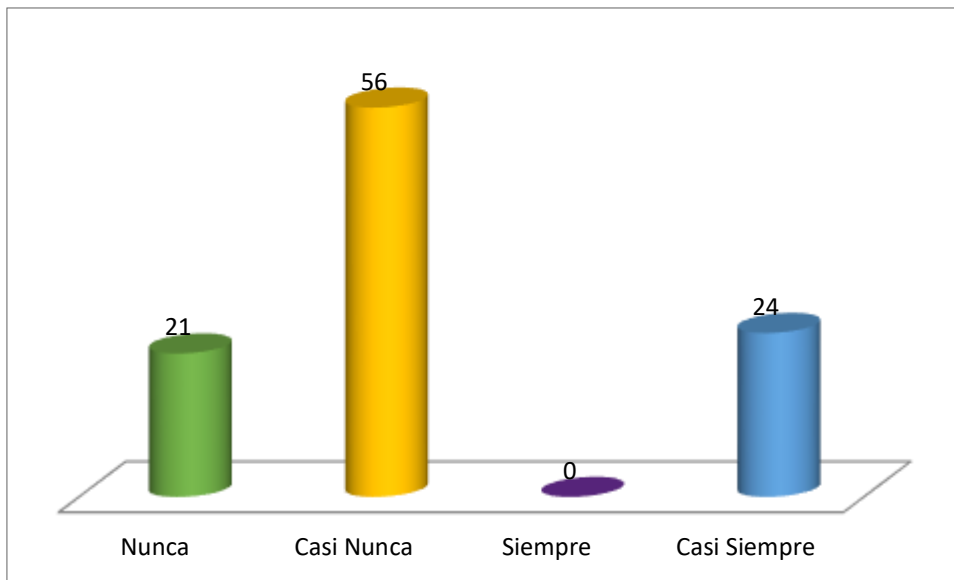


Ilustración 4. ¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente?

**Interpretación:** En la tabla 6 e ilustración 4, se observa que, del total de los encuestados, el 56% señalan que “Casi Nunca” las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente, el 24% indican que “Casi Siempre” las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente y el 21% refieren que “Nunca” las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente

Tabla 7 ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	57	84
Siempre	0	0
Casi Siempre	11	16
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

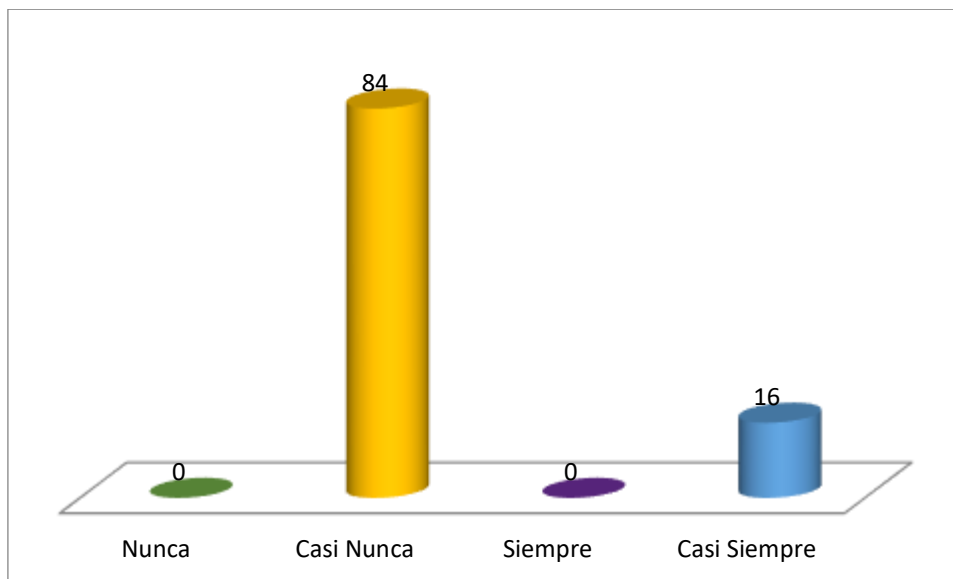


Ilustración 5. ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto?

**Interpretación:** En la tabla 7 e ilustración 5, se observa que, del total de los encuestados, el 84% señalan que “Casi Nunca” los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto y el 16% indican que “Casi Siempre” los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto.

Tabla 8 ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	60	88
Siempre	0	0
Casi Siempre	8	12
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

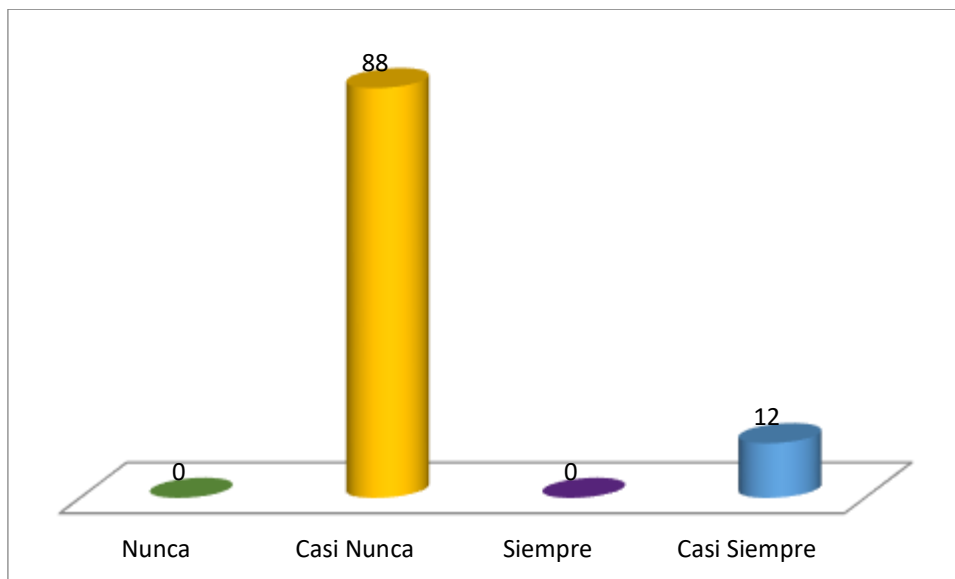


Ilustración 6. ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 8 e ilustración 6, se observa que, del total de los encuestados, el 88% señalan que “Casi Nunca” los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos y el 12% indican que “Casi Siempre” los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos

Tabla 9 ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
Casi Siempre	58	85
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

*Fuente: Elaboración propia*

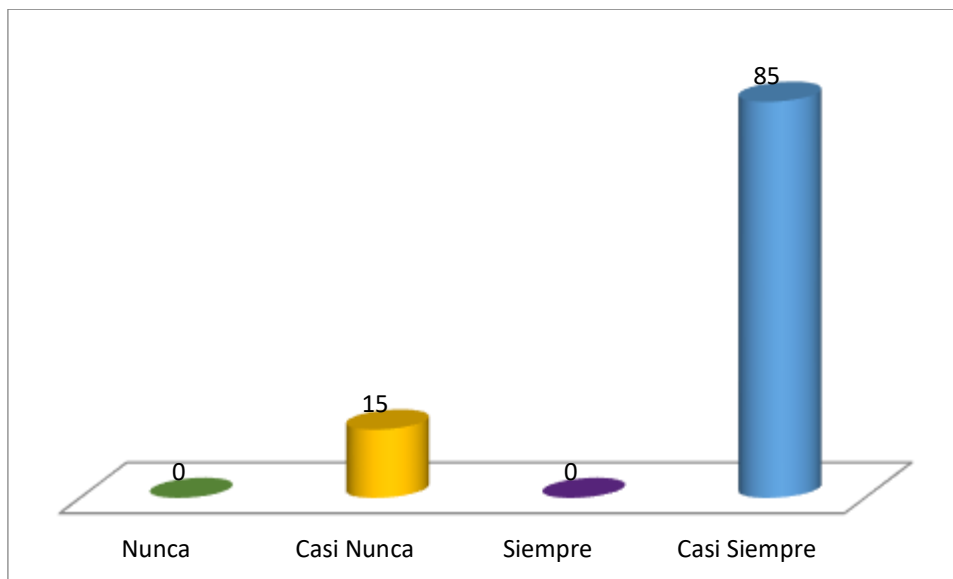


Ilustración 7. ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?

**Interpretación:** En la tabla 9 y en la ilustración 7, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Casi Siempre” los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen y el 15% indican que “Casi Nunca” los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen.



Tabla 10 ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	58	85
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
<b>Casi Siempre</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

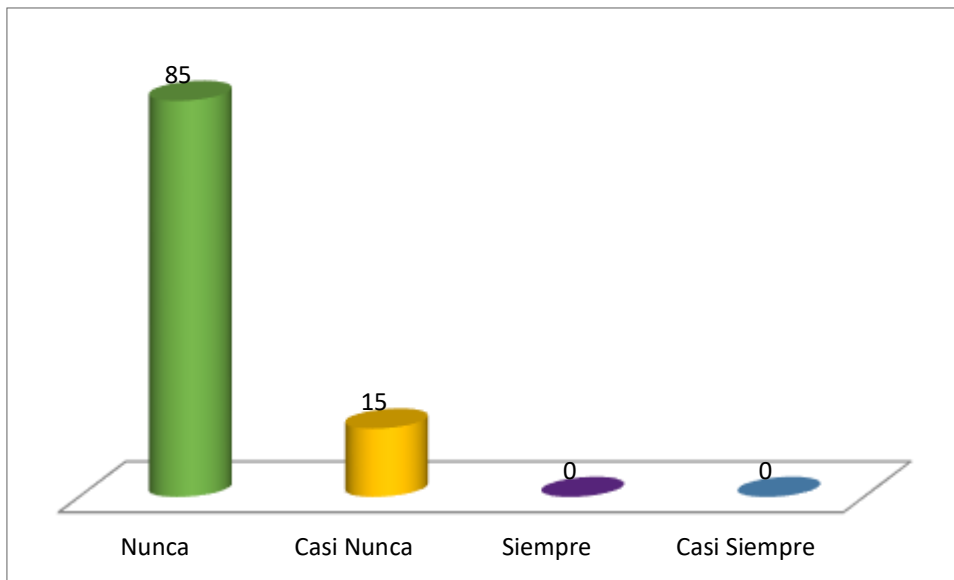


Ilustración 8. ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población?

**Interpretación:** En la tabla 10 e ilustración 8, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Nunca” los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población y el 15% indican que “Casi Nunca” los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población.

### 3.1.2. Dimensión 2: Educación cívica tributaria

Tabla 11 ¿Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
<b>Casi Siempre</b>	<b>10</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

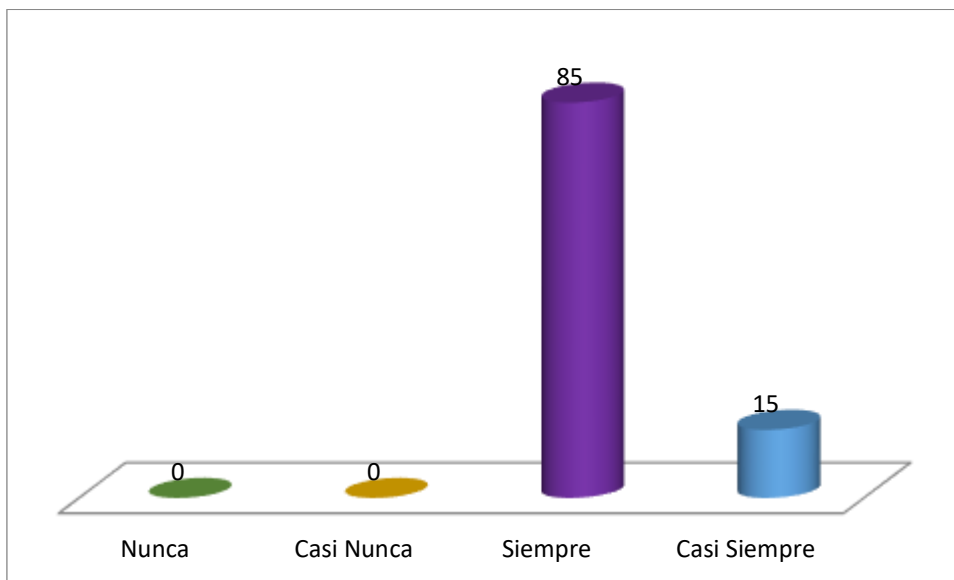


Ilustración 9. ¿Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes?

**Interpretación:** En la tabla 11 e ilustración 9, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Siempre” deberían de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes y el 15% indican que “Casi Siempre” deberían de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes

Tabla 12 ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	58	85
Casi Nunca	10	15
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

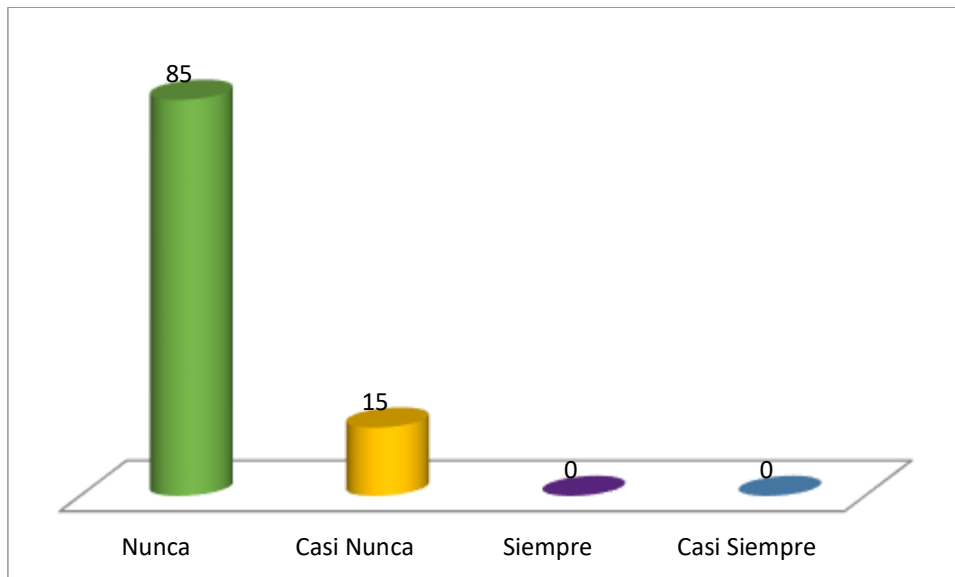


Ilustración 10. ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 12 e ilustración 10, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Nunca” en la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos y el 15% indican que “Casi Nunca” en la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos

Tabla 13 ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente pagan sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	60	88
Siempre	0	0
Casi Siempre	8	12
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

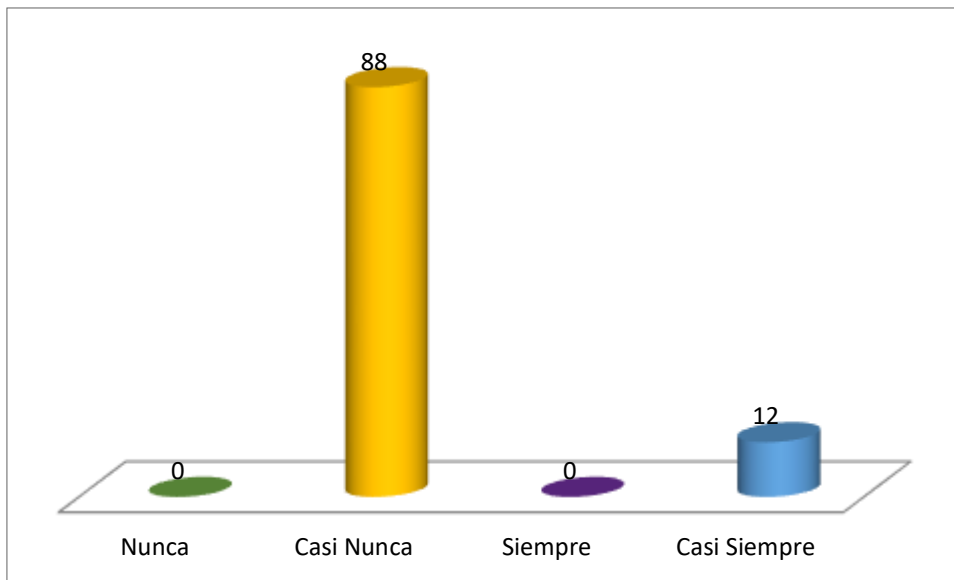


Ilustración 11. ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 13 e ilustración 11, se observa que, del total de los encuestados, el 88% señalan que “Casi Nunca” los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos y el 12% indican que “Casi Siempre” los servicios públicos que se reciben son porque la gente paga sus impuestos

Tabla 14 ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

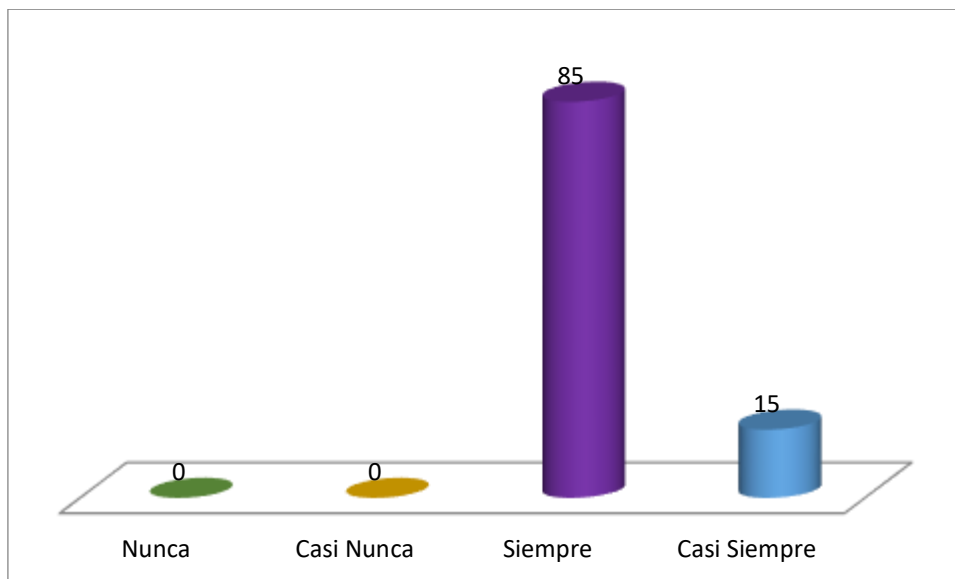


Ilustración 12. ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?

**Interpretación:** En la tabla 14 e ilustración 12, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Siempre” pagar impuestos es reflejo de honradez y el 15% indican que “Casi Siempre” pagar impuestos es reflejo de honradez

Tabla 15 ¿Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	8	12
Casi Nunca	60	88
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

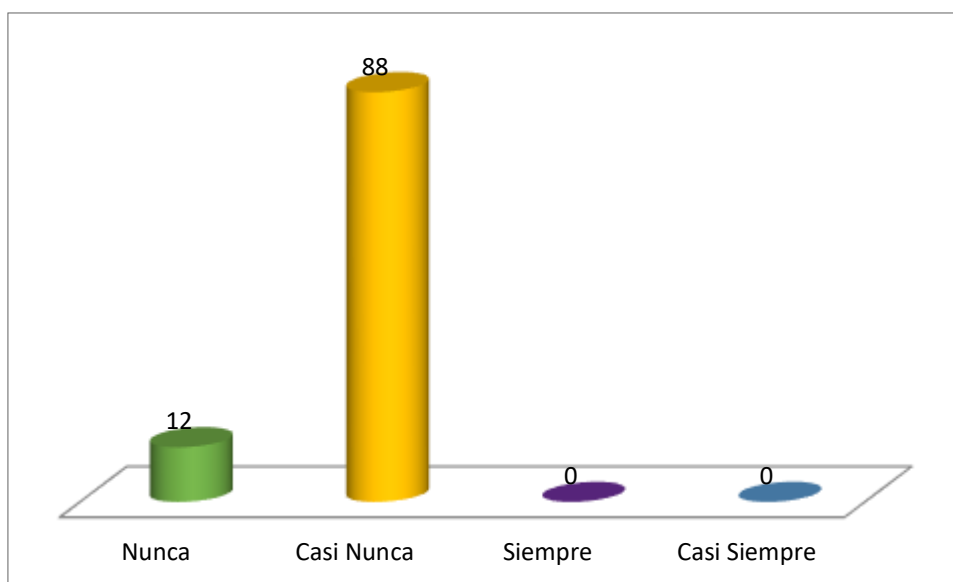


Ilustración 13. ¿Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación?

**Interpretación:** En la tabla 15 e ilustración 13, se observa que, del total de los encuestados, el 88% señalan que “Casi Nunca” los concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación y el 12% indican que “Nunca” los concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación

Tabla 16 ¿Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	4	6
Siempre	8	12
Casi Siempre	56	82
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

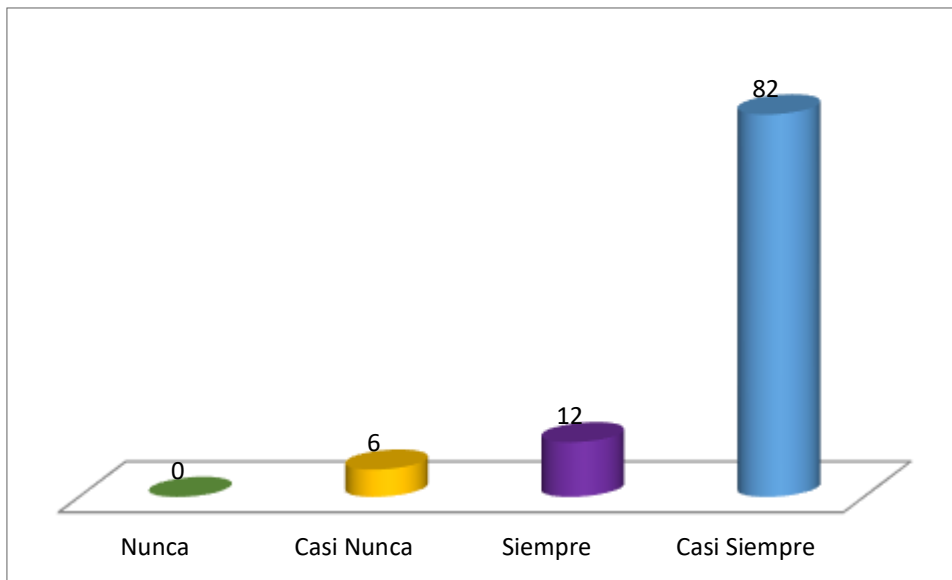


Ilustración 14. ¿Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación?

**Interpretación:** En la tabla 16 e ilustración 14, se observa que del total de los encuestados, el 82% señalan que “Casi Siempre” los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación, el 12% indican que “Siempre” los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación y el 6% refieren que “Casi Nunca” los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación

Tabla 17 ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	68	100
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

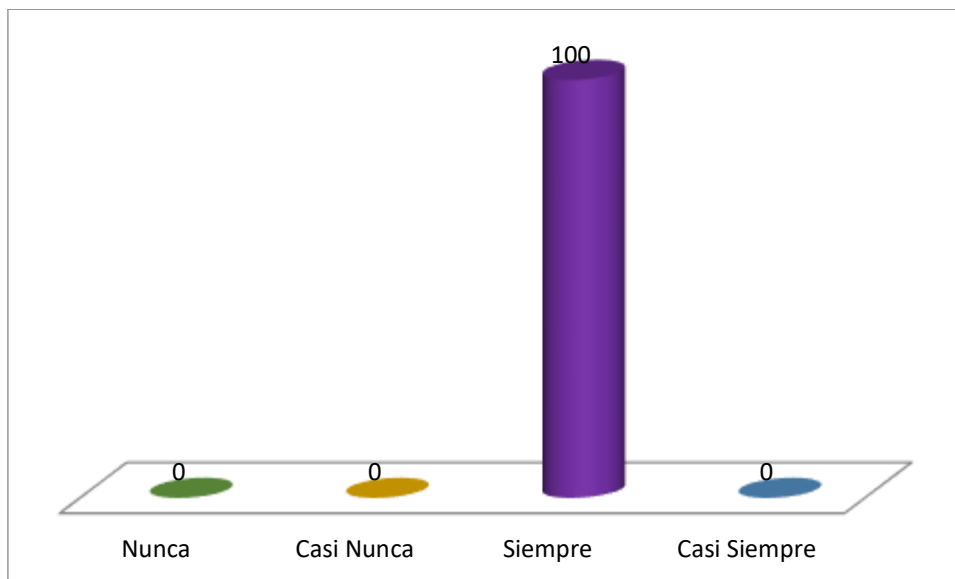


Ilustración 15. ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria?

**Interpretación:** En la tabla 17 e ilustración 15, se observa que, del total de los encuestados, el 100% señalan que “Siempre” la educación cívica tributaria genera conciencia tributaria



Tabla 18 ¿Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	10	15
Casi Siempre	58	85
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

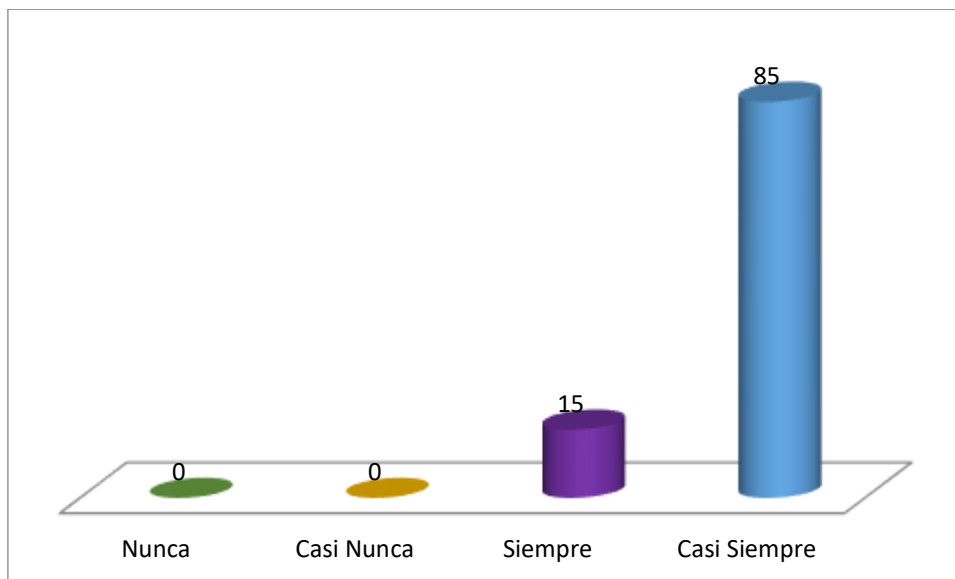


Ilustración 16. ¿Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 18 e ilustración 16, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Casi Siempre” se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos y el 15% indican que “Siempre” se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos

### 3.1.3. Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria

Tabla 19 ¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	62	91
Casi Siempre	6	9
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

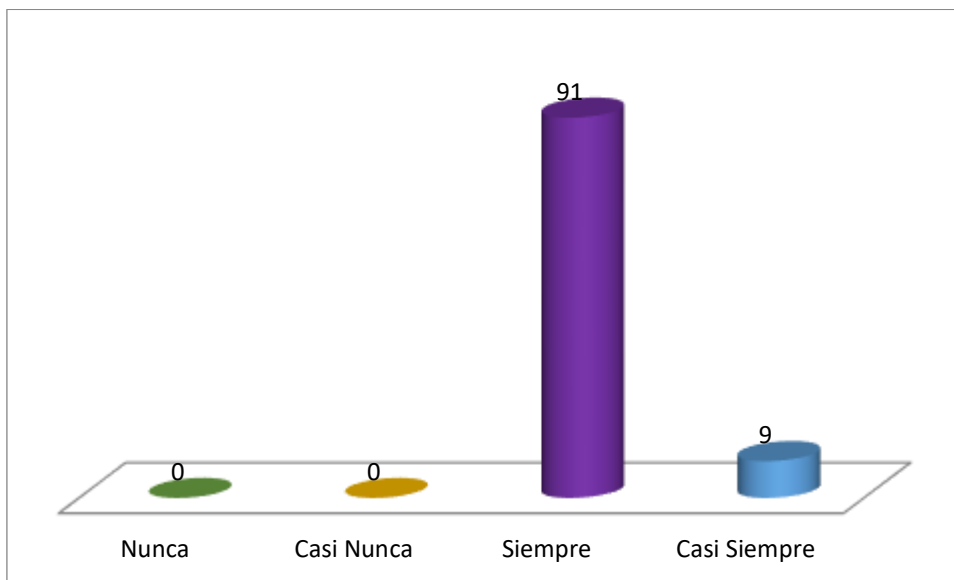


Ilustración 17. ¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados?

**Interpretación:** En la tabla 19 e ilustración 17, se observa que, del total de los encuestados, el 91% señalan que “Siempre” los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados y el 9% indican que “Casi Siempre” los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados

Tabla 20 ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	6	9
Siempre	52	76
Casi Siempre	10	15
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

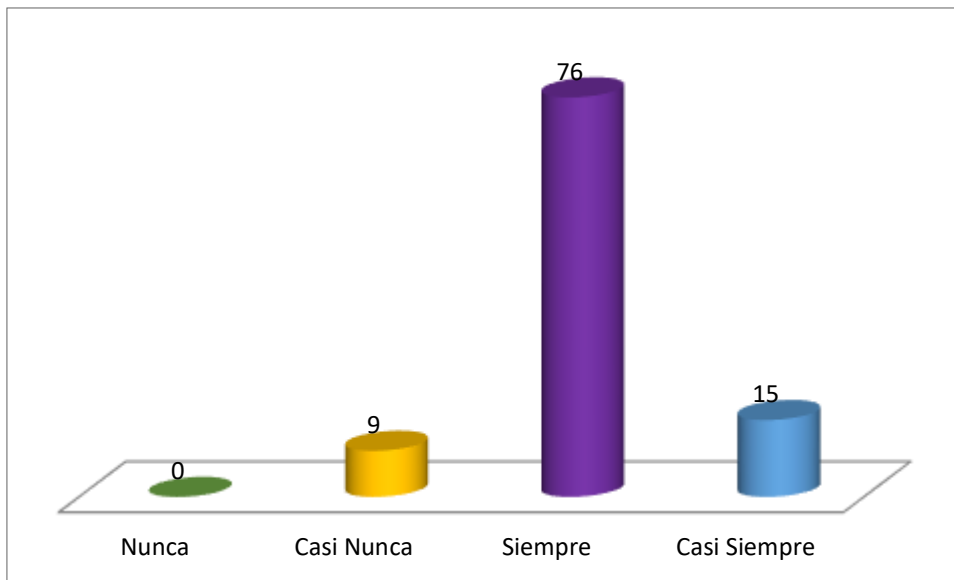


Ilustración 18. ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas?

**Interpretación:** En la tabla 20 e ilustración 18, se observa que del total de los encuestados, el 76% señalan que “Siempre” la gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas, el 15% indican que “Casi Siempre” la gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas y el 9% refieren que “Casi Nunca” la gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas

Tabla 21 ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

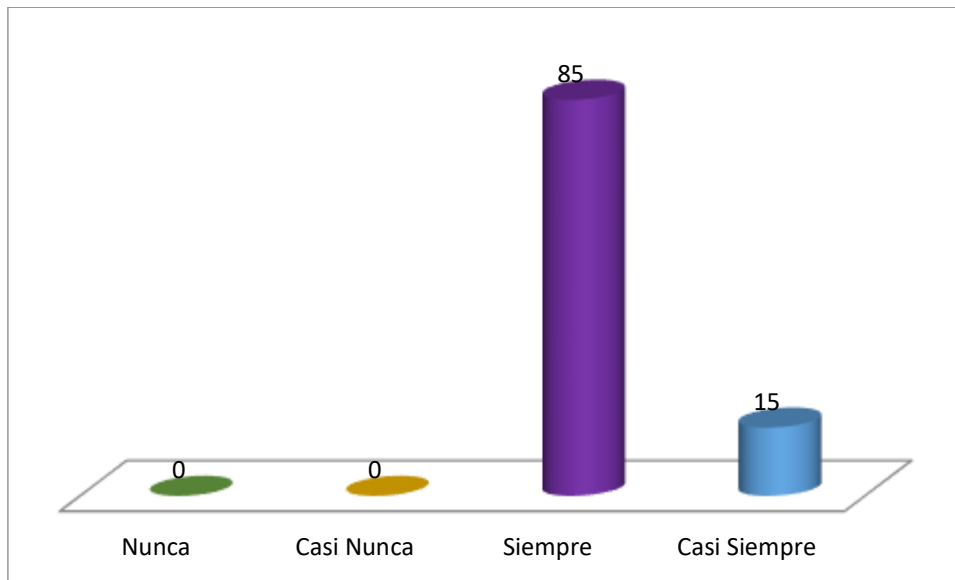


Ilustración 19. ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 21 y en la ilustración 19, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Siempre” la corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos y el 15% indican que “Casi Siempre” la corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos

Tabla 22 ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	44	65
Casi Nunca	24	35
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

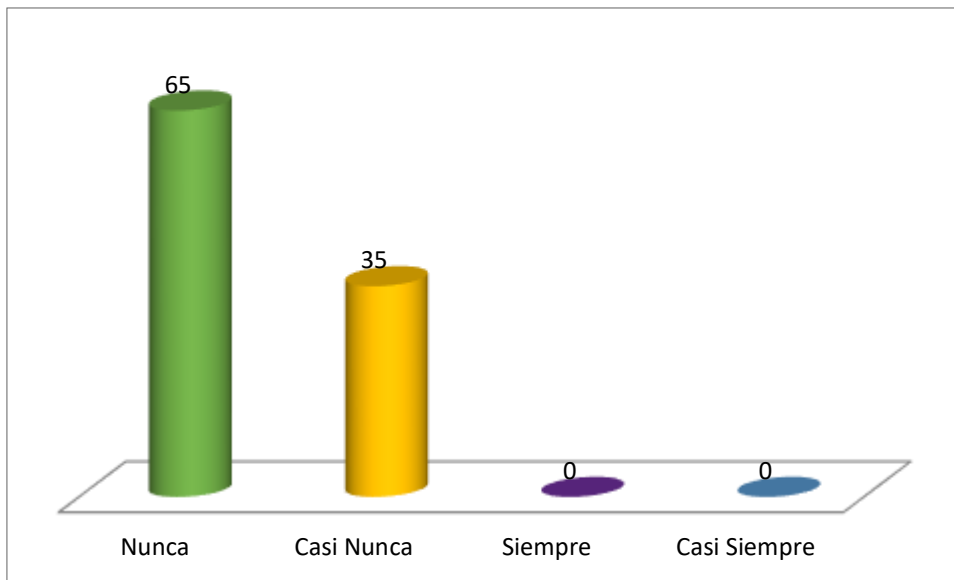


Ilustración 20. ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas?

**Interpretación:** En la tabla 22 y ilustración 20, se observa que, del total de los encuestados, el 65% señalan que “Nunca” la municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas y el 35% indican que “Casi Nunca” la municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas

Tabla 23 ¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	61	90
Casi Nunca	7	10
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

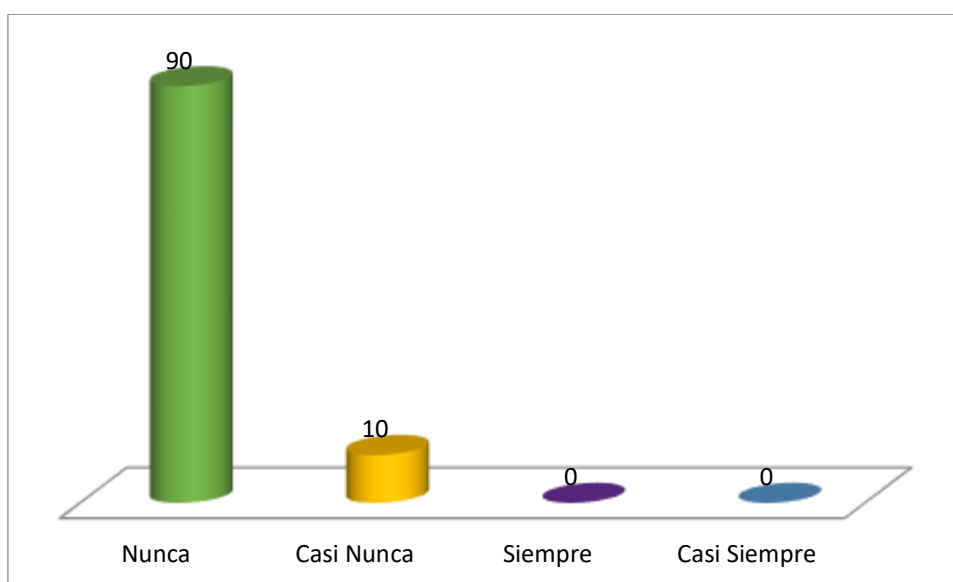


Ilustración 21. ¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?

**Interpretación:** En la tabla 23 e ilustración 21, se observa que, del total de los encuestados, el 90% señalan que “Nunca” la municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado y el 10% indican que “Casi Nunca” la municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado

Tabla 24 ¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi Nunca	0	0
Siempre	58	85
Casi Siempre	10	15
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

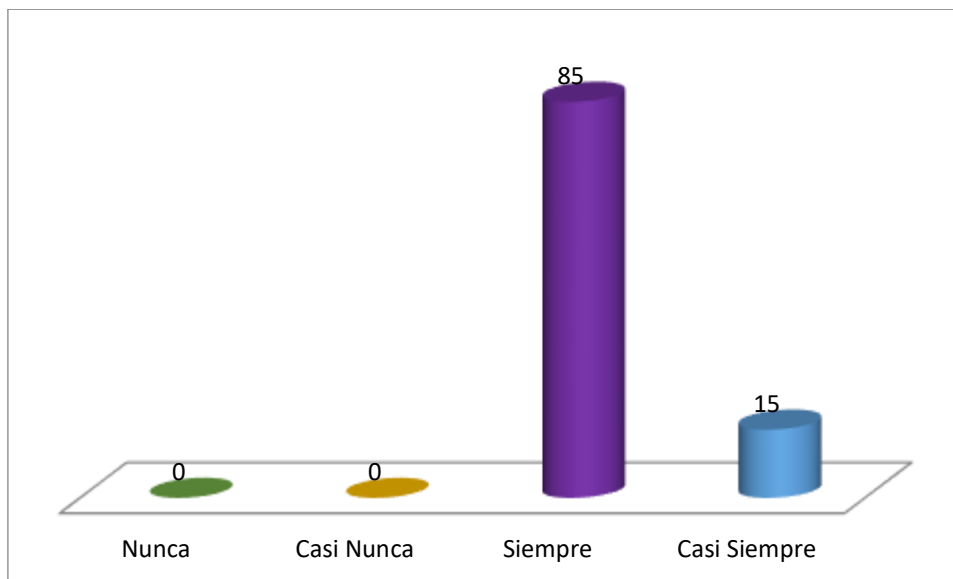


Ilustración 22. ¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?

**Interpretación:** En la tabla 24 e ilustración 22, se observa que, del total de los encuestados, el 85% señalan que “Siempre” las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación y el 15% indican que “Casi Siempre” las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación

Tabla 25 ¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	68	100
Casi Nunca	0	0
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

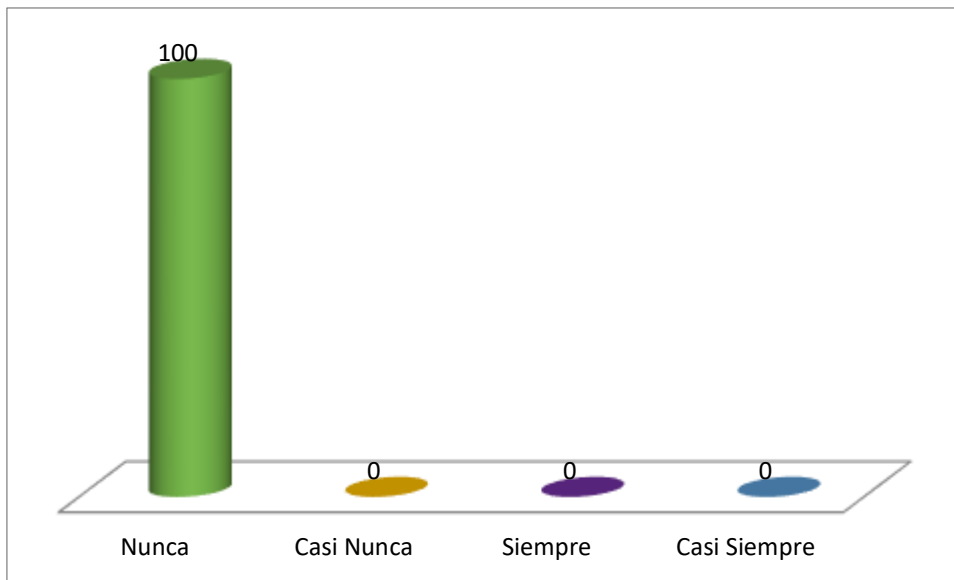


Ilustración 23. ¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes?

**Interpretación:** En la tabla 25 e ilustración 23, se observa que, del total de los encuestados, el 100% señalan que “Nunca” en la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes.



Tabla 26 ¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	68	100
Casi Nunca	0	0
Siempre	0	0
Casi Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

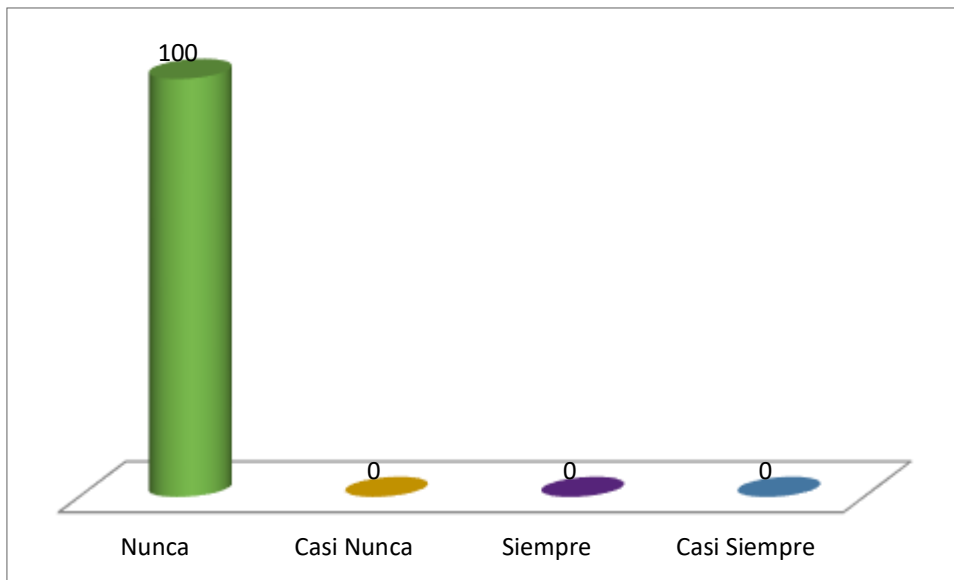


Ilustración 24. ¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos?

**Interpretación:** En la tabla 26 e ilustración 24, se observa que, del total de los encuestados, el 100% señalan que “Nunca” hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos.

### 3.2. Discusión de Resultados

La presente investigación tuvo como propósito conocer cuál es el nivel de cultura tributaria que tienen los comerciantes del “Mercado Modelo” para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande - 2020. Los objetivos específicos que se han propuesto fueron: diagnosticar la situación actual de los comerciantes del Mercado Modelo sobre la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020; analizar el nivel de cultura tributaria que muestran los comerciantes del Mercado Modelo para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020 y evaluar el nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo Bagua Grande - 2020.

Los resultados de esta investigación nos permiten constatar que los comerciantes del Mercado Modelo en la Ciudad de Bagua Grande, actúan en la informalidad y el nivel de cultura tributaria está en relación a los siguientes resultados: los comerciantes nunca son conscientes con el cumplimiento de las normas y obligaciones tributarias (53%), perciben que los tributos recaudados casi nunca los benefician o revierten en su favor (74%); los servicios públicos nunca funcionan bien ni satisfacen a los contribuyentes (53%); los equipos e instalaciones de la Municipalidad nunca funcionan correctamente (56%); los comerciantes casi nunca cumplen con pagar puntualmente los impuestos (86%); nunca los motivan o se sienten motivados para cumplir con el pago de los impuestos (88%); pagan sus impuestos a pesar que los demás no lo hacen (85%) y nunca los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población (85%)

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Cárdenas (2014) en sus tesis “La Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha - Cantón Quito”, señalan que la cultura tributaria es tener conciencia y estar informado sobre tributación; relaciona la evasión tributaria con las sanciones por no cumplir sus obligación es tributarias; los impuestos son para beneficiar al país, los contribuyentes indican que el desconocimiento, descuido, falta de tiempo como causas para el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, se informan a través de los medios de comunicación

El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande está en relación con la educación cívica y tributaria que tiene y los resultados nos indican lo siguiente: considerando que no reciben capacitación, señalan que siempre deberían impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes (85%), nunca se educa en la escuela sobre tributación o cumplimiento de obligaciones tributarias o pago de impuestos (85%), siempre pagar impuestos es reflejo de honradez (85%); la difusión tributaria a través de los festivales y concursos, casi nunca, es una estrategia adecuada para tributar (88%); cuando la administración municipal realizan acciones que promuevan la tributación, casi siempre, perciben que están cerca de los comerciantes (82%); enseñar a tomar conciencia para cumplir con el pago de los impuestos casi siempre es posible (85%) y siempre la educación cívica tributaria genera conciencia tributaria.

Estos resultados tienen relación con la investigación realizada por Delgado (2015) sobre "La Educación Tributaria como Medida para Incrementar la Recaudación Fiscal en la Ciudad de Chota", consideró que es importante la implementación de programas de educación tributaria como: seminarios de formación, talleres de orientación y capacitación, campañas de concientización; es una estrategia para reducir los niveles de incumplimiento tributario y de esta manera promover a tener conciencia y cultura tributaria, con el propósito de organizar y apoyar para que los contribuyentes cumplan de manera voluntaria con el pago de sus obligaciones tributarias y aumentar la recaudación tributaria.

La evaluación del nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo Bagua Grande, se parte de la afirmación que en Bagua Grande solo el 0.6% de las empresas están formalizadas y el conocimiento sobre cultura tributaria es mínimo como se constata en los siguientes resultados: si los funcionarios municipales son honrados, los comerciantes se motivan para pagar los impuestos con mayor convencimiento (91%); si el dinero recaudado es usado para la realización de obras, los comerciantes cumplen con la obligación de pagar los impuestos (76%); una de las razones que no se paga los impuestos es por la alta corrupción que existe (85%); la municipalidad, nunca hace

un correcto uso del dinero recaudado de los impuestos para la realización de las obras públicas (65%) la municipalidad nunca informa sobre el destino que le dan al dinero que se recoge de la cobranza de los impuestos (90%); en la municipalidad nunca hay personal destinado a orientar y explicar a los contribuyentes (100%) y nunca existe comunicación escrita o charlas sobre los pasos que se tiene que seguir para cumplir con las obligaciones tributarias en la municipalidad (100%).

Los resultados obtenidos tienen relación con la investigación realizada por González (0216) en su tesis sobre “Nivel de cultura tributaria en el mercado María del Socorro de Huanchaco, año 2016”, determinó que los factores que originan la carencia de conciencia y cultura tributaria es el bajo nivel de conocimiento o desconocimiento sobre tributación, no están motivados para cumplir con el pago de los impuestos, exceso en el cobro de los impuestos, no le generan beneficio alguno y los gobernantes o autoridades están involucrados en corrupción.

### **3.3. Aporte científico (Propuesta de Investigación)**

#### **3.3.1. Título**

Programa de capacitación sobre cultura tributaria para reducir la informalidad en el Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande

#### **3.3.2. Justificación**

La propuesta se sustenta en los resultados de la investigación en dónde los comerciantes no son conscientes del cumplimiento de sus obligaciones tributarias, tienen poco conocimiento sobre el sistema tributario, afirman que la educación y capacitación cívica va contribuir a generar una cultura tributaria, no han recibido capacitación por la Municipalidad provincial ni por la SUNAT; pero generando una cultura y conciencia tributaria se propiciaría el cumplimiento de las obligaciones tributarias

La finalidad de este programa es contribuir a generar una cultura y conciencia tributaria para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y va ser de mucha utilidad para los comerciantes del mercado, ya que ayudaría a elevar su conocimiento tributario y por ende aumentaría su cultura tributaria.

#### **3.3.3. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Incrementar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

##### **Objetivos Específicos**

- a) Facilitar información sobre el régimen tributario nacional a los comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande

- b) Proporcionar información sobre los beneficios de cumplir con las obligaciones tributarias a los comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.
- c) Otorgar material didáctico y sencillo que permitan a los comerciantes un mejor entendimiento sobre el sistema tributario.

#### **3.3.4. Estrategias de capacitación**

- 1) Exposiciones por parte de especialistas tributarios de la Municipalidad de Bagua Grande y la SUNAT.
- 2) Talleres de capacitación conducida por la SUNAT.
- 3) Convocar a una feria tributaria por parte de la SUNAT y Municipalidad de Bagua Grande.
- 4) Proporcionar material tributario impreso y electrónico.

#### **3.3.5. Recursos**

- 1) Humanos: Conformados por los expositores expertos en el tema.
- 2) Materiales: Folletos, trípticos, modulo informativo, material audiovisual y virtual, carpetas, pizarra, plumones, ventilación adecuada
- 3) Infraestructura: Ambientes de la Municipalidad de Bagua Grande
- 4) Equipos: multimedia, laptop, sistema de conexión a internet carpetas, pizarra, plumones.

### 3.3.6. Cronograma de actividades

Tabla 27 Cronograma Programa de Capacitación sobre Cultura Tributaria

N°	Actividad	Responsable	Participante	Horas	SEMANA				
					1	2	3	4	5
1	Concepto tributo, impuesto y tasas	Especialista SUNAT y/o Municipalidad Provincial de Utcubamba	Comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.	3					
2	Importancia de los comprobantes de pago	Especialista SUNAT y/o Municipalidad Provincial de Utcubamba	Comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.	3					
3	Infracciones Tributarias	Especialista SUNAT y/o Municipalidad Provincial de Utcubamba	Comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.	3					
4	Regímenes Tributarios	Especialista SUNAT y/o Municipalidad Provincial de Utcubamba	Comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.	3					
5	Beneficios de la recaudación tributaria en el Perú.	Especialista SUNAT y/o Municipalidad Provincial de Utcubamba	Comerciantes Centro de Abasto “Mercado Modelo” Bagua Grande.	3					

*Fuente: Elaboración propia*

#### IV. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

El crecimiento de la evasión tributaria y la informalidad de los comerciantes del Centro de Abasto “Mercado Modelo” en Bagua Grande en estos últimos años se ha incrementado rápidamente, las diversas encuestas corroborado este análisis; los comerciantes contribuyentes constatan que la informalidad y evasión tributaria constituyen delitos, pero son tolerados e institucionalizado, por ello que son aceptados y se conviven con ellos. Han generado un negocio como ambulantes y han logrado tener un puesto fijo dentro del mercado. La informalidad se incrementa cuándo los comerciantes tienen conocimiento que la municipalidad no usa correctamente el dinero de los impuestos (65%), nunca informa del destino del dinero recaudado (90%), a pesar que hacen rendición de cuentas de la recaudación (85%) no se refleja lo real, no son orientan a los contribuyentes (100%)

El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande está en relación al comportamiento que tienen como contribuyentes y son conscientes que nunca cumplen las norma tributaria (53%), una de las razones que atribuyen este comportamiento es porque consideran que los que los tributos casi nunca revertirán en beneficios para ellos (79%), ni el tributar nunca satisface al contribuyente (53%), casi nunca pagan a tiempos sus impuesto (84%) ni motivados para hacerlo (88%).

La informalidad es uno de los factores de la evasión tributaria y el conocimiento sobre la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Modelo Bagua Grande va permitir iniciar un proceso de cumplir con las obligaciones tributarias. Los comerciantes no han sido educados para pagar impuesto (85%), consideran que pagar impuesto es reflejo de honradez (85%), cuando la municipalidad fomenta la tributación los percibe cerca de ellos (82%), consideran que la educación cívica genera conciencia tributaria (100%), el enseñar genera conciencia de pago de impuesto (85%); además que la cultura tributaria está en relación se afianza en los comerciantes cuando los funcionarios son honrados (91%), el dinero recaudado es usado íntegramente para las obras públicas (76%), no existe corrupción (85%) .



## **V. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la Municipalidad de Utcubamba simplificar los requisitos para iniciar un proceso de formalización de los comerciantes de Centro de Abastos “Mercado Modelo” analizar el incremento de los impuestos y agilizar los trámites y reorganizar la infraestructura interna del mercado.

La Municipalidad de Utcubamba en interrelación con la SUNAT deben desarrollar un programa de capacitación para los comerciantes del Mercado Modelo, que incluya cultura tributaria, sistema tributario nacional y gestión empresarial y otros

Las municipalidades en relación con las entidades financieras deben organizar programas de formalización, cuyo incentivo es la obtención del crédito rápido e inicio de trámites de formalización donde se genere una cultura tributaria y de cumplimiento de las obligaciones tributarias y crediticias.

## REFERENCIAS

- Albán, C. (2016). *Incidencia de la cultura tributaria de los contribuyentes ante una verificación de obligaciones formales Sunat - Intendencia Lima en el periodo 2013. (Tesis de Pre grado)*. Universidad de Trujillo. Trujillo.
- Alva, M. (2010). La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>
- Alva, M. (2014). *La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla*.
- Anónimo. (2016). *Qué es la Cultura*. Recuperado de <https://www.significados.com/cultura/>
- Aviles, J. (2014). *Trabajos de Investigación Economía 2011- II*.
- Bravo, F. (2012). Perú, Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú - *CIAT Revista de Administración Tributaria N° 31 junio*.
- Bravo, F. (2012: pp.19 - 22). *Cultura tributaria. Libro de consulta. Perú (2ª ed.)*.
- Burga, M. (2015). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra*. (Tesis de Pre grado). Universidad San Martín de Porres. Lima.
- Bustamante, J. (2006). *Factores que influyen en el comercio informal de ropa en el Mercado Modelo de la Ciudad de Chiclayo*. (Tesis de Pre grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Cárdenas, A. (2015). *La Cultura Tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha- Cantón Quito*. (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
- Chávez, A. (2013). *Programa de capacitación tributaria para incrementar la cultura tributaria en los comerciantes del Mercado Modelo sección ropa*. (Tesis de Pre grado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.
- Chero, E. (2012). *Cultura Tributaria. Municipalidad Distrital de San Martín de Porres*.
- Chuquillanqui, B. (2012). *Análisis de la informalidad y la evasión tributaria en las MYPES*. (Tesis de pregrado) Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. (2001). Vigésima Segunda Edición 2001.

- El Banco Central de Reserva del Perú. (2012). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*.
- El Servicio de Administración Tributaria Cajamarca - SAT, (2014). *Conciencia Tributaria*.
- Espinoza, A. y Huiracocha, D. (2015). *Análisis del ingreso y la recaudación en el sector informal de la ciudad de Cuenca (Mercados: 9 de octubre y 10 de agosto) por el periodo fiscal 2012 – 2013*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Cuenca. Ecuador. Recuperado de [http://app.vlex.com/#WW/search/jurisdiction:MX+content\\_type:4+source:4901/La+Revista+Enciclop%C3%A9dica+Tributaria+Opciones+M%C3%A9xico%2C+\(2014\).+cultura+tributaria/vid/577268934](http://app.vlex.com/#WW/search/jurisdiction:MX+content_type:4+source:4901/La+Revista+Enciclop%C3%A9dica+Tributaria+Opciones+M%C3%A9xico%2C+(2014).+cultura+tributaria/vid/577268934)
- Lizana, N. y Rodas, L. (2014). *Implicancias tributarias de la informalidad de los comerciantes del Mercado Moshoqueque, para mejorar la recaudación en el distrito de José Leonardo Ortiz*. (Tesis de Pre grado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.
- López, A. (2017). *Análisis de las características generales del sector informal en Ecuador – Segmento pequeños comercios*. (Tesis de Maestría). Universidad de Posgrado Internacional Líder en Ciencias Sociales.
- Martínez, E. (2012). *Factores que conducen a la informalidad, los costos de la informalidad y Características del sector informal*.
- Mogollón, V. (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*. (Tesis de pregrado) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Malpica, C. (2014). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria - Asamblea General del CIAT N° 42, Guatemala. 2008 - Serie Temática Tributaria N° 15 Setiembre 2011 asistencia al Contribuyente*.
- Morales, F. (2016). *Teoría económica aplicable a la tributación*. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/franciscoruiz/2013/06/08/teor-a-econ-mica-aplicable-a-la-tributacion/>
- Revista Ciudades, Estados y Política. (2014). *La cultura tributaria como herramienta de la política fiscal*. Bogotá Colombia.
- Revista Economía & Servicios El Mundo. (2013). *Economía Informal*.
- Revista Economía y Sociedad 62, CIES (2016). *Evasión tributaria e informalidad en el Perú*. Disponible, en:

- Revista Enciclopédica Tributaria Opciones Legales - Fiscales (2014). *Personas físicas 2014 actividad empresarial ¿cómo tributar? régimen de incorporación fiscal. México*
- Sadith, L. (2016). *Conciencia Tributaria. Obtenido de conciencia en el Perú*. Recuperado de <http://concienciaenelperu.blogspot.pe/>
- Superintendencia de Administración Tributaria - SAT. (2016). *Estrategias para la formación de la cultura tributaria*. Guatemala.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, (2016). *Cultura Tributaria Aduanera*. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. Que entiende por Tributo.
- Torres, A. (2010). Análisis de las características generales del sector informal en el Ecuador - segmento pequeños comercios. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2380/4/TFLACSO-2010ATG.pdf>
- Vargas, O. (2015). *Evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Mayorista del Distrito de Trujillo – Año 2013*. (Tesis de Pre grado). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo.

## VI. ANEXOS

### Encuesta

Cuestionario sobre Cultura Tributaria. Se presentan proposiciones con relación a la cultura tributaria con cuatro (4) opciones para elegir según su conocimiento y percepción

1. Nunca
2. Casi Nunca
3. Siempre
4. Casi Siempre

Por favor leer con detenimiento cada proposición y marcar con una equis (X) la que considere la correcta o considere que es su punto de vista. Agradecemos responder todas las proposiciones. No existen respuestas buenas o malas.

N°	<b>DIMENSIÓN: CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1	Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias				
2	Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos				
3	Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente				
4	Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente				
5	Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto				
6	Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos				
7	Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen				
8	Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población				
	<b>Dimensión 2 : Educación cívica tributaria</b>				

9	Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria para los comerciantes				
10	En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos				
11	Los servicios públicos que se reciben son porque la gente pagan sus impuestos				
12	Pagar impuestos es reflejo de honradez				
13	Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación				
14	Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación				
15	La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria				
16	Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos				
	<b>Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria</b>				
17	Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados				
18	La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras publicas				
19	La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos				
20	La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras publicas				
21	La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado				
22	Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación				
23	En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes				
24	Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos				



**CENTRO DE ABASTOS MERCADO MODELO**





**MOSTRANDO EL MERCADO MODELO DE LOS COMERCIANTES**





**ENCUESTANDO A LA SEÑORA MARIA EN EL MERCADO MODELO**





**ALGUNAS FOTOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES**

## CARTA DE AUTORIZACIÓN



### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación se titula "Nivel De Cultura Tributaria En Los Comerciantes Del Centro De Abasto "Mercado Modelo" Para Reducir La Informalidad, Bagua Grande – 2020.", y fue elaborada por Judith Quispe Portocarrero. El propósito de la investigación es determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del "Mercado Modelo" para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande – 2020.

La presente investigación nos dará a comprender como actualmente los comerciantes son informales y evaden el pago de los impuestos, esto se debe a que han generado un negocio como ambulantes y han logrado tener un puesto fijo dentro del mercado. Es por eso tales motivos el tema es de suma importancia para que los comerciantes tengan conocimiento de los tributos obligatorios que se deben pagar en nuestro mercado de abasto.

Para ello, se le solicita participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta encuesta no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién completó la encuesta.

Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal del investigador responsable, a la cual podrá también acceder su grupo de investigación.

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

	NOMBRES Y APELLIDOS	D.N.I	FIRMA DEL PARTICIPANTE	FECHA
1	LIZBETH MASSIELLA PEREZ CORONEL	42197108		18/02/2021
2	ELIBERTO SIMON URIOL VILLENA	26664045		18/02/2021
3	SULANY DIZNARDY CARRASCO ROSAS	47210960		18/02/2021
4	EDGAR RAUL RAMOS VELAYARCE	40274456		18/02/2021
5	ROGÉLIO VILCHEZ IDROGO	33647638		18/02/2021
6	JEFFERSON PAUL CALDERÓN BUSTAMANTE	76002903		18/02/2021
7	LESLY ESTHER GAMONAL CARRANZA	70911399		18/02/2021
8	ANGÉLICA NOELINA DELGADO MONTEZA	33649177		18/02/2021
9	ESTEFANY YANINA VASQUEZ SALDAÑA	48669403		18/02/2021
10	NOELINA MONTEZA FLORES	47275208		18/02/2021
11	LUCY MARGOTH FERNANDEZ MOSQUEDA	33643301		18/02/2021
12	GILDA DORIS SABA DIAZ	33591576		18/02/2021
13	ARNULFO CHAVEZ GALLARDO	33565608		18/02/2021
14	ENER DIAZ DIAZ	40312787		18/02/2021
15	LESLY NATALY SUAREZ SAUCEDO	7497500		18/02/2021
16	ECTOR WILMER VILLEGAS VARGAS	33662410		18/02/2021
17	ROMULO CABRERA NUÑEZ	46838917		18/02/2021
18	DAVID ORTIZ CAMPOS	33671428		18/02/2021
19	VICTOR ENRIQUE RODRIGUEZ MOSQUERA	42430507		18/02/2021
20	ROSA MERCEDES ZUTA LOPEZ	33671989		18/02/2021
21	GRIMANIEL DIAZ BARTUREN	41806365		18/02/2021
22	LUZ MARIA MARCELO PEÑA	26723866		18/02/2021
23	LUIS ALBERTO TELLO AZALDE	43018432		18/02/2021
24	RUTH NOEMI URIARTE CLAVO	76075779		18/02/2021
25	JOBITO JIMENEZ HERNANDEZ	33676331		18/02/2021
26	EUGENIO CUBAS DIAZ	42471027		18/02/2021
27	GAVI RUTH CARMONA GIL	47729876		18/02/2021
28	DEYSI FERNANDEZ ALVARADO	43689938		18/02/2021
29	PEDRO MENDOZA URIARTE	80292128		18/02/2021
30	CONSUELO CASTAÑEDA MIRANDA	33665454		18/02/2021
31	NATALY DEL PILAR BARRANTES DELGADO	73111499		18/02/2021
32	SINDY JOHANA HEREDIA ARANDA	47042964		18/02/2021
33	SANTA ROSITA CORONEL CALDERÓN	40915826		18/02/2021
34	YOVER ADELMO ESPEJO RIMAPA	45262844		18/02/2021
35	RICHARD EMANUEL MERA DIAZ	72628547		18/02/2021
36	BENITA CALLE GUERRERO	10236651		18/02/2021
37	TEODORO CESPEDES SEGUNDO	16427663		18/02/2021
38	JHEYNER VILCHEZ VALQUI	46919978		18/02/2021
39	JENNY JANNETH JULCAHUANCA CONSTANTINO	73528095		18/02/2021
40	WILDER QUINTOS FERNANDEZ	41611121		18/02/2021
41	JOSELYN MERCEDES ROJAS HUAMAN	75577840		18/02/2021
42	SANTIAGO BRONIS VASQUEZ SANCHEZ	70059770		18/02/2021
43	NATALY ALEXANDRA PEREZ QUINTANA	71414692		18/02/2021
44	LADY AMPARO HUAMAN ALVARADO	43573912		18/02/2021
45	YLSA MINER AGUILAR HERNANDEZ	33671454		18/02/2021
46	JAIME PEREZ VASQUEZ	33671454		18/02/2021
47	BRENDA MELISSA ROMERO HUERTAS	70561536		18/02/2021

48	KARIME LISBEHT INGA ZUTA	45891535		18/02/2021
49	ROBERTO VALLEJOS SAMAME	80290146		18/02/2021
50	AMELIA QUIspe AREVALO	33926196		18/02/2021
51	NATIVIDAD CORDOVA SONDOR	09535677		18/02/2021
52	GLADYS VASQUEZ RUIZ	44320132		18/02/2021
53	JUAN CARLOS VIDAURRE TAMBILLO	44611514		18/02/2021
54	FLOR MARIA TUESTA VARGAS	43411846		18/02/2021
55	NEISER GUEVARA RIMAYCUNA	71043423		18/02/2021
56	ESPERANZA CARMEN TINEO REYES	41615110		18/02/2021
57	RUTH MAGALY BENAVIDES ALVARADO	74250873		18/02/2021
58	LOPEZ FLORES SIXTO	46165772		18/02/2021
59	NESTOR AVELLO AYAY MOLOCHO	45527713		18/02/2021
60	CORY DELGADO VELA	44897379		18/02/2021
61	ALEX WAGNER SALAZAR ALARCON	76953601		18/02/2021
62	NELSON SANCHEZ TANTALEAN	41160152		18/02/2021
63	SINTIA MILAGROS ALTAMIRANO VALERA	75382011		18/02/2021
64	ELMER LEYVA TIRADO	43357965		18/02/2021
65	YOVANA FLORES REAÑO	44609336		18/02/2021
66	HECTOR ASUNCION CRUZ CHAVEZ	33407540		18/02/2021
67	ESMERY VILCHEZ MARIN	40983217		18/02/2021
68	LUZ MARITA GONZA SALAZAR	73532133		18/02/2021

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA TESIS	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN
NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO "MERCADO MODELO" PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE - 2020.	¿Cuál es el nivel de cultura tributaria en los comerciantes del Centro de Abasto "Mercado Modelo" para reducir la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande - 2020?	H1: $p \neq 0$ (Existe correlación): El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Centro de Abasto "Mercado Modelo", si permitirá reducir la informalidad de la ciudad	Establecer el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del "Mercado Modelo" para contribuir con la reducción de la informalidad en la Ciudad de Bagua	1.Diagnosticar la situación tributaria e informal de los comerciantes del "Mercado Modelo" en la Ciudad de Bagua Grande - 2020. 2.Analizar el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del "Mercado	Cultura Tributaria	Cultura tributaria es el conjunto de rasgos, valores, actitudes y el comportamiento de los integrantes de una sociedad con respecto, al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria"	Procedimientos que se desarrollan para garantizar que el proceso de toma de decisiones sea justo y razonable para el ciudadano.	Diseño de la investigación es de tipo cuantitativo y o explicativa

		<p>de Bagua Grande.</p> <p>H0: <math>p = 0</math> (No Existe correlación): El nivel de cultura tributaria de los comerciantes del Centro de Abasto "Mercado Modelo", no permitirá reducir la informalidad de la ciudad de Bagua Grande.</p>	<p>Grande - 2020.</p>	<p>- Modelo" en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.</p> <p>3.Evaluar el nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del "Mercado Modelo" en la ciudad de Bagua Grande - 2020.</p>	<p><b>Informalidad</b></p>	<p>La Informalidad constituye en un acontecimiento complejo y complicado que genera un desequilibrio socioeconómico en donde los actores participantes quedan excluidos de los beneficios tributarios, acceso a la salud y empleo justo.</p>	<p>Las crisis económicas presentes a lo largo de problemas de estabilidad económica que se reflejan en los niveles de vida de la población.</p>	
--	--	---	-----------------------	--	----------------------------	--	---	--

## VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

### INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS: ENCUESTA

<b>NOMBRE DEL JUEZ</b>		
	<b>PROFESIÓN</b>	
	<b>ESPECIALIDAD</b>	
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL( EN AÑOS)</b>	
	<b>CARGO</b>	
<b>NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO "MERCADO MODELO" PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE – 2020</b>		
<b>DATOS DEL TESISISTA</b>		
<b>NOMBRES</b>	Quispe Portocarrero Judith	
<b>ESPECIALIDAD</b>	ESCUELA DE CONTABILIDAD	
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Encuesta	
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<b><u>GENERAL</u></b>	
	Establecer el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del "Mercado Modelo" para contribuir con la reducción de la informalidad en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.	
	<b><u>ESPECIFICOS</u></b>	
	<p>a. <b>DIAGNOSTICAR</b> la situación tributaria e informal de los comerciantes del "Mercado Modelo" en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.</p> <p>b. <b>ANALIZAR</b> el grado de cultura tributaria que tienen los comerciantes del "Mercado Modelo" en la Ciudad de Bagua Grande - 2020.</p> <p>c. <b>EVALUAR</b> el nivel de informalidad y el conocimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del "Mercado Modelo" en la ciudad de Bagua Grande - 2020.</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "T1" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
<b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b>	El instrumento consta de 24 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	



<p>1) ¿Los contribuyentes cumplen conscientemente con las normas tributarias?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2) ¿Los contribuyentes consideran que los tributos revertirán en beneficios para ellos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3) ¿Los servicios públicos para tributar funcionan a satisfacción del contribuyente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4) ¿Las instalaciones y equipos de la municipalidad funcionan adecuadamente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5) ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos en el tiempo previsto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6) ¿Los contribuyentes están motivados en pagar sus impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>7) ¿Los contribuyentes pagan sus impuestos pese a que otros no lo hacen?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8) ¿Los servicios públicos satisfacen plenamente las necesidades de la población?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9) ¿Debería de impartirse cursos de educación cívica tributaria en los colegios?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10) ¿En la escuela se educa para que los ciudadanos paguen sus impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11) ¿Los servicios públicos que se reciben son porque la gente pagan sus impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12) ¿Pagar impuestos es reflejo de honradez?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>13) ¿Concursos y festivales de difusión tributaria son una buena estrategia de recaudación?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14) ¿Los contribuyentes perciben a la administración municipal más cerca cuando implementa acciones recreativas que fomentan la tributación?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15) ¿La educación cívica tributaria genera conciencia tributaria?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16) ¿Se puede enseñar a ser consciente con el pago de impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17) ¿Los contribuyentes pagan con mayor convicción cuando observan que los funcionarios son honrados?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18) ¿La gente paga sus impuestos cuando piensan que el dinero será usado íntegramente para realizar obras públicas?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>19) ¿La corrupción es una razón por la cual la gente no paga sus impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20) ¿La municipalidad usa correctamente el dinero de los impuestos para hacer obras públicas?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21) ¿La municipalidad informa el destino que se da al dinero recaudado?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>22) ¿Las autoridades hacen rendición de cuentas acerca de la recaudación?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23) ¿En la municipalidad hay personal exclusivo para orientar a los contribuyentes?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24) ¿Hay charlas o comunicaciones escritas acerca de los procedimientos a seguir para pagar impuestos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Siempre d) Casi siempre</p>	<p>TA( )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<b>PROMEDIO OBTENIDO:</b>	N° TA _____ N° TD _____
<b>COMENTARIO GENERALES</b>	
<b>OBSERVACIONES</b>	

Chiclayo, 30 de abril de 2021.

**VISTO:**

El Oficio N°0138-2021/FACEM-DC-USS de fecha 20/04/2021, presentado por la Directora de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad y el provelido del Decano de la FACEM, de fecha 20/04/2021, sobre actualización de título de tesis por caducidad, y;

**CONSIDERANDO:**

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 31° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 199-2019/PD-USS de fecha 06 de noviembre de 2019, indica que La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional.

Que, el Art. 36° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional aprueba el tema de proyecto de investigación y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

**SE RESUELVE**

**ARTÍCULO 1°: DEJAR SIN EFECTO** la Resolución N°0408 -FACEM-USS-2018 de fecha 20 de abril de 2018 numerales 7, 14, 23, 26 y 27.

**ARTÍCULO 2°: APROBAR** la ACTUALIZACIÓN de Tests por caducidad, de los egresados de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad, según el cuadro adjunto.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE**



**Dr. EDGAR ROLAND TURSTA TORRES**  
Decano(e)  
Facultad de Ciencias Empresariales



**Mg. Carla Angélica Reyes Reyes**  
Secretaría Académica  
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc: Escuela, Archivo

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULO DE PROYECTO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
1.	CUBAS BALLESTEROS ERICKA MARILEE	LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASIÓN DE IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DE LA PARADA MUNICIPAL SANTA ROSA, BAGUA GRANDE - 2020	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2.	JIMÉNEZ DELGADO DEYLI	ESTRATEGIAS DE GESTION ADMINISTRATIVA PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE UTCUBAMBA - 2021	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3.	PERALTA GARCÍA KELLY CATALINA	PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MOLINERA LUPER S.A.C., BAGUA GRANDE - 2020	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4.	QUISPE REYNA GUISELA MERCEDES	IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTION OPERATIVA DE LOS INVENTARIOS EN AUTOPARTES RAMULFO DÍAZ, BAGUA GRANDE - 2020	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
5.	QUISPE PORTOCARRERO JUDITH	NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO 'MERCADO MODELO' PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE - 2020	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

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

Pimentel, 15 de JULIO de 2021

Señores  
Vicerrectorado de Investigación  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

EL suscrito:  
QUISPE PORTOCARRERO JUDITH, con DNI 75128077

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado: NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO "MERCADO MODELO" PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE – 2020, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de CONTADOR PUBLICO, 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 mi (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
QUISPE PORTOCARRERO JUDITH	75128077	



## ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, EDGARD CHAPOÑAN RAMIREZ, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0333 – 2021/FACEM-USS, del estudiante, Judith Quispe Portocarrero Titulada NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO "MERCADO MODELO" PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE – 2020.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 18% 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, 04 de julio de 2021



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.

# NIVEL DE CULTURA TRIBUTARIA EN LOS COMERCIANTES DEL CENTRO DE ABASTO “MERCADO MODELO” PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD, BAGUA GRANDE – 2020

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://livrosdeamor.com.br">livrosdeamor.com.br</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://sociologiadelacomunicacion.blogspot.com">sociologiadelacomunicacion.blogspot.com</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://dspace.internacional.edu.ec:8080">dspace.internacional.edu.ec:8080</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://repositorio.usat.edu.pe">repositorio.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://www.dametareas.com">www.dametareas.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://portal.sat.gob.gt">portal.sat.gob.gt</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://produccion-uc.bc.uc.edu.ve">produccion-uc.bc.uc.edu.ve</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://elizabeth-comercioinformal.blogspot.com">elizabeth-comercioinformal.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%