



“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las Heroicas Batallas de Junín y Ayacucho”

C. N° 032-2024-UI-FCCE.

Chota, 04 de junio del 2024.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Jefe de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Chota, hace constar que el Informe Final de Tesis titulado: **“CULTURA TRIBUTARIA Y LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CHOTA, 2021”**, elaborado por la bachiller en Contabilidad: **DEYSI RUIZ BARBOZA**, para optar el Título Profesional de Contador Público, presenta un índice de similitud de 25%, sin incluir citas, bibliografía, fuentes con menos de 20 palabras; por lo tanto, cumple con los criterios de evaluación de originalidad establecidos en el Reglamento de Grados y títulos, aprobado con **Resolución de Comisión Organizadora N° 120-2022- UNACH**.

Finalmente indicamos que dicho Informe Final de tesis fue asesorado por el Dr. **EDI ROJAS CAMPOS**.

Se expide la presente constancia a los interesados para los fines pertinentes.

Dr. C.S. Wilder Omar Vargas Campos

Atentamente,
Jefe de la Unidad de Investigación FCCE -UNACH

Cc. Archivo

Informe Final de Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	7%
2	www.repositorio.unach.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
4	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	portaluni.unach.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	www.munipasco.gob.pe Fuente de Internet	1%

10	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	tesis.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	www.biblio.unah.edu.hn Fuente de Internet	<1 %
17	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	1library.co Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.ujcm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

22	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	definicion.de Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	www.revistaespacios.com Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.upsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	David Anibal Paz Panduro. "Impacto de los diarios digitales en la votación electoral", Industrial Data, 2020 Publicación	<1 %
29	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	img.lpderecho.pe Fuente de Internet	<1 %
31	Huerta Gutiérrez Jessica del Rocío. "Frecuencia de ansiedad según el inventario de ansiedad de Beck en pacientes con infertilidad en Instituto Vida Guadalajara : diciembre 2016-mayo 2017", TESIUNAM, 2017 Publicación	<1 %

32	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	www.congreso.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	distancia.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

**Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central
de la ciudad de Chota, 2021**

**Para optar el Título Profesional de
CONTADOR PÚBLICO**

Presentada por:

Bach. Deysi Ruiz Barboza

Asesor:

Dr. Edi Rojas Campos

CHOTA – PERÚ

2024

COPYRIGHT © 2024 by

DEYSI RUIZ BARBOZA

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS APROBADA

Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado
Central de la ciudad de Chota, 2021

**Para optar el Título Profesional de
CONTADOR PÚBLICO**

Presentada por:

Deysi Ruiz Barboza

Jurado evaluador

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Edi Rojas Campos'.

Dr. Edi Rojas Campos
Asesor

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Sara Judith Terán Leiva'.

Mg. Sara Judith Terán Leiva
Secretario

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Oscar Tarrillo Saldaña'.

Dr. Oscar Tarrillo Saldaña
Presidente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Roberto Tapia Rubio'.

Mg. Roberto Tapia Rubio
Vocal

Chota – Perú

2024



ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME FINAL DE TESIS

Siendo las 11:30 a.m. del día 22 de marzo de 2024, reunidos en el Auditorium “Luca Pacioli” de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales, de la Universidad Nacional Autónoma de Chota, los miembros del Jurado Evaluador, designados con Resolución de Facultad N° 068-2024-FCCE-UNACH, de fecha 19 de febrero de 2024; conformado por:

- Dr. Oscar Tarrillo Saldaña, identificado con DNI N° 46836132, Presidente
- Mag. Sara Judith Terán Leiva, identificada con DNI N° 45982039, Secretario
- Mag. Roberto Tapia Rubio, identificado con DNI N° 27428501, Vocal.

Reunidos para dar inicio a la sustentación del informe final de tesis, conforme a la Resolución de Facultad N° 130-2024-FCCE-UNACH, de fecha 20 de marzo de 2024, cuyo título es: “**Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Chota, 2021**”, perteneciente a la Bachiller en Contabilidad, **Deysi Ruiz Barboza**, asesorado por el Dr. Edi Rojas Campos, cumpliendo así con los requerimientos exigidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Autónoma de Chota.

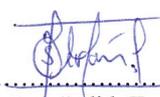
Culminada la sustentación, el Jurado Evaluador luego de deliberar, acuerda declarar:

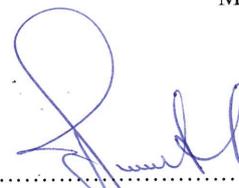
“APROBAR POR UNANIMIDAD”

El Informe Final de Tesis con calificativo de “**15 (QUINCE)**” y elevarse la presente acta a la Coordinación de la Facultad de Ciencias Contables y Empresariales, a fin de que se declare **APROBADO** el Informe Final de la Tesis a través de acto resolutivo.

Siendo las 12:40 p.m. del mismo día, en señal de conformidad, el Jurado Evaluador firma la presente acta.


.....
Dr. Oscar Tarrillo Saldaña
Presidente


.....
Mag. Sara Judith Terán Leiva
Secretario


.....
Mag. Roberto Tapia Rubio
Vocal

DEDICATORIA

Con todo mi corazón a mis padres Santos y Hermila por su amor, apoyo incondicional y por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, por ser esa la razón más grande para el cumplimiento de mis objetivos que significan alegría y orgullo para mí y también para ellos.

A mis hermanas Edith y Brisalina por su apoyo constante.

A mi hija, por ser mi mayor motivación para no rendirme y a las personas que forman parte de mi vida que me han apoyado y alentado a culminar esta investigación.

Deysi Ruiz Barboza

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida, la salud, por cuidarme y cuidar de mi familia.

A mi familia por su amor infinito, sus consejos, motivación y su apoyo incondicional.

A mi asesor Dr. Edi Rojas Campos y a los docentes que me han brindado información y me han apoyado con los procesos necesarios para el desarrollo y culminación de este trabajo de investigación.

A todos los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de Chota por haber sido parte fundamental en mi formación profesional.

A todas las personas que de una u otra manera han sido parte de este proceso, muchas gracias.

Deysi Ruiz Barboza

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.....	17
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.1. Descripción del problema.....	17
1.2. Formulación del problema.....	19
1.3. Objetivos.....	20
1.3.1. Objetivo General.....	20
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4. Hipótesis.....	20
1.4.1. Hipótesis general.....	20
1.4.2. Hipótesis específicas.....	21
1.5. Justificación.....	21
1.6. Limitaciones.....	22
CAPÍTULO II.....	23

MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes del problema.....	23
2.2. Bases teóricas científicas	30
2.2.1. Cultura tributaria	31
2.2.2. Formalización	45
2.3. Bases normativas	51
2.4. Definición de términos básicos.....	52
CAPÍTULO III	54
MARCO METODOLÓGICO	54
3.1. Método de investigación.....	54
3.2. Tipo de investigación	54
3.3. Diseño de investigación.....	55
3.4. Operacionalización de variables.....	56
3.5. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis y unidad de observación	57
3.5.1 Población	57
3.5.2 Muestra	57
3.5.3 Muestreo	57
3.5.4 Unidad de análisis.....	58
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	58
3.6.1. Técnica de recolección de datos	58
3.6.2. Instrumento de recolección de datos.....	58

3.7. Procesamiento y análisis de datos	59
3.8. Aspectos éticos y rigor científico	60
CAPÍTULO IV	61
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
4.1. Análisis e interpretación de resultados	61
4.2. Contrastación de hipótesis	81
4.2.1. Prueba de normalidad	81
4.2.2. Hipótesis general.....	82
4.2.3. Hipótesis específicas.....	83
4.3. Discusión de resultados	87
CAPÍTULO V	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1. Conclusiones.....	90
5.2. Recomendaciones	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92
ANEXOS.....	98
APÉNDICE	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Requisitos para la licencia de funcionamiento</i>	47
Tabla 2 <i>Requisitos para la inscripción de empresas</i>	49
Tabla 3 <i>Operacionalización de las variables de investigación</i>	56
Tabla 4 <i>Estadística de fiabilidad de la variable cultura tributaria</i>	59
Tabla 5 <i>Estadística de fiabilidad de la variable formalización</i>	59
Tabla 6 <i>Prueba de normalidad</i>	81
Tabla 7 <i>Relación entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota</i>	82
Tabla 8 <i>Relación entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota</i>	83
Tabla 9 <i>Relación entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota</i>	84
Tabla 10 <i>Relación entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota</i>	85
Tabla 11 <i>Matriz de consistencia de la investigación</i>	98
Tabla 12 <i>Conocimiento del sistema tributario</i>	108
Tabla 13 <i>Conocimiento de los deberes y derechos tributarios</i>	108
Tabla 14 <i>Conocimiento de los regímenes tributarios</i>	108
Tabla 15 <i>Conocimiento del régimen tributario en el que se encuentra</i>	109
Tabla 16 <i>Conocimiento sobre impuestos</i>	109
Tabla 17 <i>Información de la SUNAT para el uso de los impuestos</i>	109

Tabla 18 <i>Los cursos de formación tributaria conllevan a estar informados</i>	110
Tabla 19 <i>La conciencia tributaria ayuda a cumplir con el pago de impuestos</i>	110
Tabla 20 <i>Responsabilidad para declarar y cumplir con el pago de impuestos</i>	110
Tabla 21 <i>Puntualidad en el pago de impuestos</i>	111
Tabla 22 <i>Honestidad en el pago de impuestos</i>	111
Tabla 23 <i>Control de ingresos y gastos del negocio</i>	112
Tabla 24 <i>Las capacitaciones ayudan a conocer el proceso de formalización</i>	112
Tabla 25 <i>Acceso a la información sobre los trámites de formalización</i>	112
Tabla 26 <i>Conocimiento de los trámites para la formalización de un negocio</i>	113
Tabla 27 <i>SUNAT orienta sobre la formalización de los negocios</i>	113
Tabla 28 <i>Conocimiento de los beneficios de la formalización</i>	113
Tabla 29 <i>Incentivos por pagar los impuestos puntualmente</i>	114
Tabla 30 <i>Campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC</i>	114
Tabla 31 <i>Explicación y capacitación sobre comprobantes de pago</i>	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Dimensiones de la conciencia tributaria</i>	37
Figura 2 <i>Esquema del diseño de investigación</i>	55
Figura 3 <i>Conocimiento del sistema tributario</i>	61
Figura 4 <i>Conocimiento de los deberes y derechos tributarios</i>	62
Figura 5 <i>Conocimiento de los regímenes tributarios</i>	63
Figura 6 <i>Conocimiento del régimen tributario en el que se encuentra</i>	64
Figura 7 <i>Conocimiento sobre impuestos</i>	65
Figura 8 <i>Información de la SUNAT para el uso de los impuestos</i>	66
Figura 9 <i>Los cursos de formación tributaria conllevan a estar informados</i>	67
Figura 10 <i>La conciencia tributaria ayuda a cumplir con el pago de impuestos</i>	68
Figura 11 <i>Responsabilidad para declarar y cumplir con el pago de impuestos</i>	69
Figura 12 <i>Puntualidad en el pago de impuestos</i>	70
Figura 13 <i>Honestidad en el pago de impuestos</i>	71
Figura 14 <i>Control de ingresos y gastos del negocio</i>	72
Figura 15 <i>Las capacitaciones ayudan a conocer el proceso de formalización</i>	73
Figura 16 <i>Acceso a la información sobre los trámites de formalización</i>	74
Figura 17 <i>Conocimiento de los trámites para la formalización de un negocio</i>	75
Figura 18 <i>SUNAT orienta sobre la formalización de los negocios</i>	76
Figura 19 <i>Conocimiento de los beneficios de la formalización</i>	77
Figura 20 <i>Incentivos por pagar los impuestos puntualmente</i>	78

Figura 21 <i>Campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC</i>	79
Figura 22 <i>Explicación y capacitación sobre comprobantes de pago.</i>	80

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS USADAS

INDECI	: Instituto Nacional de Defensa Civil
NRUS	: Nuevo Régimen Único Simplificado
OIT	: Organización Internacional del Trabajo
RUC	: Registro Único de Contribuyentes
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
SRI	: Servicio de Rentas Internas

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización de los comerciantes del Mercado Central en la ciudad de Chota. El estudio siguió la investigación de tipo básica, descriptivo – relacional, cuantitativa y diseño no experimental – transversal, la población estuvo constituida por 278 comerciantes de los cuales se determinó como muestra a 161 y a quienes se les aplicó un cuestionario, el cual mostró una fiabilidad a través de alfa de Cronbach de 0.859 para la variable cultura tributaria y de 0.821 para formalización. Se determinó por intermedio de los datos y de su procesamiento estadístico con aplicación de la prueba de Rho de Spearman que las dimensiones vinculadas a la variable cultura tributaria como el conocimiento tributario, la actitud tributaria y los valores tributarios tienen una relación directa de 0.757, 0.158 y 0.756 respectivamente y una significancia de 0.000 [0.000<0.05] con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota. Se concluyó de la investigación que, la variable cultura tributaria tiene una relación directa de 0.806 y una significancia de 0.000 [0.000 <0.05] con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota.

Palabras claves: Cultura tributaria, formalización.

ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine the relationship between the tax culture with the formalization of the merchants of the central market in the city of Chota. The study followed the investigation of basic, descriptive - relational, quantitative and non-experimental - cross-sectional design, the population consisted of 278 merchants of which 161 were determined as a sample and to whom a questionnaire was applied, which showed a reliability through Cronbach's alpha of 0.859 for the tax culture variable and 0.821 for formalization. It was determined through the data and its statistical processing with the application of Spearman's Rho test that the dimensions linked to the tax culture variable such as tax knowledge, tax attitude and tax values have a direct relationship of 0.757, 0.158 and 0.756 respectively and a significance of 0.000 [0.000<0.05] with the formalization of the merchants of the central market of the city of Chota. It was concluded from the investigation that the tax culture variable has a direct relationship of 0.806 and a significance of 0.000 [0.000 <0.05] with the formalization of the merchants of the central market of the city of Chota.

Keywords: Tax culture, formalization.



CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

La Organización Internacional de Trabajo (OIT, 2020) manifestó que en el año 2019 la actividad informal en Ecuador fue de 46.7%; asimismo, expresa que entre la tasa de inversión productiva e informalidad existe poca relación. Para enfrentar el crecimiento de la informalidad, el gobierno debe de impulsar políticas públicas; que en coordinación con los gobiernos locales tanto los empresarios como los colaboradores obtengan una mejor participación. Por otro lado, también es importante resaltar que la OIT brinda asistencia técnica dividida en tres ejes que en conjunto buscan lograr la formalización de la economía, las cuales son: fortalecer las capacidades de los actores sociales, generar información para la adecuada toma de decisiones y el desarrollo de propuestas que aceleren el tránsito de la informalidad a la formalidad.

Quispe et al. (2018) observaron que la situación del sector informal en la República del Ecuador ha presentado un incremento del 55%. Este incremento se refleja ya que de los 266 comerciantes que desarrollan la actividad informal alrededor de los mercados en la ciudad de Riobamba, se halló que el 50% de comerciantes se dedica a la venta de frutas y verduras, el 24% a la venta de alimentos preparados, el 9.33% comercializa artículos para el aseo, el 8.67% ropa y el 8% vende artículos varios. También es importante resaltar que el 62.67% son comerciantes informales en un mercado fijo, y mientras que el 37.33% son informales están bajo la modalidad ambulancia.

Boly (2018) muestra que la formalización puede incrementar las ganancias brutas y el valor agregado. En tal sentido, se estudió y analizó a 1300 empresas cuyos



resultados destacan la necesidad de una combinación de políticas que reduzca el costo de registro, muestre los beneficios potenciales de la formalización y aumente aún más el atractivo del sector formal. Esta última estrategia podría implementar medidas de apoyo que facilite el acceso a un crédito; ayudaría a incrementar su base de clientes, publicidad, equipos modernos de producción, entre otros.

En el Perú, Ordoñez y Chapoñan (2020) mencionan que la cultura tributaria en la región Cajamarca, es baja según el 42.5% lo que muestra el desinterés de los comerciantes, solo el 37% paga puntualmente y el 37% tienen conocimiento de las infracciones y sanciones tributarias; por otro lado, un 26.3% muestran honestidad en el pago y declaración de sus tributos. Así mismo, en Chachapoyas, (Hinojosa, 2019) menciona que los contribuyentes en un 57% considera que pagar sus tributos no influye ni mejoran la calidad de vida de los pobladores y un 83.2% desconocía sobre qué pagos tributarios deben cumplir. Es importante resaltar que un comerciante formal incrementa sus posibilidades de llegar a más clientes, ya que demuestra confianza al emitir comprobantes de pago.

Además, el Perú, es un país que siempre ha tenido problemas, con respecto al incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, ya que la mayoría de las personas que se dedican a la comercialización optan por la informalidad por el simple hecho de no cumplir y asumir con sus obligaciones tributarias, o por desconocimiento. Por lo tanto, es prioridad para el estado promover la cultura tributaria; ya que, esto conlleva al logro del compromiso social, al bienestar colectivo, a la transparencia, respeto y justicia social, logrando que los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias.

En el Mercado Central de la ciudad de Chota, la informalidad es uno de los aspectos más preocupantes en este sector, si bien puede existir algún tipo de



formalización en sus puestos de venta, sin embargo, esto no indica que cumplan adecuadamente sus obligaciones tributarias, puesto que para poder subsistir frente a informales o la competencia, pueden optar por no registrar su real movimiento, es decir evaden parte de sus obligaciones.

Las causas de este problema en los comerciantes del Mercado Central de Chota es el poco conocimiento acerca de la cultura tributaria y poco interés en tomar conciencia con relación al cumplimiento responsable y transparente de sus obligaciones tributarias. Se observa también que las autoridades pertinentes a pesar de mostrar cierto interés en apoyar a los comerciantes, no se ha obtenido un éxito total ya que no se ha trabajado en mejorar su nivel de cultura tributaria.

De continuar con el problema, las consecuencias serían que los puestos de los comerciantes del Mercado Central de Chota sean clausurados, además de sanciones tributarias como multas por incumplimiento de sus obligaciones. Por tal motivo, es fundamental que tanto la SUNAT como las autoridades pertinentes implementen estrategias que ayuden y brinden información sobre la cultura tributaria a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, ya que con ello se reforzará el nivel de formalización.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta General

¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?

1.2.2. Preguntas específicas

- ¿Qué relación existe entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?



- ¿Qué relación existe entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?
- ¿Qué relación existe entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización de los comerciantes del Mercado Central en la ciudad de Chota, 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la relación entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.
- Analizar la relación entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.
- Analizar la relación entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H₁. La cultura tributaria se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₀. La cultura tributaria no se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.



1.4.2. Hipótesis específicas

- El conocimiento tributario se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.
- La actitud tributaria se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.
- Los valores tributarios se relacionan directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

1.5. Justificación

La investigación propuesta buscó mediante la aplicación de teorías y conceptos básicos de la cultura tributaria y la formalización explicar los hechos y las situaciones que se presentan, los cuales se encuentran relacionados a las variables de estudio y que tienen como elementos participes a los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, esto con la finalidad de contrastar diversos conceptos de las variables con la realidad.

De acuerdo a los objetivos de estudio, los resultados de la investigación permitirán generar recomendaciones que permitan dar soluciones concretas a los problemas que evidenciaron los comerciantes del Mercado Central de Chota con respecto a las variables cultura tributaria y formalización. Además, con los resultados evidenciados se tuvo la posibilidad de generar recomendaciones que permitan una difusión y un flujo de información referente a la formalización y la importancia de la cultura tributaria en la recaudación tributaria.



La investigación es un medio de información y de conocimiento de la cultura tributaria y de formalización de los comerciantes del Mercado Central de Chota, así como un mecanismo de revisión que permite a entidades estatales tomar decisiones que permita difundir la importancia de la tributación y de la formalización en el desarrollo del país.

La investigación es un medio de consulta para profesionales, estudiantes y personas interesadas en conocer la cultura tributaria y el grado de formalización de los comerciantes la ciudad de Chota, además permite a la tesista obtener el Título Profesional de Contador Público por la Universidad Nacional Autónoma de Chota.

1.6. Limitaciones

Los escasos recursos económicos para llevar a cabo el desarrollo del estudio y el tiempo que dispuso el tesista fue un factor limitante. Un factor limitante fue también, el poco interés de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota como participantes de la investigación, pero que fue solucionada mediante mecanismos de sensibilización sobre la importancia de la investigación.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Lozano y Licoa (2018) en Guayaquil – Ecuador, en su tesis “Cultura tributaria y su influencia en las estadísticas oficiales Sistema de Renta Interna [S.R.I.] zona 8 periodo 2015-2017”, cuyo objeto de estudio fue analizar si la cultura tributaria influye en las estadísticas oficiales S.R.I. La investigación se basó en el método deductivo, de un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, su muestra fueron 40 personas, a quienes aplicó como técnica la encuesta. Los resultados muestran que el 56% de los contribuyentes no cumplen con el pago de sus obligaciones tributarias, el 32% cree que la cultura tributaria es la sensibilización de cumplir con responsabilidad sus obligaciones, mientras que el 56% indicó que los mecanismos del S.R.I. incentivan la cultura tributaria. Se pudo concluir que si existe influencia de la cultura tributaria con las estadísticas del S.R.I., Según la prueba estadística de Kendall donde se obtuvo un coeficiente de 0.600 y una significancia de 0.000. Por tal motivo es importante generar en las personas valores tributarios ya que no solo es una obligación sino también una responsabilidad. Esta investigación sirve como antecedente por que estudia la cultura tributaria en los contribuyentes, lo cual guarda relación con el problema planteado en la presente investigación.

García (2017) en Guayaquil – Ecuador, en sus tesis “Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el Recreo” donde su objetivo fue describir la carencia de cultura tributaria en los empresarios informales ubicados en la ciudadela. La investigación fue no experimental, cuantitativa y de nivel descriptivo, con una muestra de 385 contribuyentes, se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento



el cuestionario. Dentro de los resultados obtenidos fueron que el 86.8% de los comerciantes si poseen RUC, el 76.3% de los comerciantes no entregan a todos sus clientes comprobantes de ventas y el 56.8% no llevan un registro de sus ingresos y egresos. Luego del análisis de los resultados, se concluyó que los contribuyentes de la ciudadela el Recreo desconocen temas tributarios, y que además de ello no cumplen responsablemente con sus obligaciones. En ese sentido se considera importante en la presente investigación porque describe la carencia de cultura tributaria en los contribuyentes, siendo el tema central de la investigación, ya que los comerciantes son informales por falta de cultura y conocimientos.

Ortega (2015) en Ambato – Ecuador, en su tesis “La cultura tributaria en los contribuyentes informales del Cantón Píllaro”, donde su objetivo general fue analizar la inadecuada cultura tributaria de los contribuyentes informales del Cantón Píllaro en el año 2013; Para el desarrollo de su investigación utilizó el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de nivel bibliográfica documental; trabajó con una muestra de 116 contribuyentes informales, y utilizó la técnica de la observación. Obtuvo los siguientes resultados: el 90.52% no conoce lo que es cultura tributaria, un 87.07% no conoce las leyes tributarias vigentes y el 71.55% sí desea que se realice una capacitación masiva sobre el tema de cultura tributaria. El autor pudo concluir que en el Cantón Píllaro no existe un buen conocimiento sobre cultura tributaria y es por ello que la mayoría de los contribuyentes de esta zona son informales. La falta de conocimiento es también un factor muy importante y determinante de la informalidad y es por ello que se debe brindar la información necesaria para que esta problemática vaya disminuyendo poco a poco y con ello en el país existan mejoras que beneficien a todos los ciudadanos. Esta investigación trata de la cultura tributaria en los contribuyentes informales, la cual muestra como la informalidad es causa del desconocimiento y la escasa cultura



tributaria, relacionándose de esta manera con lo que se pretende estudiar con la presente investigación.

Olortegui y Noriega (2021) en su tesis realizada en Rioja – Perú, establecieron como objetivo determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de las tiendas artesanales al nuevo régimen único simplificado – distrito de Rioja. 2018. Los resultados de la investigación fueron que, el 50% de artesanos casi nunca posee un nivel de cultura tributaria elevada, en 50% casi nunca ha existido formalización entre las tiendas artesanales, asimismo la conciencia tributaria, la educación cívico tributaria y la difusión como dimensiones de la investigación tuvieron una relación R de Pearson de 0.885, 0.926 y 0.909 respectivamente con la formalización, con una significancia de 0.000; además la variable cultura tributaria tuvo una relación de 0.987 y una significancia de 0.000 con la formalización lo que determinó una relación significativa entre variables. La metodología aplicada fue, aplicada de nivel descriptivo – relacional, de diseño no experimental con una población muestral de 22 artesanos a quienes se les aplicó un cuestionario. La investigación se contrasta con la investigación puesto que reconoce el grado de importancia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes y pequeñas empresas.

Ayala y Cori (2020), en su tesis efectuada en Moquegua – Perú, planteó como objetivo determinar la incidencia de la cultura tributaria en la formalización de las micro y pequeñas empresas del Centro Comercial Mossuto, Arequipa, año 2018. Los resultados de la investigación determinaron que, el nivel de cultura tributaria en un 51.7% es regular, la conducta o actitud tributaria es alta en 33.3% y el nivel de formalización es regular en un 60%. Con respecto al grado de relación de las variables se determinó que la cultura tributaria tiene una relación R de Pearson de 0.819 y una significancia de 0.000 con la formalización, además dimensiones de la investigación



como la conducta o actitud y los valores tributarios tienen una relación de 0.706 y de 0.458 respectivamente y una significancia de 0.000 con la formalización de los comerciantes. La metodología fue de tipo relacional de diseño no experimental, con una población de 71 comerciantes y una muestra de 60 de ellos a quienes se les aplicó como cuestionario. El estudio es contrastable a la investigación debido a que determina el grado de asociación de la conducta relacionada a las actitudes y los valores tributarios con la formalización factor elemental en el desarrollo de un estado.

Carranza (2020), en su tesis efectuada en Lambayeque – Perú, planteó como objetivo fue determinar el grado de incidencia entre el nivel de conocimiento tributario y la formalización de los microempresarios del mercado modelo de Chiclayo, periodo 2018. Los resultados de la investigación fueron que, los comerciantes en un 70% muestran un conocimiento tributario bajo, su formalización fue en un 69% baja y mediante la prueba estadística de regresión lineal, determinó que la relación entre el conocimiento tributario fue de 0.665 y su significancia de 0.000, lo cual determina qué; el conocimiento tributario y la formalización tienen una relación significativa. La metodología aplicada fue descriptiva relacional de diseño no experimental, con una población de 8000 microempresarios de los cuales 353 fueron la muestra y a quienes se les aplicó un cuestionario. Se reconoce de la investigación que el conocimiento tributario es un mecanismo elemental en el desarrollo de la formalización, siendo un factor elemental en el otorgamiento por parte del Estado de bienes y servicios a la ciudadanía de forma adecuada.

Huaynapata (2017) en Tacna – Perú, en su tesis titulada “Conocimiento de las normas tributarias y su influencia en la formalización del Mercadillo Túpac Amaru I de la ciudad de Tacna, Año 2015”, donde tuvo como objetivo general analizar la importancia del conocimiento de las normas tributarias y su influencia en la



formalización de los comerciantes del mercadillo Túpac Amaru I de la ciudad de Tacna, 2015. Para ello, desarrolló una investigación de tipo básica, de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional; trabajó con una muestra de 97 comerciantes de la ciudad de Tacna, la técnica de recojo de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados fueron que un 61.86% de comerciantes nunca han recibido algún tipo de charla por la SUNAT, un 64.95% no conoce los requisitos para obtener el Registro Único del Contribuyente [R.U.C], un 32.99% desconocen el tributo que se paga por emitir algún comprobante de pago y un 51.55% desconoce los beneficios de obtener el R.U.C. De lo que se concluyó mediante la correlación de Pearson que el conocimiento tributario se relaciona directa y significativamente con la formalización, con un $r = 0.590$ y valor p de 0.000. Por lo tanto, sirve como antecedente en la presente investigación porque tiene objetivos similares de medir la relación entre el conocimiento tributario y la formalización.

Apaza (2018) en Lima – Perú, en su tesis “La cultura tributaria y la formalización de las empresas mineras en el Perú” tuvo como objetivo establecer si la cultura tributaria, incide en la formalización de las empresas mineras en el Perú; la metodología fue no experimental, de tipo descriptivo y de nivel explicativo correlacional, su muestra fueron 384 trabajadores, aplicó la encuesta para recoger los datos. Los resultados obtenidos mediante la prueba chi - cuadrado fue de 124.57 y una significancia de 0.000, es decir que los conocimientos tributarios se relacionan significativamente con la formalización de las empresas; así mismo determinó que la conciencia tributaria se relaciona significativamente con la formalización con un valor chi - cuadrado de 146.69 y una significancia de 0.000; además, los valores, creencias y actitudes tributarias tienen relación significativa con la formalización, evidenciado con un valor chi - cuadrado de 171.90 y un p valor de 0.000. Finalmente llegó a concluir



que la cultura tributaria se relaciona significativamente con la formalización de las empresas, según en valor chi - cuadrado de 47.87 y una significancia de 0.000. Este antecedente es de gran importancia en la presente investigación, puesto que analiza dimensiones similares a las planteadas en la presente investigación.

Pérez (2017) en Jaén – Perú, en su tesis “Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de Julio – Jaén 2018”, en donde el objetivo general fue determinar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de julio de Jaén, 2018. La investigación fue no experimental transversal, de nivel descriptivo y correlacional y trabajó con una muestra de 40 comerciantes, a quienes se les aplicó como técnica de recolección de datos la encuesta. Obteniendo como resultados que un 54% de los comerciantes nunca ha asistido a escuchar charlas dictadas por SUNAT sobre información tributaria, un 39% a veces ha recibido la visita de un representante de SUNAT para guiarlo en el proceso de formalización y un 72% siempre piensa que ser formal y cumplir con las obligaciones tributarias es un deber cívico de todo ciudadano. Se pudo concluir con un Rho de Spearman de 0.400 y una significancia de 0.000 que la cultura tributaria tiene una relación significativa con la formalización de los comerciantes. Esta investigación sirve como antecedente ya que analizó y concluyó que efectivamente si las personas comprenderían que el cumplir con las obligaciones tributarias es como un deber cívico de formalización ya que beneficia a toda la población y al crecimiento del país.

Silva (2016) en Cajamarca – Perú, en su tesis “La cultura tributaria en la gestión de las Micro y pequeñas empresas formales en el Distrito de Celendín: Una estrategia de mejora”, el objetivo general de la investigación es analizar los factores que caracterizan la cultura tributaria de las Micro y Pequeñas Empresas en el Distrito de Celendín; con el propósito de establecer la relación con la Gestión Empresarial de las



unidades económicas en referencia; de tal manera que se pueda diseñar una estrategia de mejora. Para el desarrollo de la investigación se trabajó con una muestra de 41 propietarios de MYPES formales del distrito de Celendín de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados: un 58% conoce poco sobre los impuestos que paga, un 56% cree que los impuestos recaudados son mal utilizados por el Estado, y solo 20% es casi siempre responsable del pago de sus tributos. Llegando a concluir con la prueba chi – cuadrado con un valor de 14.103 y una significancia de 0.000, que la cultura tributaria se relaciona significativamente con la gestión de formalización de las Mypes, es decir que las personas con más cultura tributaria les facilita su gestión en la formalización de sus negocios. Relacionándose de esta manera con la presente investigación, puesto que asocia la cultura tributaria con el proceso de formalización de negocios, siendo objetivo planteado en este estudio.



2.2. Bases teóricas científicas

La teoría de disuasión

Fue propuesta por Allingham y Sandmo (1972) donde se indica que el deudor tributario o ciudadano examinan la correlación del costo-beneficio al cumplir con sus obligaciones tributarias, dentro de este análisis encuentran que la elusión fiscal les permite retrasar el pago de sus impuestos sin obtener una multa por ello incumpliendo así con sus deberes tributarios. Por otro lado, también existen personas que en su análisis optan por la no formalización porque debido a la poca información y conocimiento creen que se encuentran mejor siendo informales ya que no los podrán penalizar ni sancionar en caso se realice alguna infracción.

Esta teoría se relaciona con la variable de cultura tributaria, puesto que es un factor importante en el conocimiento que tienen los contribuyentes para cumplir con sus obligaciones, es decir que analizan si tienen un beneficio social al pagar sus impuestos; lo que no ocurre con personas que carecen de cultura tributaria que optan por la informalidad, y desconocen los beneficios de tributar ante la administración tributaria.

Teoría de Eheberg

Para Eheberg, la tributación es un principio que como tal no posee límite alguno, pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia de servir el interés general; es decir que el pago de los tributos es un deber que no requiere de un fundamento jurídico especial. La nación y el Estado, establecen las ofrendas de vida a todos los ciudadanos, sin necesitar algún fundamento jurídico especial; esto se considera como un axioma en el que cada persona o contribuyente debe de aportar a la comunidad para brindarle las fuerzas y



valores económicos esenciales para el bienestar general. (Eheberg, citado en Chávez, 1993).

Por tanto, la formalización es un requisito fundamental en el ambiente de los negocios, pues esto permitirá que los contribuyentes paguen sus impuestos, en pleno conocimiento que es un deber con el Estado y para el beneficio común y social a través de la inversión en proyectos públicos por parte de los gobiernos.

2.2.1. Cultura tributaria

A. Cultura

El término cultura, en palabras de Mollocondo (2017) proviene del latín cultura que en un principio se definía como: cultivo, agricultura e instrucción. A lo largo del tiempo, la definición de cultura adquirió un mayor número de atribuciones. Por su parte, Mendoza et al. (2016) afirma que la formación de la cultura se logra con el transcurso del tiempo y no de manera innata; este aprendizaje es obtenido de su entorno y se comparten valores, habilidades, creencias y conductas. De acuerdo con la Real Academia Española (2017), la cultura es el resultado final de todo el aprendizaje que adquiere un ser humano a lo largo de su vida; por ello es el conjunto de costumbres y estilos de vida, conocimientos dentro un tiempo o grupo determinado, entre otros.

B. Cultura tributaria

Para Mendoza et al. (2016) la cultura tributaria es la agrupación de valores, conocimientos y actitudes que son compartidos dentro de una sociedad relacionado y referenciado con la tributación y las leyes donde se rigen; esta conducta o comportamiento se refleja también con las obligaciones tributarias y su cumplimiento. La cultura tributaria según Gómez y Macedo (2014), es el grado



de información que poseen las personas en relación al sistema tributario y las funciones que cumplían.

Por su parte, Armas y Colmenares (2010) la conceptualizan como aquel acto en el cual las personas cumplen de manera anticipada con sus obligaciones y deberes tributarios; en vez de ser multados y obligados a cumplir con lo antes mencionado. De la misma forma, Pérez (2016), establece que la cultura tributaria es un conjunto de modos de vida, costumbres y conocimientos proyectados al cumplimiento de las obligaciones económicas con el Estado; tales obligaciones son destinadas al sostenimiento de las cargas públicas.

C. Características de la cultura tributaria

Armas y Colmenares (2010) indican que, las cualidades más resaltantes de la cultura tributaria es que de cierto modo está relacionada directamente con los seres humanos y sus valores, además de sus conocimientos y actitudes; esto será determinante para poseer una cultura eficiente y sostenible. Los autores también manifestaron que el tributo se encuentra vinculado a las leyes y normativas que involucren tanto los derechos y deberes de las personas en cuanto a temas tributarios.

D. Importancia de la cultura tributaria

La importancia de la cultura tributaria de acuerdo con Hernández y Zapata (2017), reside en la disminución la evasión tributaria, del trabajo informal y sobre todo de la corrupción debido a que esto implica a que el país no alcance a crear ni beneficios ni oportunidades en los diferentes servicios o necesidades de los ciudadanos; que exista una baja en la economía del país. Para ello es de vital importancia que se implemente y se proyecte educar a la población sobre temas



tributarios y que se les comunique en qué es lo que se está utilizando e invirtiendo con lo recaudado del pago de sus tributos.

Por otro lado, Roca (2008) afirma que es importante que los contribuyentes conozcan el propósito de la recaudación de los tributos y de las sanciones que recibirían al no cumplir con ello, pero desde una perspectiva pasiva ya que esto puede generar miedo en vez de motivar a los contribuyentes. Es por ello que el Estado debe comprometerse a informar a la población que desconoce sobre cultura tributaria; logrando que la población tenga un compromiso real y voluntario generando así una sociedad que fomente el cooperativismo y la democracia. Asimismo, para Méndez (2004) el objetivo de la cultura tributaria es que las personas que forman parte de una sociedad estén comprometidos y concientizados con el crecimiento de su país; ya que esto conllevará a que se distribuyan y ejecuten responsablemente los tributos recaudados para el bien de la comunidad en la que se encuentren.

E. Elementos de la cultura tributaria

Valero et al. (2009), afirman que dentro de la cultura tributaria existen dos partes esenciales que logran que se lleve a cabo la recaudación dentro de una sociedad que posteriormente será utilizado para el mejoramiento y crecimiento del país y de sus ciudadanos. En primer lugar, se encuentran a los ciudadanos o contribuyentes quienes son los que reciben el conocimiento y luego de procesarla según sus valores o principios otorgarán sus tributos e impuestos de acuerdo con las actividades en las que se desempeñan; en segundo lugar, está el gobierno o estado, que es la entidad que regula la gestión tributaria además de asegurar y brindar la atención respectiva a los ciudadanos sobre los temas referidos a la tributación y su distribución.



F. Ejes de la cultura tributaria

En la cultura tributaria existen tres ejes principales que son la información, la formación y la concientización de los contribuyentes, los cuales deben estar relacionados entre sí para poder obtener mejores resultados. (Valero et al., 2009)

Si los contribuyentes poseen una noción clara en cómo el sistema tributario y la Administración Tributaria destinan lo recaudado, el gobierno logrará que sus ciudadanos sean mucho más conscientes y cooperativos.

Lo que posibilita cultivar e incentivar a una cultura tributaria sostenible en cualquier lugar del país o del mundo, es la formación; ya que su propósito es educar y enseñar a la población, sean niños o adultos, acerca de este vital y esencial tema, se pretende lograr una mejor conciencia e identidad de las personas con su país.

Finalmente, la conciencia tributaria permite que las obligaciones tributarias sean cumplidas de manera voluntaria por parte de las personas o contribuyentes, pues es muy importante que las personas por iniciativa propia asuman esta responsabilidad ya que conlleva al beneficio del país; esto se logrará si los tres ejes trabajan en conjunto.

- Información tributaria

Representa el primer eje de la cultura tributaria cuya función más importante es cumplir y mantener informados a los contribuyentes sobre sus obligaciones y responsabilidades con el estado lo que traerá consigo un incremento positivo en su nivel de identidad. Gracias a este eje, los contribuyentes serán capaces de razonar sobre la gran importancia de cumplir



responsablemente con todas sus obligaciones tributarias, pues debido a ello, el estado brindará a la comunidad mejores servicios.

La SUNAT, es la encargada de administrar los tributos recaudados, el informe de los contribuyentes, así como cuáles y cuántos son los tributos recolectados. Gracias a ello, se logrará demostrar a la población la existencia de una gestión, ejecución y desarrollo transparente para todos los servicios de la comunidad. Asimismo, está encargada de transmitir esta información mediante un documento denominado Nota Tributaria (escrito o virtual), en el que se comunica a los contribuyentes sobre los temas tributarios.

Desde hace años en el Perú, García (2014), afirma que los peruanos desearon siempre que la gestión pública se transparente; este deseo no se ha podido realizar debido a que la corrupción daña y perjudica la iniciativa que las personas puedan tener. Esto se debe a los políticos quienes no dan un buen ejemplo y desmotivan a población a creer en su estado y en sus representantes.

- Formación tributaria

Cuando se habla sobre formación tributaria, para Delgado (2011), es aquel trabajo o función que se encuentra dirigida a los adultos debido a que deben ejecutar y realizar con responsabilidad todas sus obligaciones tributarias; si bien es cierto, los jóvenes no se encuentran obligados a cumplir con estas responsabilidades, es esencial formarlos para que en el futuro tengan conciencia tributaria ya que ellos contribuyen y son parte de la actividad económica del país. Su finalidad, es que se comunique a todos los contribuyentes y a los jóvenes sobre temas tributarios pues solo de esta forma, poseerán un verdadero compromiso con su sociedad y comunidad. Por ello,



Solórzano (2012), también manifiesta su gran importancia, ya que otorga un adecuado conocimiento a los contribuyentes sobre los temas tributarios que ellos necesitan poseer y obedecer y es el estado como las entidades encargadas quienes deben brindar este tipo de información que, además deberán transmitirla de manera correcta y eficiente. Si tal información no existe por parte del Estado, la población carecerá de conocimiento, información y orientación, lo que ocasionaría que se incrementen los índices de informalidad en el país.

- **Concientización tributaria**

De acuerdo con Las Heras (2001), si el gobierno y los ciudadanos no poseen identidad y cooperación entre ellos, la sociedad en la que viven será una que se encuentre en declive; esto es provocado, debido a que, si los miembros de esta sociedad no proporcionan al gobierno los suficientes fondos para poder planificar y ejecutar proyectos de mejora dentro de la comunidad o país, no se podrá ver reflejado ningún tipo de crecimiento.

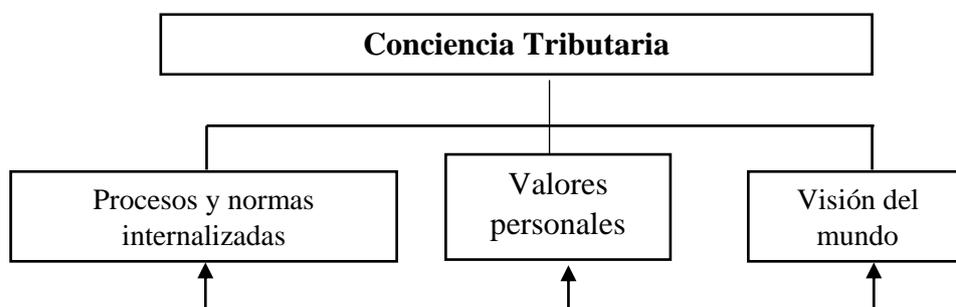
Los dos pilares más importantes de la concientización son: la trascendencia que radica en la persona y en cómo este se desarrolla en un grupo social logrando que el pago de sus impuestos sea útil, justo y necesario; y el aspecto social sobre el individual radica en que se considera a la persona como un evasora, es decir dentro de la sociedad es un miembro antisocial ya que con su manera de ser parecería estar en contra de su comunidad.

Por su parte, Bravo (2012) conceptualiza a la concientización como aquel conocimiento que todo ciudadano o contribuyente posee un sentido común y a través del tributo es que este conocimiento toma forma; además

manifiesta que dentro de la concientización tributaria encontramos dos dimensiones; el proceso, que tiene una relación con el contribuyente y su comportamiento frente a la acción tributaria y el contenido, que se refiere a la información, principios, valores, entre otros que posea el contribuyente. Se afirma también que la conciencia tributaria tiene como objetivo motivar e incentivar a las personas a cumplir con sus obligaciones financieras y a cooperar con su país.

Figura 1

Dimensiones de la conciencia tributaria



Nota. Dimensiones que posee la conciencia tributaria, las cuales son: procesos y normas sociales internalizadas, valores personales y visión del mundo. SUNAT (2013).

Quispe (2013) refiere que el Perú no posee un buen nivel de conciencia tributaria; por ello es necesario que los establecimientos que no cuenten con lo necesario para su funcionamiento o que no entreguen algún tipo de comprobantes de pago, deberían de recibir algún tipo de castigo; por tanto, es importante que exista una buena gestión y control por parte de la SUNAT.

Por otro lado, la conciencia tributaria, no es un elemento asociado a la razón económica; es decir actúa de forma diferente puesto que está relacionada de forma más personal con los contribuyentes y dependerá de los valores y la identidad que estos posean.



La SUNAT, debe estructurarse adecuadamente para lograr sus objetivos; pero también es de vital importancia que tenga en cuenta el eje de la conciencia tributaria puesto que, si se deja de lado, las labores serán insuficientes y no podrían cumplir con las metas proyectadas.

A raíz de ello, Bravo (2012) afirma que el incremento de conciencia tributaria será logrado si las condiciones en las que se establezcan son claras y precisas ya que con ello se podrá generar un impacto positivo en cuanto a las obligaciones tributarias y a la formalización. Para los contribuyentes este debe ser un acto de compromiso y de identidad con su gobierno y país. Para el autor, los peruanos tienen muy poco compromiso con respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias y esto se debe a que sienten que existe demasiada corrupción y que sus representantes políticos no cumplen ni mucho menos intentan realizar las obras o proyectos que alguna vez prometieron.

G. Conocimiento tributario

- Sistema tributario

La palabra recaudación, según Gil (2018), es esencial dentro del sistema tributario debido a que su objetivo es ser fuente de recursos para el Estado. En términos generales, en el Perú, el sistema tributario aplica dos tipos de impuestos que son: el IGV que promueve alrededor del 55% de los tributos recaudados en el Perú y el Impuesto a la Renta que proporciona un 30%, otros impuestos lo representan el 15%.

El Sistema Tributario para Chacón (2017) tiene ciertas reglas, normas y principios que son atribuidas a los tributos y que además la conforman



aquellas entidades, organizaciones, entre otras; que gestionan la relación que existe con la atribución de los tributos del país. Además, Bravo (2006) describe que el sistema tributario, es un conjunto de normas jurídicas que establecen tributos y regulan sus procedimientos y funciones.

- **Impuestos**

Cueva (s.f.), los impuestos son un tipo de tributo regidos por el sector público. Además, poseen la particularidad de no necesitar algún tipo de compensación directa por parte de la entidad encargada [SUNAT].

Para Flores (1946), para el Estado y otras autoridades de Derecho Público, los impuestos son prestaciones en dinero, que reclaman en virtud de su poder coactivo. Este reclamo puede ser en forma y cuantía determinada de manera unilateral y sin contraprestación especial con el único propósito de poder satisfacer las necesidades colectivas.

En el sector económico, los impuestos sí poseen importancia ya que es a través de ellos que se logra cumplir con los objetivos trazados. En un inicio los impuestos sólo cumplían con funciones específicas para el gobierno, pero en la actualidad también sirven para poder realizar otras actividades de mucha trascendencia (Cueva, s.f.).

- **Regímenes tributarios**

Para Bravo (2012), los generadores de renta de tercera categoría son aquellos ciudadanos, tanto naturales como jurídicos y que si un ciudadano desea iniciar con un negocio; primero debe realizar un análisis del régimen tributario que vaya de acuerdo con su negocio. Para ello es necesario que se evalúe las opciones que ofrece el Sistema Tributario del Perú y luego de ello elegir uno que le beneficie más.



La SUNAT (2017) afirma que, en estos últimos años para ayudar a los contribuyentes, los regímenes tributarios se han modificado con la finalidad de motivar al contribuyente a formalizarse; es por ello que con la iniciativa de querer ayudar y brindar mejores beneficios a los micros empresarios, se creó un nuevo régimen tributario.

Los regímenes tributarios de acuerdo con Estela (2002) se encuentran constituidos por aquellos tributos creados en el país y que estos deben brindar seguridad y que además deben regirse por principios fundamentales los cuales sirven de guía para el cumplimiento de los siguientes principios:

Neutralidad económica. - No se deben distorsionar la asignación de los recursos.

Simplicidad. - Que tanto el sujeto deudor como la base gravable sean identificados.

Universalidad. - Debe existir prudencia tanto en la materia de exoneración como en los incentivos.

Equidad real. - Deben pagar la misma proporción sobre sus recursos todos los agentes económicos que posean la capacidad de tributar.

En el año 2016, existía tres regímenes tributarios: el Nuevo Régimen Único Simplificado [NRUS], el Régimen Especial de Renta [RER] y el Régimen General de Renta [RG]; pero el 20 de diciembre del 2016; mediante el Decreto Legislativo N° 1269 se creó el Régimen MYPE Tributario [RMT].

Nuevo Régimen Único Simplificado [NRUS]

De acuerdo con SUNAT (2017), este nuevo régimen tributario fue creado para aquellos pequeños comerciantes; se direcciona a las personas



naturales que realicen ventas de servicios o de productos a consumidores finales; además este nuevo régimen tributario también está dirigido a aquellas personas que desempeñan un oficio. En el Nuevo RUS está permitido como comprobantes de pago, la emisión de boletas de venta y tickets.

El Nuevo RUS, posee 2 clases: la primera tiene la condición de que los ingresos y los egresos no pasen los S/60,000.00 anuales o los S/5,000.00 mensuales; el importe a cancelar de forma mensual es de S/20.00. La segunda clase posee la condición de que los ingresos y egresos no superen los S/96,000.00 anuales y S/8,000.00 mensuales; además el importe a abonar de forma mensual es de S/50.00. Se emite boletas de venta o tickets, el IGV se encuentra inmerso en la única cuota a cancelar y sus activos tiene que tener un valor de S/70,000.00.

Régimen especial

El presente régimen, se orienta a las pequeñas empresas que tengan como actividad la comercialización de bienes para adquirirlos o producirlos, así como la prestación de servicios. En este régimen tributario, pueden estar tanto las Personas Naturales como las Personas Jurídicas.

Los ingresos y egresos de los contribuyentes pertenecientes a este régimen especial, no pueden ser mayores a S/.525, 000.00 anuales; y se debe cancelar un importe mensual del 1.5% de los ingresos netos, más el 18% que corresponde al IGV. En cuanto a los comprobantes de pago se emiten cualquier tipo sin ninguna restricción.



Régimen MYPE tributario

Se orienta para las Medianas y Pequeñas Empresas, las que pueden ser: Personas Naturales, Personas Jurídicas, Sucesiones indivisas, Sociedades conyugales.

Este régimen al igual que el anterior permite que se acojan personas naturales como jurídicas, pero en este caso sus ingresos de forma neta no pueden ser mayores a 1700 UIT [Unidad Impositiva Tributaria], permite la emisión de todo tipo de comprobantes de pago y no tiene límite de compras.

El pago que se asume si no se supera las 300 UIT de ingresos netos anuales es del 1% de los ingresos, pero si se llegase a superar las 300 UIT en cualquier mes, se cancelará 1.5%, más el 18% correspondiente al IGV.

Régimen general

En este régimen, se pueden acoger las personas naturales y jurídicas; ya que no posee un límite de ingresos ni de compras elaboradas. En cuanto al importe a cancelar suele ser el 1.5% de los ingresos netos, más el adicional correspondiente al Impuesto General de Ventas [IGV]. En el régimen general, puede emitir todo tipo de comprobante de pago.

H. Actitudes tributarias

En el entorno tributario, la actitud es una observación subjetiva en cuanto a la manera de actuar, funcionamiento y la administración del sistema tributario. Generalmente, la actitud se conceptualiza o idealiza como un sentimiento general que puede ser favorable o no con relación a ciertos objetos o estímulos (Fishbein y Ajzen, 1975). Esta forma de sentir se considera a partir de las creencias sobre las consecuencias de realizar determinadas acciones o tratar con ciertos objetos



combinados con la evaluación de cada consecuencia (Méndez, 2011 y Davis, 1993).

Las creencias que las personas posean en cuanto a la tributación, sobre los funcionarios y entidades que las dirigen y controlan tendrán repercusión en su actitud, tomando como ejemplo en el Perú, la reputación del Estado y de otras instituciones se han condenado debido diversos acontecimientos como lo es la administración deficiente de recursos, actos de corrupción, enriquecimiento ilícito y también el poco aporte al desarrollo de la sociedad; esto ocasiona una actitud de resistencia frente a los programas y las normas que el gobierno de turno establezca (Silva, 2016). A pesar de que este escenario ya es grave, puede perjudicarse más cuando se tienen ineficiencias, se percibe injusticia y sobre todo la corrupción es la que eleva el comportamiento elusivo. Estas percepciones son y suelen ser justificaciones o excusas para el incumplimiento fiscal, además de ello, los contribuyentes evaden e incumplen con su responsabilidad tributaria para aumentar sus utilidades, justificando y argumentando sus acciones con la injusticia o la corrupción del sistema tributario (Giarrizzo y Scolnic, 2011).

I. Valores tributarios

En palabras de Niemirowski *et al.* (2003), los valores tributarios en materia tributaria brindan ayuda a la acreditación de las acciones pues son sostenidas y universales de amplia manera ya que establecen si los comportamientos son superiores que otros; por lo mismo también debe de reflejarse tanto en los funcionarios de las entidades gestoras de los tributos como en las personas o contribuyentes.



- **Responsabilidad:** Es la capacidad que poseen los seres humanos para demostrar los motivos que los impulsan a realizar una acción o actividad para luego responder a las consecuencias de los mismos. Por tal motivo es importante que los contribuyentes posean este valor ya que esto motivará la participación en sus obligaciones tributarias (Valero *et al*, 2010).
- **Honestidad y participación:** Los presentes valores se refieren a la diafanidad en cómo las personas o contribuyentes actúan, y a la autenticidad y puntualidad del cumplimiento de todas sus obligaciones o responsabilidades (Lindo y Palpán, 2011). Para Giarrizzo y Brudersohn (2013) existe una clasificación de contribuyentes de acuerdo con el nivel o grado de valores tributarios que presenten:

Sin valores tributarios: En este segmento se encuentran los contribuyentes que no reconocen como algo incorrecto la evasión de las obligaciones tributarias ya que no lo consideran como algo malo o incorrecto.

Valores tributarios débiles: Los que forman parte de este segmento perciben que es más o menos correcto cumplir con las obligaciones tributarias.

Valores tributarios fuertes: Se precisa que de no cumplir y respetar con todas las obligaciones tributarias esto es un hecho ilegal. En los dos primeros segmentos, es de esperarse que existan elevados índices de evasión debido a que se carece de suficientes valores que logren sustentar de manera correcta un accionar, sin embargo, en el tercer segmento no se puede definir si existe o no un bajo nivel de evasión ya que existen dos escenarios los cuales son: Valores tributarios manifiestos. Son donde los contribuyentes declaran tener o intuyen que se deberían de practicarse. Valores tributarios efectivos. Los



contribuyentes ponen en práctica sus valores en momentos reales. La aserción de los valores aludidos dependerá de las convicciones instruidas a raíz de la mezcla de información y experiencia del desempeño y de las acciones del estado. Este acto es como una consecuencia del cumplimiento permanente de las obligaciones tributarias (Armas y Colmenares, 2009).

J. Cumplimiento de obligaciones tributarias

Según Paredes (2014) es asumir de manera voluntaria las obligaciones tributarias, esto se relaciona directamente con la ética fiscal, que está formada por una variable denominada tolerancia al fraude, inscrita en la parte de valores y motivaciones internas de las personas. Es por ello que se recomienda realizar un breve análisis de la situación tributaria, del cumplimiento tributario y de la evasión tributaria, a través de metodologías de estudio basadas en encuestas sobre la conciencia tributaria, luego de ello, los resultados obtenidos servirán en la creación de programas que puedan contribuir al progreso de la situación.

2.2.2. Formalización

Arruñada (2010), la formalización es un principio que corrige cualquier tipo de fallo del mercado. Por otro lado, la formalización considerando el plano fiscal, permite al Estado brindar bienes públicos sobre todo aquellas instituciones jurídicas y de seguridad. Asimismo, contribuye a que las empresas antes de iniciar con sus actividades comerciales posean su licencia donde se controle las medidas de seguridad necesarias no solo para los aportes al Estado sino por el bienestar de los colaboradores, de la sociedad y del medio ambiente dependiendo de las actividades que realizarán en el mercado.



A. Dimensiones de formalización comercial

Para la OIT (2014), las dimensiones para la formalización son:

- **Productividad:** Se determina como la capacidad que toda organización y/o comerciantes poseen. El grado o nivel de productividad de una empresa, además de ser muy esencial, determina e influye en el camino para la formalización.
- **Normas:** Dentro de la presente dimensión pueden examinarse y analizarse las experiencias mediante tres ámbitos, que son: La capacitación, donde su propósito es mejorar y aumentar toda información relacionado a los contribuyentes, debido a que gran parte de ellos no poseen los conocimientos suficientes en cuanto a lo que significa la formalización. La simplificación, que puede ser de procesos y regulaciones ayudan en la agilización de los trámites o papeleos que requiere el proceso de formalización; finalmente el diálogo social, contribuye a la sustentabilidad y legitimidad de las diversas modificaciones que pueden presentarse en las regulaciones y las normas.
- **Incentivos:** Se justifica y se enfatiza sobre los beneficios y el costo que trae consigo el proceso de la formalización.
- **Fiscalización:** En esta dimensión, se manifiesta la importancia de elaborar campañas de sensibilización y de cultura; ya que ellas permitirán el fortalecimiento de las capacidades de inspección y supervisión.

B. Licencia de funcionamiento

La licencia municipal es un permiso o autorización para ejecutar en un determinado establecimiento, todo tipo de actividad económica comercial, industrial o de servicio (Instituto Nacional de Defensa Civil [INDECI], 2012).



Tabla 1

Requisitos para la licencia de funcionamiento

Requisitos	Persona Natural	Persona Jurídica
Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada que incluya N° de RUC y DNI o carnet de extranjería del solicitante; DNI o carnet de extranjería del representante legal que actúe mediante representación.	✓	✓
Carta Poder con firma legalizada en caso de representación del titular.	✓	
Vigencia del poder del representante legal en caso de representación del titular.		✓
Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, para establecimientos de 100 m^2 .	✓	✓
Certificado de Inspección Técnica de Detalle o Multidisciplinaria para establecimientos mayores 500 m^2 .	✓	✓
Requisitos adicionales		
Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.	✓	✓
Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a la ley la requieran, antes del otorgamiento de la licencia de funcionamiento.	✓	✓

Nota. La figura mostrada indica los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento (INDECI, 2012).

C. Registro único de contribuyente [RUC]

Este certificado facilita la identificación e individualización de los contribuyentes tanto físicos como jurídicos que obtengan fines tributarios.



Asimismo, contribuye a que la administración tributaria obtenga un adecuado y mejorado control tributario (SUNAT, 2013).

La principal característica del RUC es individual e irrepetible; también se puede resaltar que está conformado por once dígitos que guardan relación al tipo de contribuyente. Luego de lo mencionado se puede expresar que, en el caso de las personas naturales, los dígitos que se anteponen son el 1 y 0 seguidos del número de DNI, luego de ello la SUNAT destina aleatoriamente un número que se sujetará a la provincia en la que el contribuyente se encuentre. Por otro lado, también se incluye toda información o datos personales como el domicilio tributario, número de teléfono, correo, la actividad económica que realizará, las obligaciones tributarias que deberán cumplirse, entre otros.

Para que las personas ya sean naturales o jurídicas, puedan empezar con sus actividades económicas eventualmente, es una obligación contar con el RUC. A pesar de ello, se pueden encontrar ciertas excepciones como lo son el caso de las personas que reciben remuneraciones solo por su labor realizada; es decir aquellas que tengan una relación dependiente y otra de las excepciones es que las personas debido a su nivel de rusticidad no puedan inscribirse.

Actualmente, el RUC facilita y ayuda a la realización de trámites de índole tributaria como lo son la emisión de facturas y boletas, la declaración de los impuestos, la emisión de recibos por honorarios, todo ello y más mediante el uso del internet; evitando también las sanciones que pueden tener los contribuyentes al no poder efectuar a tiempo su declaración de impuestos. Gracias al RUC, los contribuyentes podrán requerir su autorización para el



SRI y para su emisión de facturas claro que ello dependerá de la actividad o rubro económico registrado, permitiendo la venta de bienes o servicios (Pérez, 2014).

- Inscripción del RUC

La obtención del RUC se efectúa a través de los Centros de Servicios al Contribuyente, siendo los documentos los siguientes:

Tabla 2

Requisitos para la inscripción de empresas

Requisitos de inscripción para empresas	
Persona Natural con negocio	Persona Jurídica
Si la dirección que a registrar es la misma que figura en el DNI	Si la dirección que ha de registrar no es la misma que figura en el DNI
Exhibir el original del DNI	DNI del representante legal Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta días calendario. Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.

Nota. Requisitos fundamentales para la inscripción al RUC. SUNAT (2013)

D. Comprobantes de pago

Los comprobantes de pago son aquellos documentos que certifican todas las transferencias, entregas y prestaciones de bienes o servicios que efectúan las personas. Además, deben ser efectuados e impresos de acuerdo



a la norma del Reglamento de los Comprobantes de Pago (Resolución de Superintendencia N° 007-99-SUNAT)

- **Facturas:** son emitidas cuando las personas u organizaciones necesitan acreditar un costo o un gasto para valor tributario, además de argumentar el pago del IGV. También se emiten en aquellas operaciones sujetas al Nuevo RUS (Registro Único Simplificado), entre otras.
- **Boletas de venta:** Respaldan la transferencia, entrega o prestación de bienes o servicios a los consumidores finales o de aquellos que efectúen sus operaciones sometidas al nuevo RUS. Este comprobante de pago no detalla impuestos y además consignan el importe de las ventas; pero no brinda un derecho de crédito fiscal ni se puede emplear para sustentar algún costo o gasto de efecto tributario.
- **Ticket o cinta emitida por máquina registradora:** Es emitida mediante una máquina registradora la cual ha sido declarada ante la SUNAT, es utilizada en aquellas operaciones con consumidores finales como por ejemplo los supermercados, tiendas comerciales, panaderías, entre otros.



2.3. Bases normativas

La normativa vinculada a la investigación es:

a) **Ley Nro. 28015. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.**

La finalidad de la normativa es la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno [PBI], la ampliación del mercado internacional y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria. En la normativa se indica a una MYPE como aquella microempresa con una cantidad de uno a diez colaboradores y la pequeña empresa de uno a 50 colaboradores con una venta anual máxima de 150 UIT para la primera y para la segunda de hasta 850 UIT.

b) **Decreto Legislativo Nro. 1409. Decreto que promueve la formalización y dinamización de micro, pequeña y mediana empresa mediante el régimen societario alternativo denominado sociedad por acciones cerrada simplificada.**

El decreto legislativo establece la creación del régimen de Sociedad por Acciones Cerrada Simplificada, la cual tiene por fin promover una alternativa de formalización de actividades económicas de las personas naturales e impulsar con ello el desarrollo productivo y empresarial de la micro, pequeña y mediana empresa. La SACS se establece como aquel mecanismo que permite la formalización de las empresas. En tal sentido, este proceso se efectuará por medios electrónicos y web de la SUNARP y las entidades estatales idóneas para este proceso.



2.4. Definición de términos básicos

2.4.1. Contribución

Consecuencia de los tributos que se han originado, que beneficia la realización y ejecución de obras públicas (García, 2018).

2.4.2. Contribuyente

Persona o sujeto que posee una obligación sustancial (García, 2018).

2.4.3. Costo

Es un gasto o desembolso de dinero con el fin de adquirir un activo (García, 2018).

2.4.4. Impuesto

Es un tributo cuya imposición es denominada legalmente sin contemplar la realización de una actividad administrativa (Gonzáles, 2011).

2.4.5. Ley

Es aquella declaración dictada por el Congreso de la República; a través de la cual se permite, ordena o prohíbe una acción (García, 2018).

2.4.6. Liquidez

Es la facilidad que posee una persona dueña de un título o activo, para la transformación del mismo en dinero (García, 2018).

2.4.7. Mercado

Es el lugar en el cual se realizan transacciones de compra y venta de bienes o servicios (García, 2018).



2.4.8. Obligaciones

Compromiso de las personas a reconocer pagos u otra prestación o entrega (García, 2018).

2.3.9. Sostenibilidad

Es el equilibrio entre lo social, económico y ambiental velando siempre por el bienestar futuro de las personas u organizaciones (Gonzáles, 2018).

2.3.10. Tributo

Obligación impuesta al ciudadano de manera legal, en la que se le exige un pago ante una entidad pública (Gonzáles, 2011).



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Método de investigación

Los métodos de investigación que conformaron la investigación fueron:

- **Deductivo:** De acuerdo a Bernal (2010), la investigación se sustenta en el marco teórico para efectuar aseveraciones y conclusiones. En la investigación el marco teórico permitió generar conclusiones referentes a la cultura tributaria y la formalización, así como explicar el grado de asociación entre variables.
- **Hipotético – Deductivo:** Conforme a Bernal (2010) en la investigación se plasma hipótesis con el fin de comprobar su veracidad. En la investigación se plantearon hipótesis que fueron contrastadas a través de las pruebas estadística establecida.
- **Analítico – sintético:** Según Bernal (2010), la investigación se descompone en dimensiones e indicadores con la finalidad de evaluar a cada una de las variables. En la investigación las variables cultura tributaria y la formalización fueron descompuestas por dimensiones e indicadores para efectuar un análisis correcto de los elementos de estudio.

3.2. Tipo de investigación

La investigación fue:

- **Tipo:** La investigación fue básica, porque de acuerdo a Hernández et al. (2014) se busca generar nuevos conocimientos. En la investigación se generó conocimientos relacionados a la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de Chota.

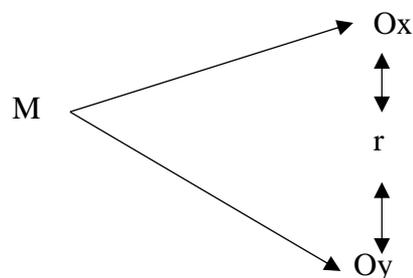
- **Alcance:** De acuerdo a este punto la investigación fue descriptiva – relacional. Según Hernández et al. (2014) la investigación descriptiva permite describir las características de un fenómeno o de un hecho mientras que la investigación relacional busca establecer el grado de asociación entre variables de estudio. En la investigación se describió las características de las variables cultura tributaria y formalización, además de identificar el grado de asociación.
- **Enfoque:** La investigación fue de enfoque cuantitativo. Según Hernández et al. (2014) el enfoque cuantitativo permite el estudio de las características o de hechos a través de un análisis numérico y estadístico. En la investigación las variables de cultura y formalización fueron analizadas a través de bases numéricas.

3.3. Diseño de investigación

La investigación tuvo como diseño el no experimental transversal, debido a que se observará y examinará la información en un solamente un momento. Para Hernández et al. (2014), el diseño transversal se refiere a la recolección de los datos en un tiempo y momento específico; cuya finalidad es explicar y analizar cada variable para hallar su relación y repercusión.

Figura 2

Esquema del diseño de investigación



Donde:

M: Muestra de la población.

Ox: Cultura tributaria



r: coeficiente de correlación.

Oy: Formalización

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de las variables de investigación

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Cultura tributaria	La cultura tributaria es la agrupación de valores, conocimientos y actitudes que son compartidos dentro de una sociedad relacionado y referenciado con la tributación y las leyes donde se rigen; esta conducta o comportamiento se refleja también con las obligaciones tributarias y su cumplimiento (Mendoza et al., 2016).	Conocimiento tributario	Sistema tributario Impuestos tributarios Regímenes tributarios
		Actitudes tributarias	Implementación de cursos tributarios Influencia de la formación en la cultura tributaria Responsabilidad tributaria
Formalización	La formalización es un principio que corrige cualquier tipo de fallo del mercado. Por otro lado, la formalización considerando el plano fiscal, permite al Estado brindar bienes públicos sobre todo aquellas instituciones jurídicas y de seguridad (Arruñada, 2010).	Valores tributarios	Cumplimiento de las obligaciones tributarias Honestidad en el pago de tributos
		Productividad	Número de ventas Capacitación
		Normas	Simplificación Dialogo social
		Incentivos	Beneficios
		Fiscalización	Campañas de sensibilización



3.5. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis y unidad de observación

3.5.1 Población

Según Malhotra (2015), define como población a un grupo de objetos o individuos los cuales poseen información importante para el ejecutor o autor pues de la información recolectada depende el éxito de la investigación. Malhotra afirma también que la población con la que el investigador decida trabajar debe tratarse de forma minuciosa.

La población de la presente investigación estará conformada por todos 278 comerciantes del Mercado Central del distrito de Chota, según el reporte brindado por la Municipalidad Provincial de Chota en el año 2021.

3.5.2 Muestra

Hernández et al. (2014) señalan que, se le denomina muestra a una pequeña parte de la población, la cual es muy importante en la investigación pues ayuda al investigador a descubrir datos relevantes que le permitirán cumplir con sus objetivos. En ese aspecto la muestra de la investigación fue:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$
$$n = \frac{278 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(278-1) \cdot 0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$
$$n = 161$$

3.5.3 Muestreo

El muestreo que se utilizó en la investigación fue el muestreo probabilístico, específicamente el muestreo aleatorio simple. Según Hernández et al. (2014) en este tipo de muestreo se selecciona al azar elementos de la población



de acuerdo a la muestra determinada, y en la que cada uno de los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidas.

3.5.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis fueron los comerciantes del Mercado Central del distrito de Chota.

3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.6.1. Técnica de recolección de datos

A. Encuesta.

La investigación empleó como técnica la encuesta. Según Malhotra (2015), esta técnica esencialmente se fundamenta en el interrogatorio de individuos a los cuales se les aplica una serie de interrogantes relacionadas a sus actitudes, intenciones, motivaciones, entre otros, así como también sobre sus características de estilo de vida y demográficas.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

A. Cuestionario.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario. Según Bernal (2010), el cuestionario es un instrumento conformado por un conjunto enumerado de preguntas las cuales están diseñadas para recolectar los datos más relevantes y necesarios que ayudarán a alcanzar los objetivos de la investigación. El cuestionario empleado estuvo conformado por 11 preguntas de la variable cultura tributaria y 9 preguntas de la variable formalización elaboradas de acuerdo a los indicadores que se han definido mediante la operacionalización de las variables. La confiabilidad de los



instrumentos se determinó por Alfa de Cronbach, siendo los resultados los que se muestra a continuación:

Tabla 4

Estadística de fiabilidad de la variable cultura tributaria

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.859	0.881	11

Nota. Datos obtenidos del procesamiento del cuestionario mediante SPSS versión 26.

Tabla 5

Estadística de fiabilidad de la variable formalización

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.821	0.845	9

Nota. Datos obtenidos del procesamiento del cuestionario mediante SPSS versión 26.

La fiabilidad de los instrumentos fueron para la variable cultura tributaria de 0.859 y para la variable formalización de 0.821 lo que refleja que le nivel de confiabilidad para ambos cuestionarios es alto y fiable.

3.7. Procesamiento y análisis de datos

Para llevar a cabo el respectivo análisis de los datos recolectados en la encuesta aplicada a los comerciantes del Mercado Central del distrito de Chota, se empleó un software estadístico [SPSS versión 26], el cual permitió la creación de tablas y figuras, las cuales fueron esenciales en la investigación, además permitió efectuar la contrastación de la hipótesis planteada. A la par del software estadístico se usó la hoja



de cálculo [Microsoft Excel 2016] con el fin de obtener una mejor presentación de los ítems a nivel descriptivo.

3.8. Aspectos éticos y rigor científico

El Reporte Belmont establece que toda investigación debe poseer principios éticos que aseguren su adecuada elaboración como:

- Respeto hacia las personas. Referido en primer lugar a que todas las personas merecen ser tratadas como seres independientes y, en segundo lugar, todos tienen el derecho a la seguridad y protección.
- Beneficencia. Relacionada con actos de bondad y de caridad que van más allá de la obligación estricta. Se trata a las personas de manera ética no solo respetando sus decisiones y protegiéndolas de daño, sino también esforzándose en asegurar su bienestar.
- Justicia. La justicia es tratar a todos por igual sin excepciones permitiéndole en la investigación su participación.

CAPÍTULO IV

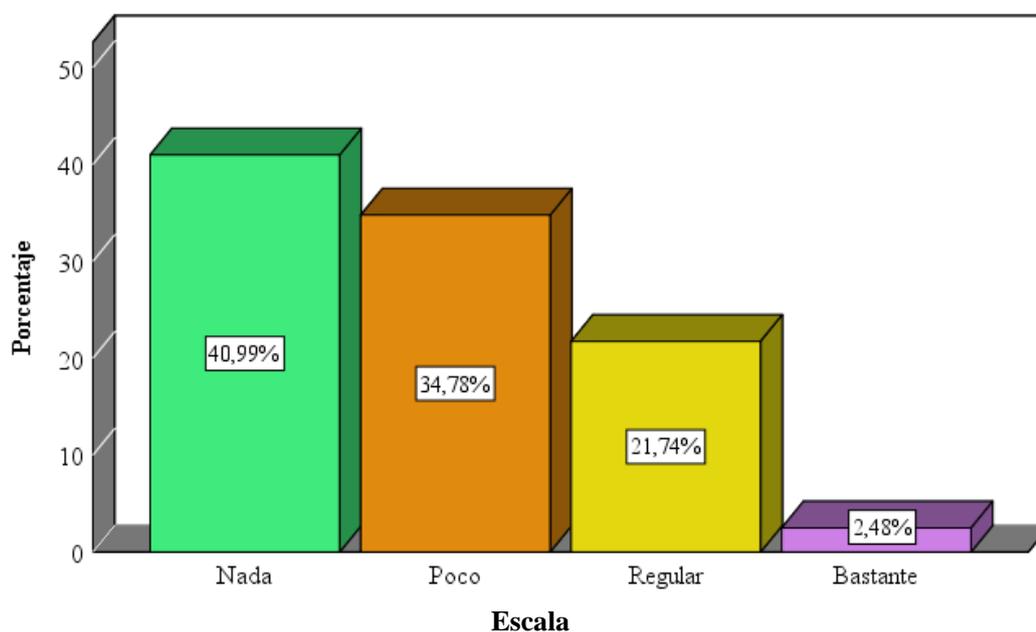
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

A. Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota

Figura 3

Conocimiento del sistema tributario



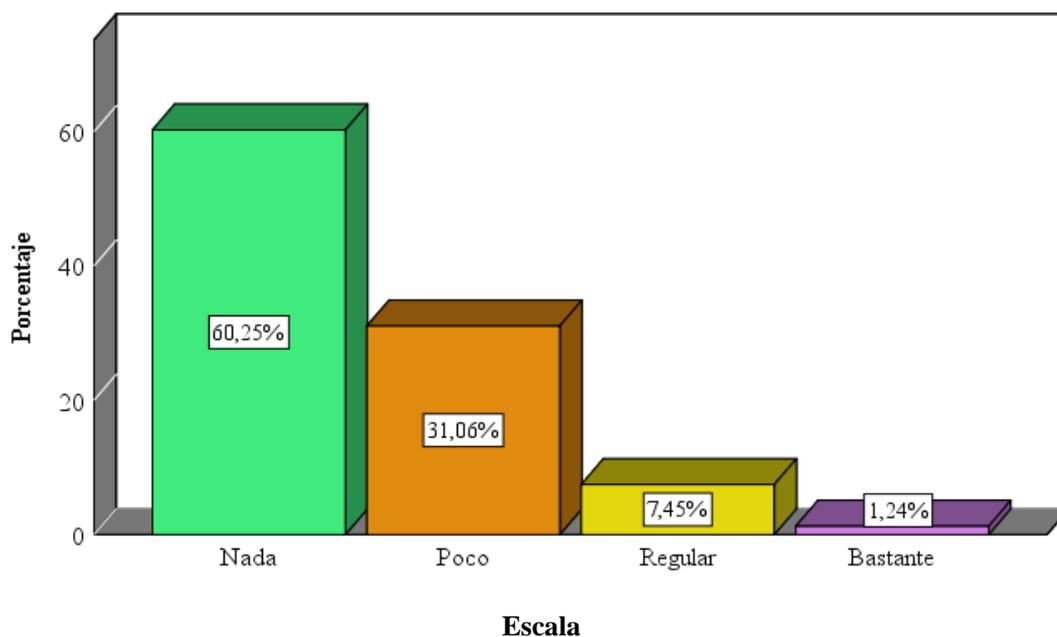
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 12 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 3 se observa que el 40.99% de los encuestados no conocen nada del sistema tributario, el 34.78% conoce poco, el 21.74% regular y sólo el 2.48% consideró que conocen bastante del sistema tributario. Lo que implica que los comerciantes del Mercado Central de Chota desconocen el sistema tributario, y la normativa tributaria establecida para regulación de sus actividades.

Figura 4

Conocimiento de los deberes y derechos tributarios



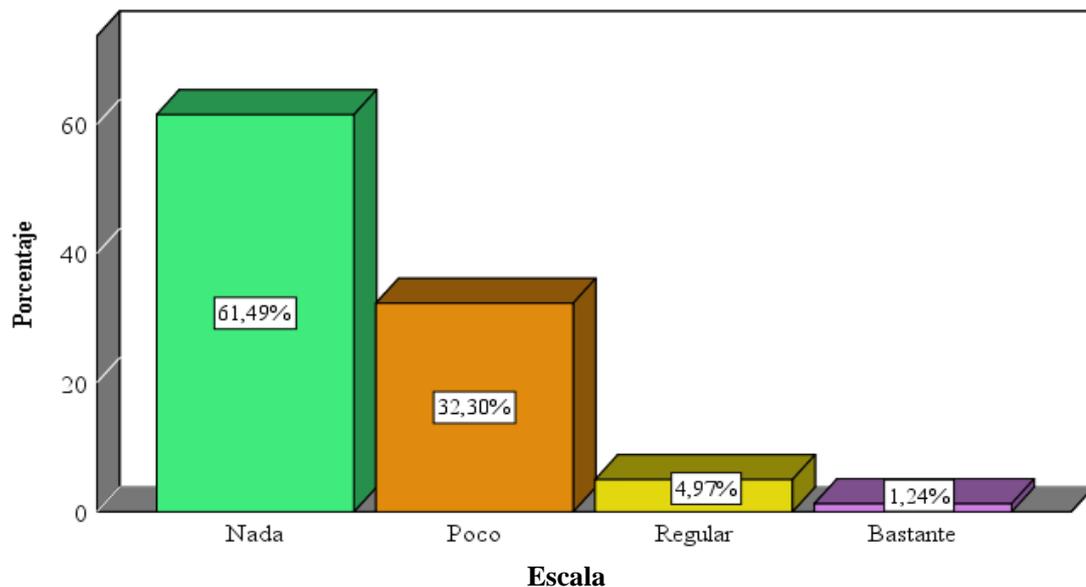
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 13 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 4 se observa que el 60.25% de los encuestados no conocen nada de los deberes y derechos tributarios, el 31.06% conoce poco, el 7.45% regular y sólo el 1.24% mencionaron que conocen bastante sus deberes y derechos tributarios. Lo que indica que los comerciantes del Mercado Central de Chota, no tienen conocimiento sobre sus deberes y derechos tributarios que tienen al ejercer una actividad económica.

Figura 5

Conocimiento de los regímenes tributarios



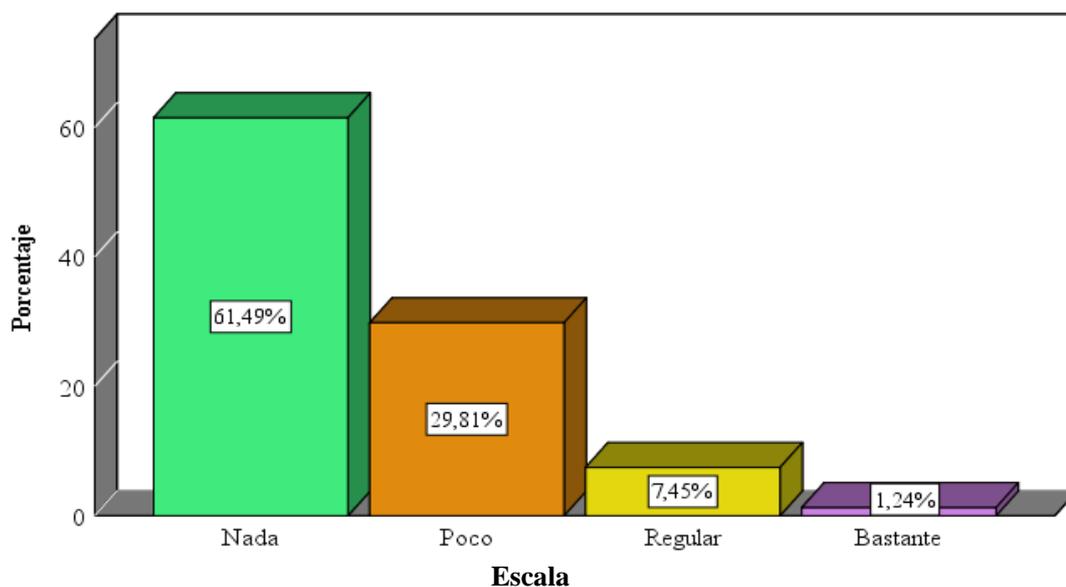
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 14 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 5 se observa que el 61.49% de los encuestados no conocen nada de los regímenes tributarios, el 32.30% conoce poco, el 4.97% regular y sólo el 1.24% mencionaron que conocen bastante sobre los regímenes tributarios. Lo que indica que, los comerciantes del Mercado Central de Chota, no están informados sobre los regímenes tributarios que establece la administración tributaria para tener un control sobre sus actividades empresariales que realizan.

Figura 6

Conocimiento del régimen tributario en el que se encuentra



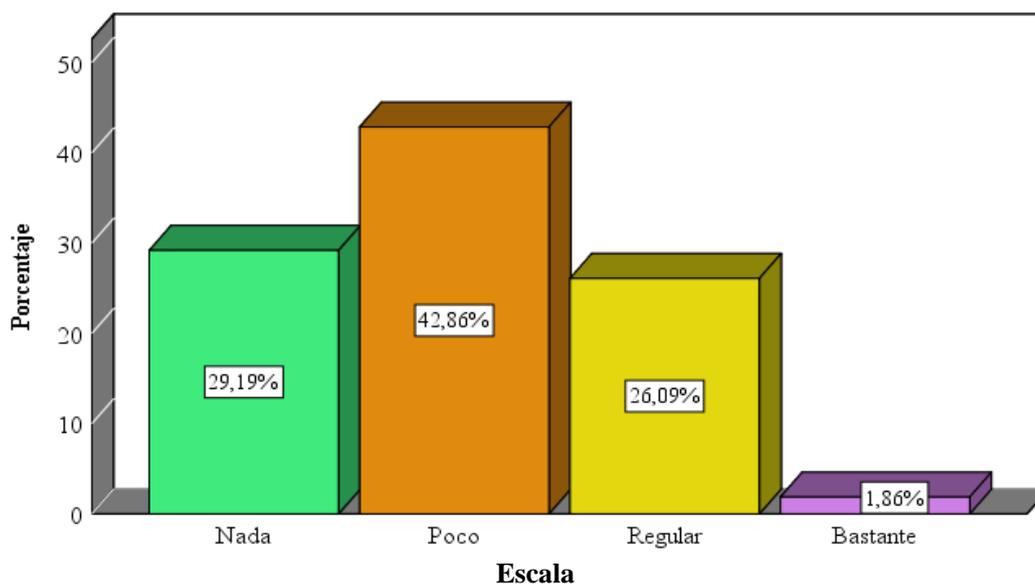
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 15 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 6 se observa que el 61.49% de los encuestados no conocen nada del régimen tributario en el que se encuentran, el 29.81% conoce poco, el 7.45% regular y sólo el 1.24% mencionaron que conocen bastante del régimen tributario en el que se encuentran. Esto demuestra que los comerciantes del Mercado Central de Chota, no saben sus obligaciones tributarias que tienen que cumplir, ya que cada régimen establece los deberes tributarios de acuerdo a las actividades realizadas.

Figura 7

Conocimiento sobre impuestos



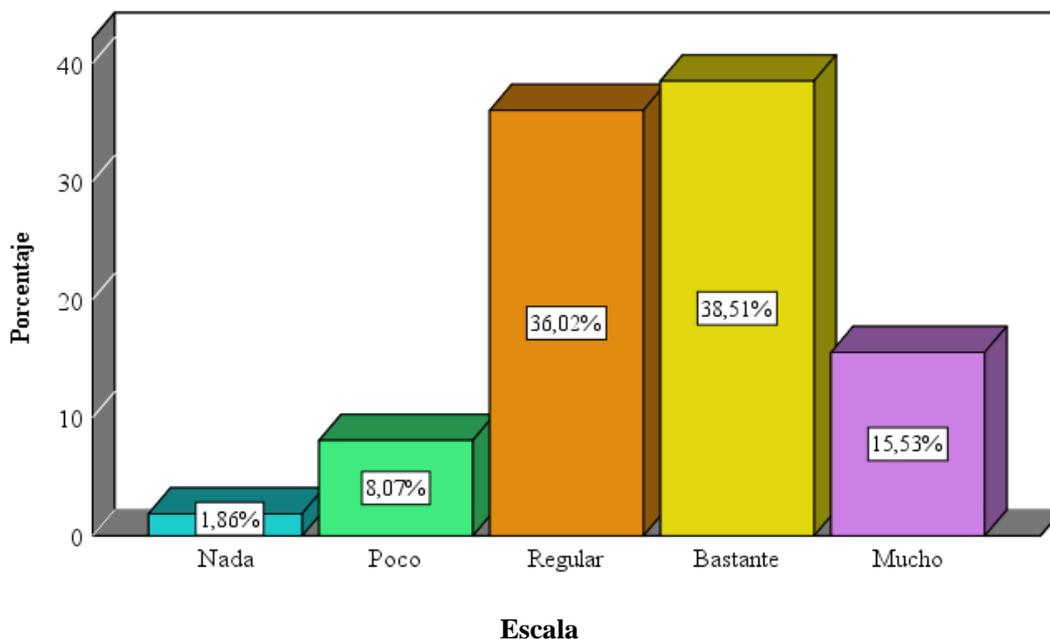
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 16 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 7 se observa que el 42.86% de los encuestados conocen poco sobre impuestos, el 29.19% no conoce nada, el 26.09% regular y sólo el 1.86% consideró que conocen bastante sobre impuestos. Esto demuestra que los comerciantes del Mercado Central de Chota, no tienen suficientes conocimientos de las obligaciones que tienen de pagar impuestos como el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto a la Renta por realizar actividades de comercio.

Figura 8

Información de la SUNAT para el uso de los impuestos



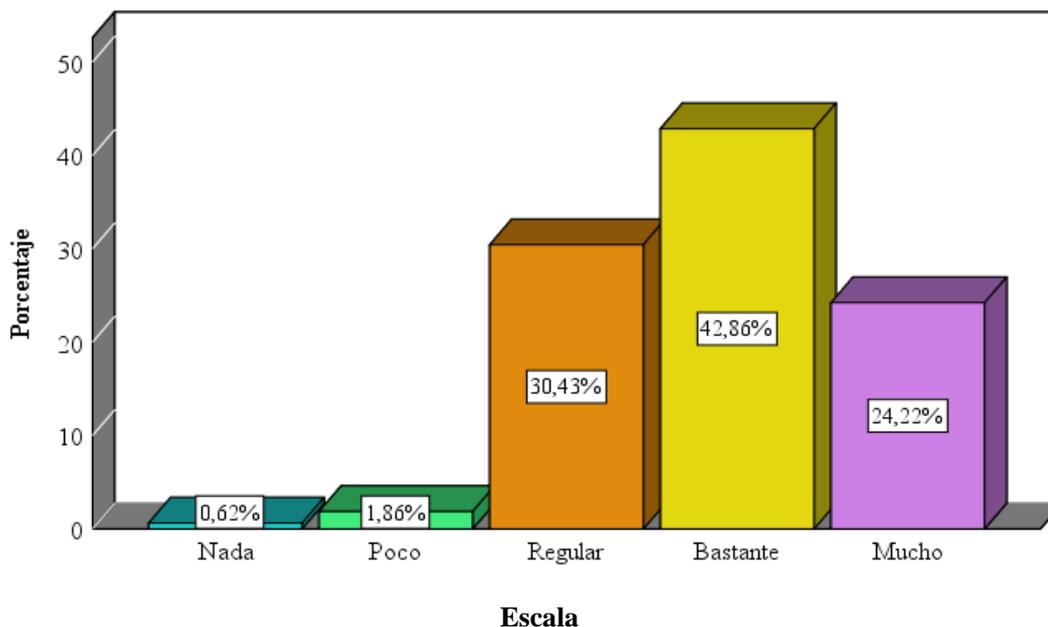
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 17 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 8 se observa que el 38.51% de los encuestados consideran que la SUNAT brinda bastante información para el uso de impuestos, el 36.02% dijo que regular, el 15.53% que mucho, el 8.07% que poco y sólo el 1.86% consideró que la SUNAT no brinda nada de información sobre el uso de impuestos. De esto se infiere que la información que brinda la SUNAT sobre impuestos no es suficiente para que los comerciantes del Mercado Central de Chota, comprendan el beneficio social que estos generan.

Figura 9

Los cursos de formación tributaria conllevan a estar informados



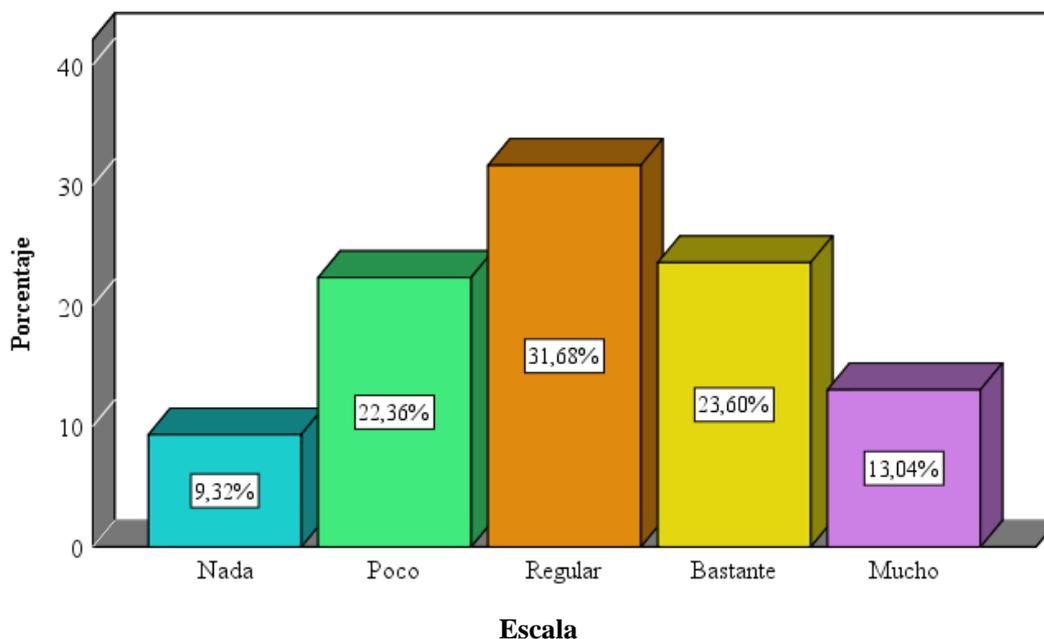
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 18 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 9 se observa que el 42.86% de los encuestados consideran que bastante los cursos de formación tributaria conllevan a estar informados, el 30.43% dijo que regular, el 24.22% que mucho, el 1.86% que poco y sólo el 0.62% consideró que los cursos de formación tributaria nada conllevan a estar informados. De esto se infiere que los cursos que brindan las entidades en temas de tributación no son muy efectivos para que los comerciantes del Mercado Central de Chota se actualicen en temas tributarios.

Figura 10

La conciencia tributaria ayuda a cumplir con el pago de impuestos



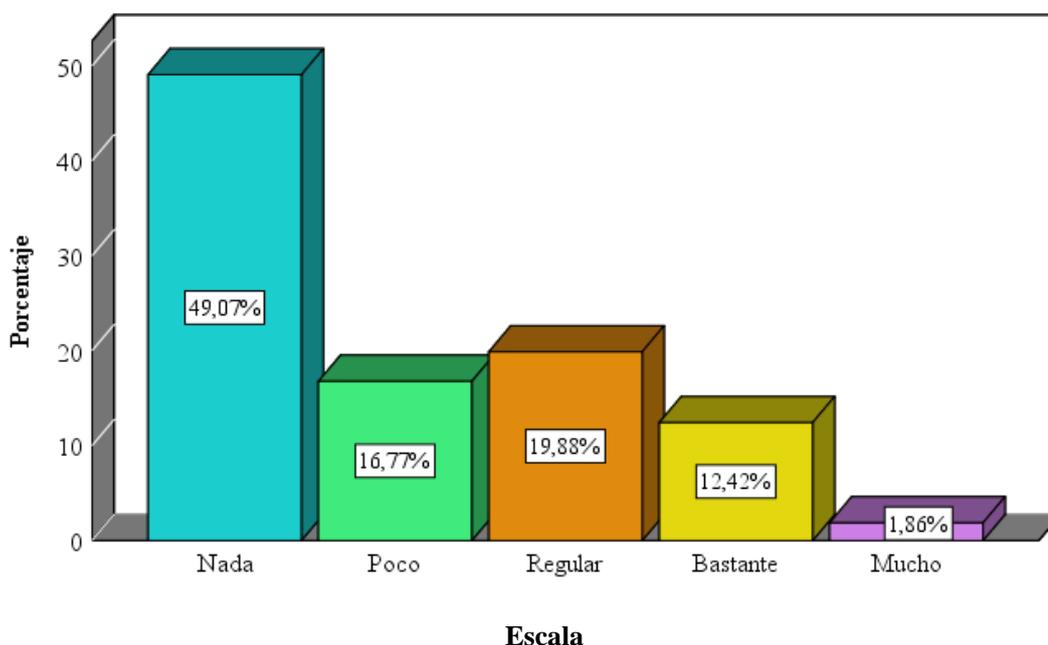
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 19 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 10 se observa que el 31.68% de los encuestados consideran que la conciencia tributaria ayuda a cumplir con el pago de impuestos de forma regular, el 23.60% dijo que bastante, el 22.36% que poco, el 13.04% que mucho y sólo el 9.32% consideró que nada. De la cual se deduce que los comerciantes del Mercado Central de Chota carecen de una buena conciencia tributaria para cumplir voluntariamente con sus deberes tributarios.

Figura 11

Responsabilidad para declarar y cumplir con el pago de impuestos



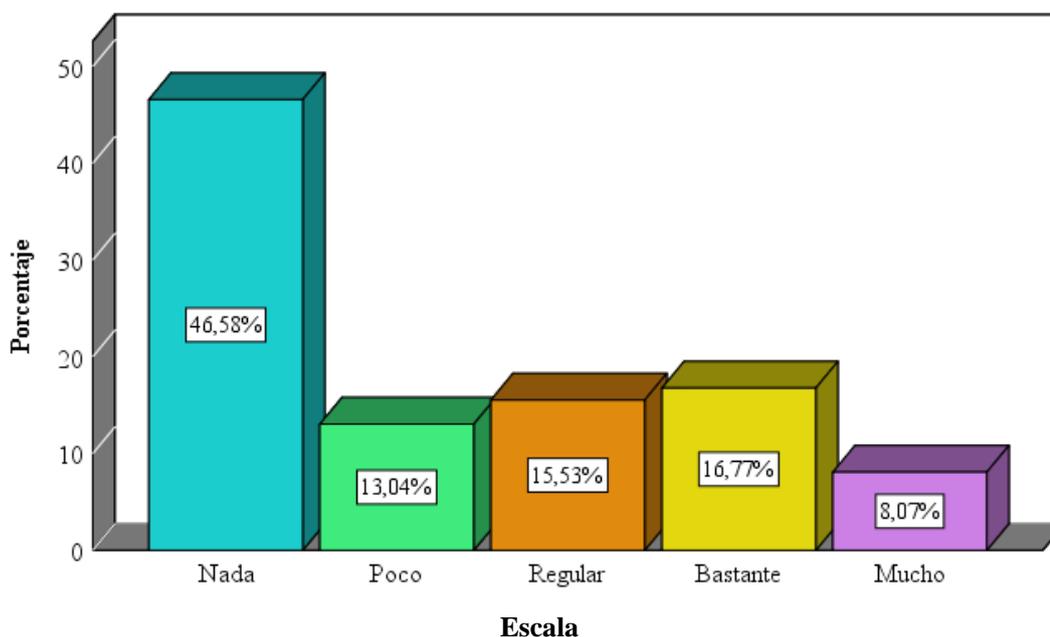
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 20 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 11 se observa que el 49.07% de los encuestados consideran que ellos en nada son responsables para declarar y cumplir con el pago de impuestos, el 19.88% dijo que regular, el 16.77% que poco, el 12.42% que bastante y sólo el 1.86% consideró hay mucha responsabilidad para declarar y pagar sus impuestos. De esto se infiere que, los comerciantes del Mercado Central de Chota en mayor parte no declaran ni pagan impuestos ante la administración tributaria, ya que el mayor porcentaje se centra en que no hay responsabilidad para cumplir con sus deberes tributarios.

Figura 12

Puntualidad en el pago de impuestos



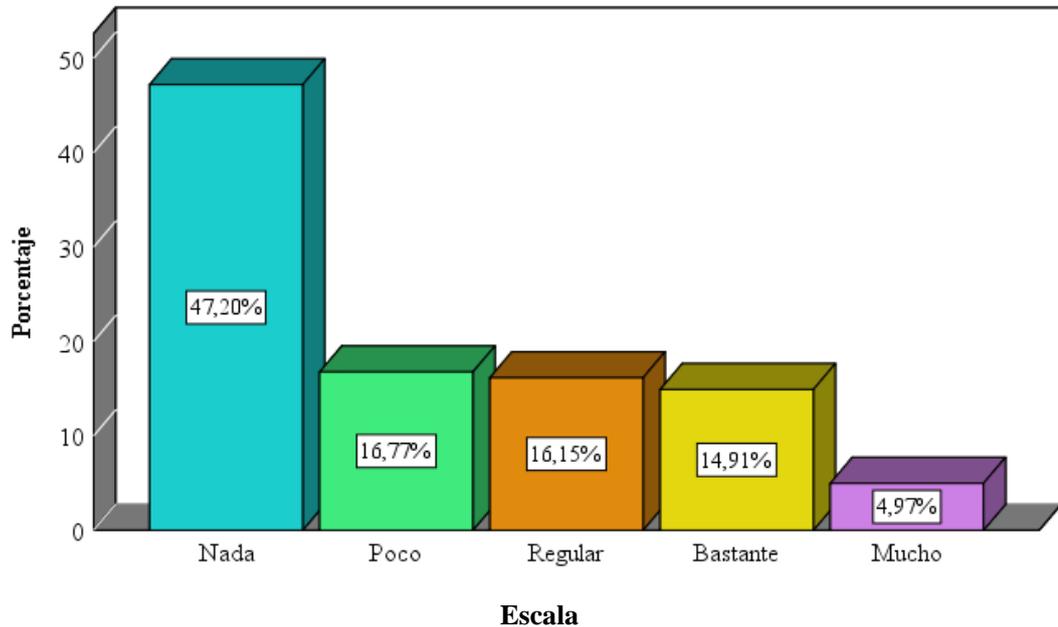
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 21 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 12 se observa que el 46.58% de los encuestados consideran que no hay nada de puntualidad en el pago de impuestos, el 16.77% dijo que, si hay bastante, el 15.53% que regular, el 13.04% que poco y sólo el 8.07% que hay mucha puntualidad en el pago de impuestos. De la cual se deduce que, los comerciantes del Mercado Central de Chota en su gran mayoría no cumplir los cronogramas establecidos por la administración tributaria para el pago de impuestos.

Figura 13

Honestidad en el pago de impuestos



Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 22 (Apéndice 1).

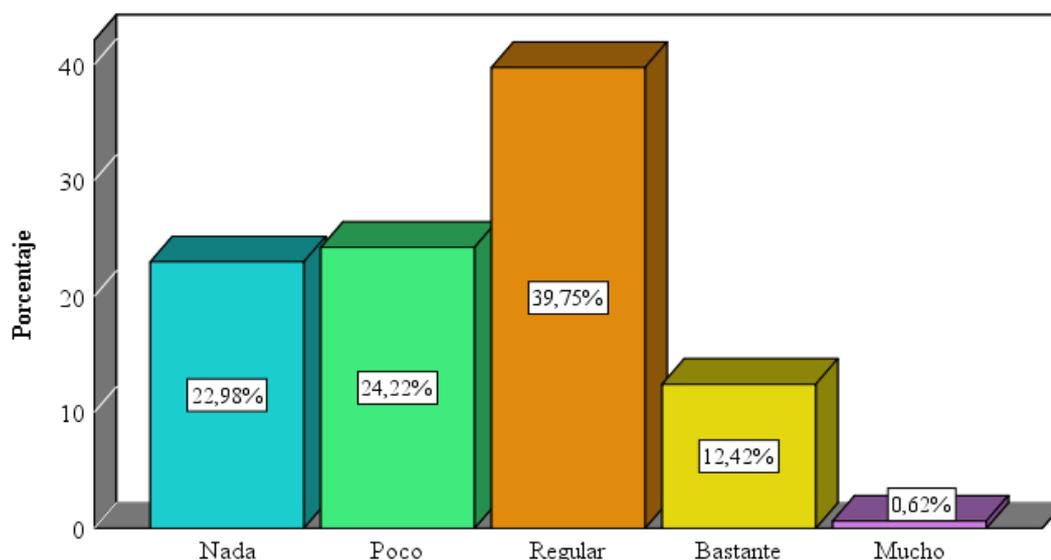
Interpretación.

En la figura 13 se observa que de los comerciantes encuestados el 47.20% de los encuestados consideran que no hay nada de honestidad en el pago de impuestos, el 16.77% dijo que poco, el 16.15% que regular, el 14.91% que bastante y sólo el 4.97% que hay mucha honestidad en el pago de impuestos. De la cual se deduce que, los comerciantes del Mercado Central de Chota en su gran mayoría no declaran todos sus ingresos a la administración tributaria, es decir que evaden impuestos.

B. Formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota.

Figura 14

Control de ingresos y gastos del negocio



Escala

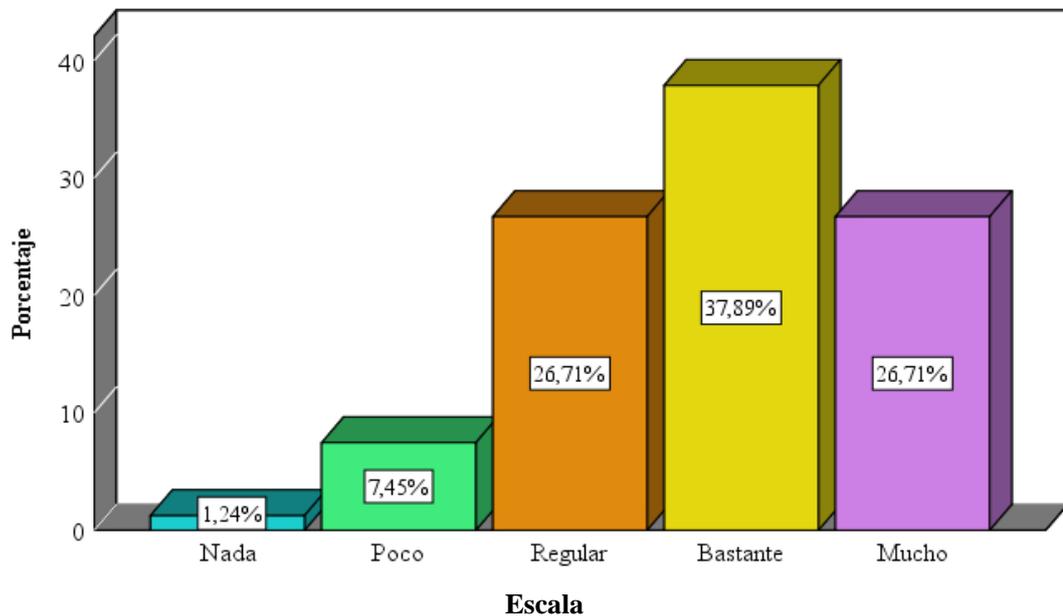
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 23 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 14 se observa que el 39.75% de los encuestados mencionan que el control de ingresos y gastos en su negocio es regular, el 24.22% dijo que poco, el 22.98% que nada, el 12.42% que bastante y sólo el 0.62% que hay mucho control de ingresos y gastos en el negocio. Lo que indica que, los comerciantes del Mercado Central de Chota no tienen un buen control de sus ingresos y gastos en su negocio, lo que podría causar posteriormente pérdidas y quiebra del negocio.

Figura 15

Las capacitaciones ayudan a conocer el proceso de formalización



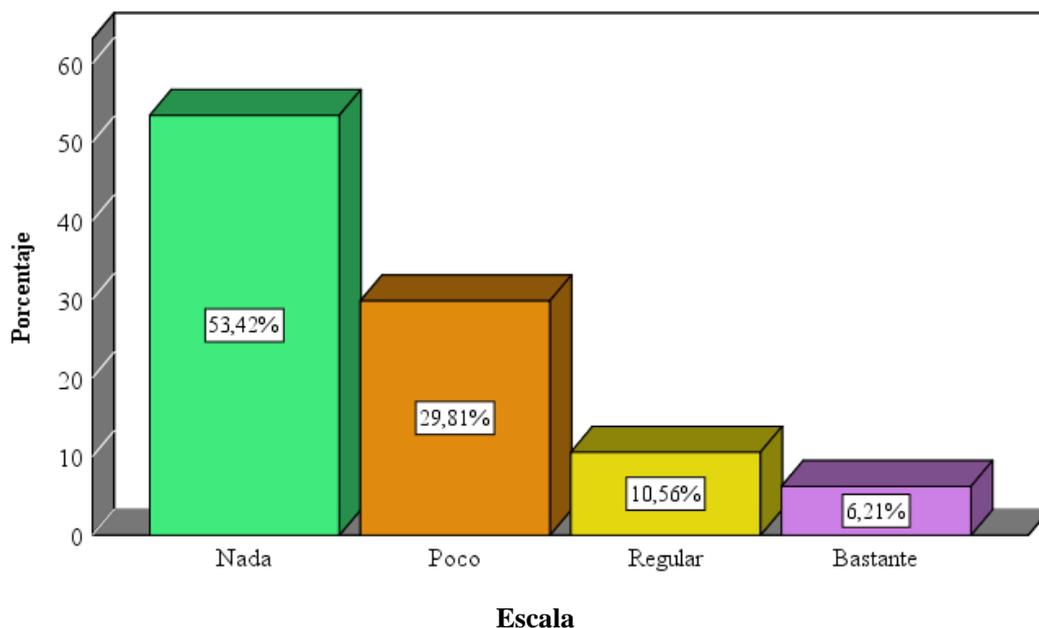
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 24 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 15 se observa que el 37.89% de los encuestados mencionan que bastante las capacitaciones ayudan a conocer el proceso de formalización, el 26.71% dijeron que regular o mucho, el 7.45% que poco y mientras que el 1.24% que nada. Lo que indica que, las capacitaciones respecto a formalización si ayudan que los comerciantes del Mercado Central de Chota tomen alternativas de formalizar su negocio lo que les permitirá tener más oportunidades de crecimiento.

Figura 16

Acceso a la información sobre los trámites de formalización



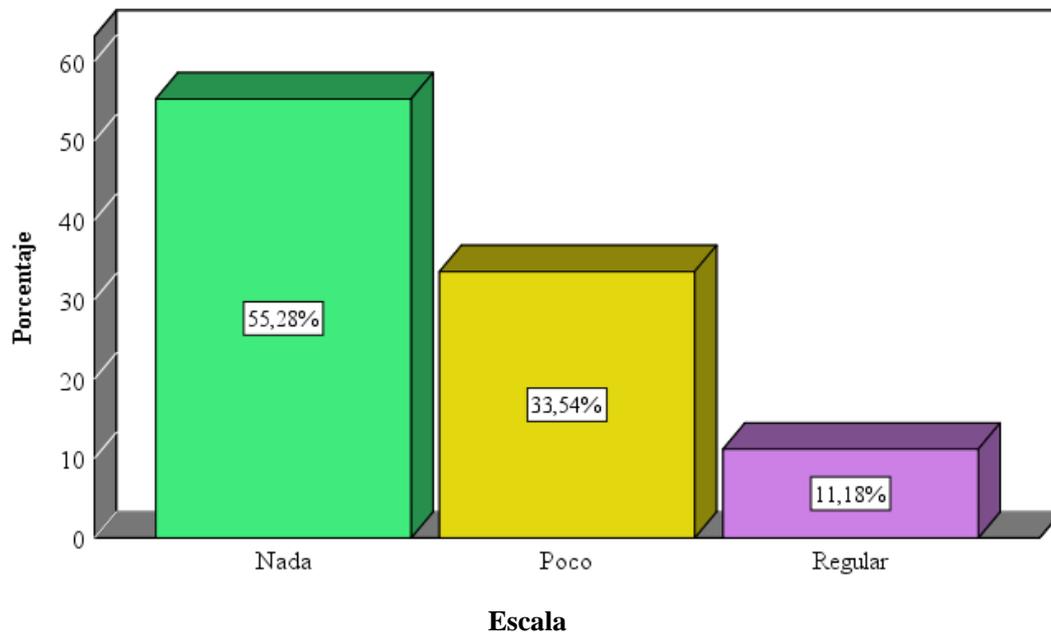
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 25 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 16 se observa que el 53.42% de los encuestados mencionan que en nada tienen acceso a la información sobre los trámites de formalización, el 29.81% mencionaron que poco, el 10.56% que regular y sólo el 6.21% que bastante tienen acceso a la información sobre formalización. Esto muestra que el acceso a la información para la formalización empresarial es limitado, es por ello que los comerciantes del Mercado Central de Chota indican en su mayor parte que no tienen acceso a dicha información.

Figura 17

Conocimiento de los trámites para la formalización de un negocio



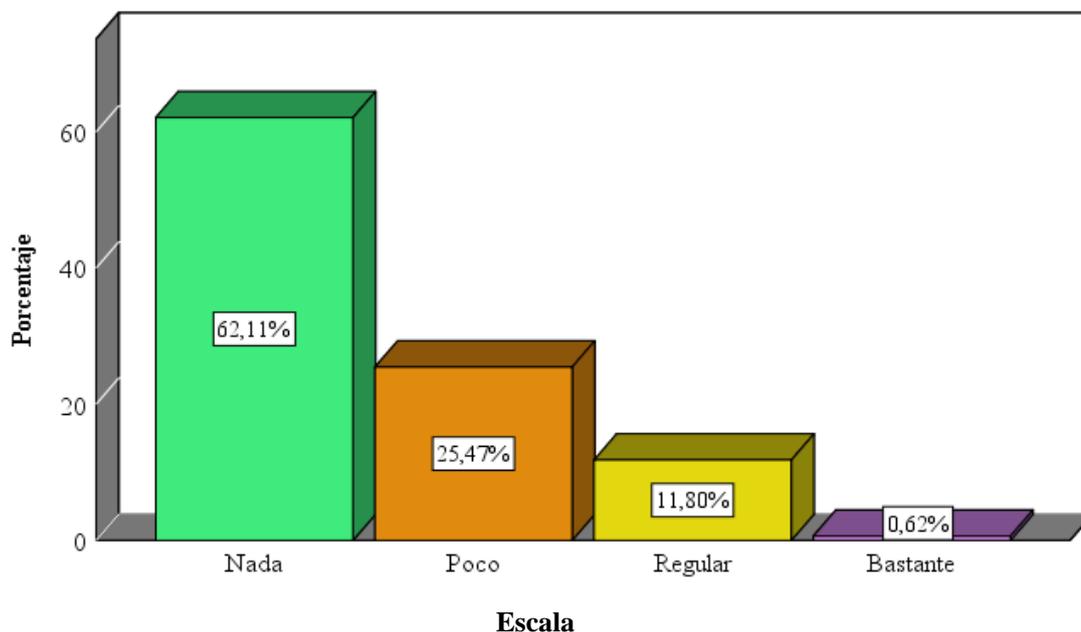
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 26 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 17 se observa que el 55.28% de los encuestados no conocen nada de los trámites para la formalización de un negocio, el 33.54% mencionaron que conocen poco y mientras que el 11.18% mencionaron que conocen regular los trámites de formalización. De la cual se deduce que, muchos comerciantes del Mercado Central de Chota operan de manera informal, puesto que muchos no conocen los trámites para formalizar su negocio.

Figura 18

SUNAT orienta sobre la formalización de los negocios



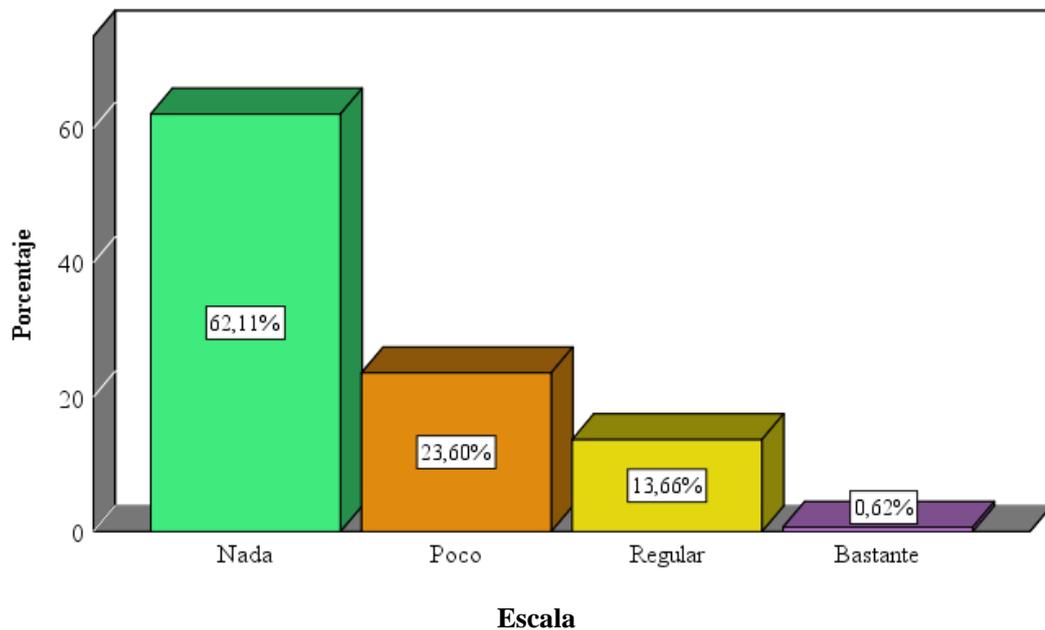
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 27 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 18 se observa que el 62.11% de los encuestados mencionan que la SUNAT nada orienta sobre la formalización de los negocios, el 25.47% mencionaron que orienta poco, el 11.80% que regular y mientras que el 0.62% mencionó que la SUNAT orienta bastante. De la cual se deduce que, los comerciantes del Mercado Central de Chota en su gran mayoría no tienen acceso a la información que brinda la SUNAT para formalizarse y cumplir con sus obligaciones tributarias.

Figura 19

Conocimiento de los beneficios de la formalización



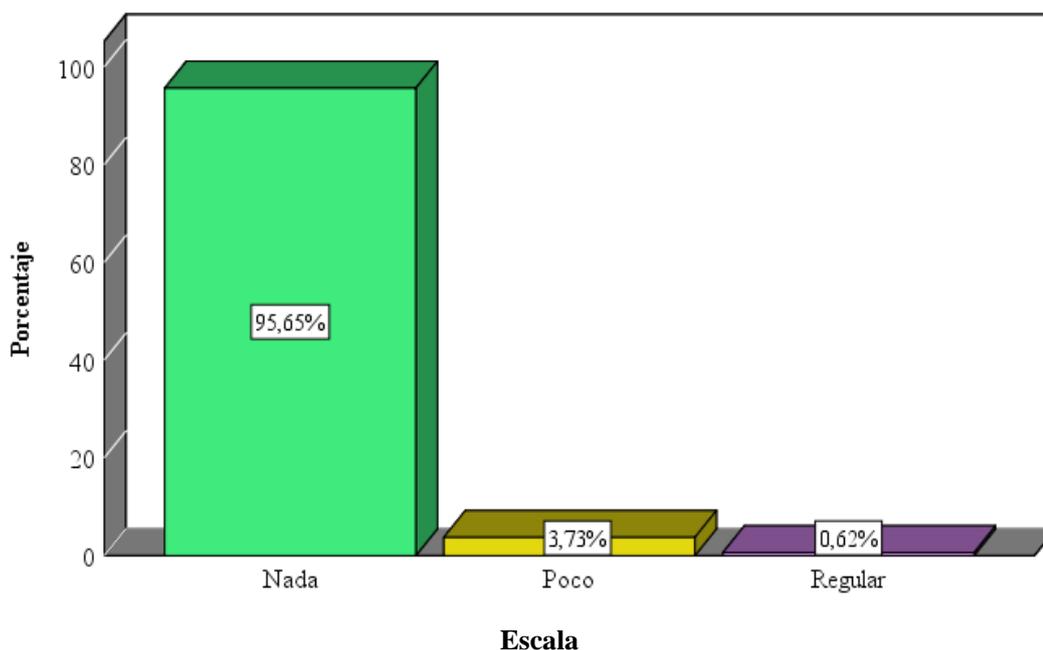
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 28 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 19 se observa que el 62.11% de los encuestados no conocen nada los beneficios de la formalización, el 23.60% conocen poco, el 13.66% regular y sólo el 0.62% mencionó que conocen bastante. Esto demuestra que los comerciantes del Mercado Central de Chota no están siendo orientados adecuadamente en la formalización de sus negocios, es decir conocer las ventajas de tener un negocio formal.

Figura 20

Incentivos por pagar los impuestos puntualmente



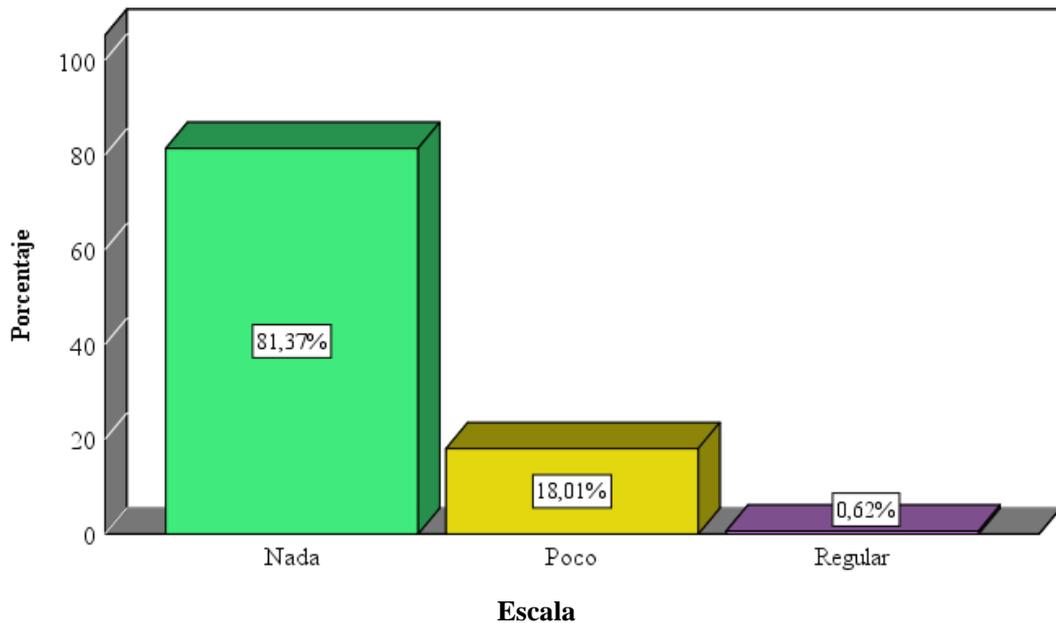
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 29 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 20 se observa que el 95.65% de los encuestados considera que no hay nada de incentivos por pagar impuestos puntualmente, el 3.73% considera que poco y sólo el 0.62% mencionó que los incentivos por pagar puntualmente los impuestos son regulares. Esto demuestra que los comerciantes del Mercado Central de Chota, no se formalizan y no cumplen sus obligaciones tributarias por falta de incentivos por parte de la administración tributaria.

Figura 21

Campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC



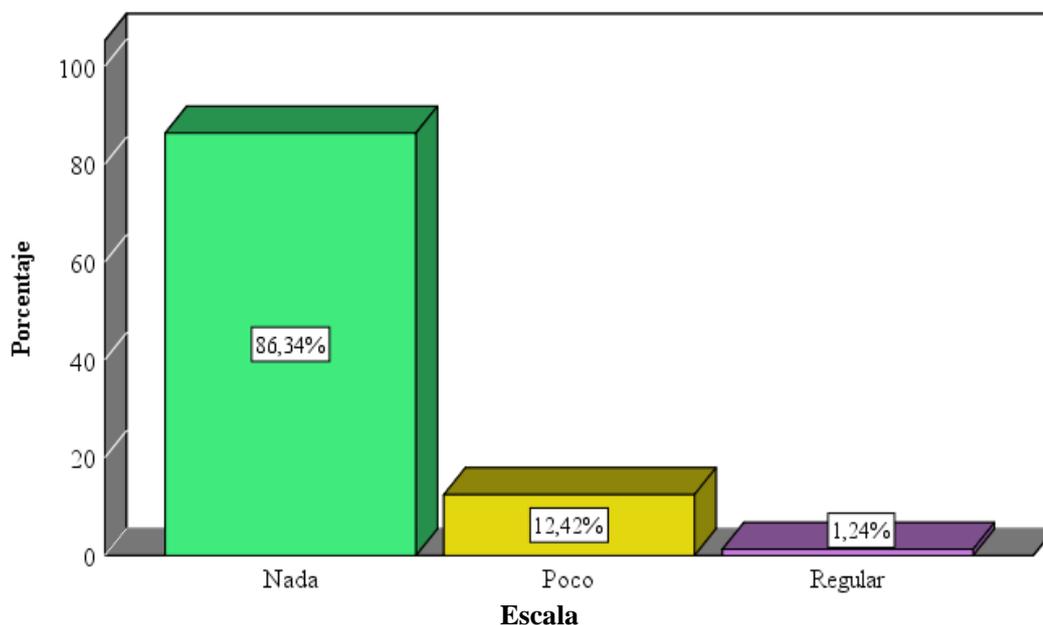
Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 30 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 21 se observa que el 81.37% de los encuestados considera que no hay nada de campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC, el 18.01% considera que hay poco y sólo el 0.62% mencionó que de manera regular se dan campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC. Es decir que las entidades locales y nacionales no brindan campañas de que fomenten la formalización e incentiven a los comerciantes a cumplir con sus deberes tributarios.

Figura 22

Explicación y capacitación sobre comprobantes de pago.



Nota. La figura se elaboró en base a la tabla 31 (Apéndice 1).

Interpretación.

En la figura 22 se observa que el 86.34% de los encuestados considera que nada son explicados y capacitados sobre comprobantes de pago, el 12.42% considera que poco y sólo el 1.24% mencionó que reciben explicación y son capacitados sobre comprobantes de pago de forma regular. Es decir que, las entidades no dan capacitaciones constantes sobre el uso de comprobantes de pago, y además los comerciantes del Mercado Central de Chota no contratan profesionales para ser asesorados para el proceso de formalización y emisión de comprobantes.



4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 6

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura tributaria	0.131	161	0.000	0.957	161	0.000
Formalización	0.188	161	0.000	0,905	161	0.000

Nota. a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación.

Según la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se observa que la significancia para la variable cultura tributaria y para la variable formalización es de 0.000; es decir ambas variables obtuvieron una significancia menor al 0.05; por lo tanto, la relación se determinó con el coeficiente de correlación Rho de Spearman.



4.2.2. Hipótesis general

H₁. La cultura tributaria se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₀. La cultura tributaria no relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

Tabla 7

Relación entre la cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota

		Cultura tributaria	Formalización
Rho de Spearman	Cultura tributaria	1.000	0.806**
	Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	161	161
Rho de Spearman	Formalización	0.806**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	161	161

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se observa que la correlación es de 0.806 y una significancia de 0.000 [0.000<0.05], es decir que la relación entre las variables es fuerte, directa y significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa donde; la cultura tributaria tiene una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021; y se rechaza la hipótesis nula. Es decir



que mientras más cultura tributaria tengan los comerciantes más incrementará la formalización de sus negocios.

4.2.3. Hipótesis específicas

A. La relación entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₁: El conocimiento tributario se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₀: El conocimiento tributario no se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

Tabla 8

Relación entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota

		Conocimiento tributario	Formalización
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	0.757**
	Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	161	161
	Coefficiente de correlación	0.757**	1.000
Formalización	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	161	161

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se observa que la correlación es de 0.757 y una significancia de 0.000 [0.000<0.05], es decir que la relación entre las variables es fuerte, directa y significativa. Por



lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa donde; el conocimiento tributario tiene una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021; y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, mientras más conocimientos tributarios tengan los comerciantes sobre el sistema tributario peruano, los impuestos o los regímenes tributarios, más formalizados estarán.

B. La relación entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₁. La actitud tributaria se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₀. La actitud tributaria no se relaciona directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

Tabla 9

Relación entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota

		Actitud tributaria	Formalización
Actitud tributaria	Coefficiente de correlación	1.000	0.158*
	Sig. (bilateral)	.	0.045
Rho de Spearman	N	161	161
Formalización	Coefficiente de correlación	0.158*	1.000
	Sig. (bilateral)	0.045	.
	N	161	161

Nota. *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación.

Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se observa que la correlación es de 0.158 y una significancia de 0.045 [0.045<0.05], es



decir que la relación entre las variables es media, directa y significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa donde; la actitud tributaria tiene una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021; y se rechaza la hipótesis nula. Es decir que, la actitud tributaria para cumplir sus deberes es esencial en la formalización de los comerciantes del mercado.

C. La relación entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₁. Los valores tributarios se relacionan directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

H₀. Los valores tributarios no se relacionan directa y significativamente con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.

Tabla 10

Relación entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota

		Valores tributarios	Formalización
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	0.756**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	161	161
Formalización	Coefficiente de correlación	0.756**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	161	161

Nota. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Interpretación.

Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se observa que la correlación es de 0.756 y una significancia de 0.000 [$0.000 < 0.05$], es decir que la relación entre las variables es fuerte, directa y significativa. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa donde; los valores tributarios tienen una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021; y se rechaza la hipótesis nula. En otras palabras, este resultado indica que, si los contribuyentes ponen en práctica los valores tributarios como responsabilidad y la honestidad en sus deberes, más formalizados estarán en el desarrollo de sus actividades.



4.3. Discusión de resultados

Se determinó en relación al objetivo general de la investigación que conforme al coeficiente de correlación de rho de Spearman que la cultura tributaria tiene una relación de 0.806 y una significancia de 0.000 [$0.000 < 0.05$] con la formalización, siendo la relación directa y significativa entre las variables. Los resultados son contrastables con Olortegui y Noriega (2021) quienes en su tesis determinaron que la cultura tributaria tiene una relación de 0.987 y una significancia de 0.000 con la formalización lo que muestra una relación significativa. Resultados similares fueron los de Ayala y Cori (2020) quienes determinaron con base al R Pearson que la cultura tributaria y formalización tienen una relación de 0.819 y una significancia de 0.000, lo cual establece una relación significativa. De acuerdo a Hernández y Zapata (2017) la cultura tributaria es significativa porque permite un incremento en la formalidad y una disminución de informalidad.

Lo contrastado y los resultados refieren que, la cultura tributaria es elemental en el desarrollo de programas y de mecanismos que permitan incentivar una conciencia de los comerciantes hacia la formalización de sus negocios.

El primer objetivo específico evidenció con base al coeficiente de correlación de Rho de Spearman que el conocimiento tributario se relaciona en 0.757 con una significancia de 0.000 [$0.000 < 0.05$] con la formalización y por lo cual se establece una relación directa y significativa entre el conocimiento tributario y la formalización. Los resultados son contrastables con Carranza (2020) quien determinó que el conocimiento tributario tiene una relación de 0.665 y una significancia de 0.000 con la formalización. Por su parte, Haynapata (2021) a través de su estudio estableció que el conocimiento tributario se relaciona directa y significativamente con la formalización, con un r de 0.590 y valor p de 0.000. Con referencia a lo contrastado la OIT (2014) reconoce que



el conocimiento tributario permite al contribuyente mejorar su comprensión sobre la significancia de la formalización.

El conocimiento tributario, por lo tanto, permite desarrollar la comprensión del contribuyente de la importancia de la formalidad y de lo fundamental de la contribución y pago de impuestos de ellos para el otorgamiento de adecuados bienes y servicios por el Estado.

El segundo objetivo específico conforme al análisis estadístico por Rho de Spearman mostró que la actitud tributaria se relaciona en 0.756 con una significancia de 0.000 [$0.000 > 0.05$] con la formalización lo que permitió reconocer que la dimensión y variables tienen una relación directa y significativa. Los resultados evidenciados son contrastables con Ayala y Cori (2020) quienes establecieron que la conducta o actitud tributaria tiene una relación de 0.706 y una significancia de 0.000 con la formalización. Asimismo, Apaza (2018) determinó que las actitudes tributarias y la formalización tienen una relación significativa porque el valor del chi cuadrado fue de 171.70 y un p valor de 0.000.

Se comprende que la actitud tributaria intuye el desarrollo de cualidades que permiten la comprensión de elementos positivos hacia la formalización de los comercios.

El tercer objetivo específico con base al análisis estadístico por el coeficiente de Rho de Spearman mostró que los valores tributarios tienen una relación de 0.756 y una significancia de 0.000 [$0.000 < 0.05$] con la formalización estableciendo una relación significativa. Los resultados se pudieron contrastar con Ayala y Cori (2020) quienes por intermedio de su investigación determinaron que los valores tributarios tienen una relación de 0.458 y una significancia de 0.000 con la formalización. Apaza (2018) quien



estableció que los valores con la formalización tienen una relación significativa porque mostró niveles de 146.69 y una significancia de 0.000.

Los valores tributarios han mostrado vincularse con la formalización por lo que es un factor elemental en el desarrollo y ejecución por parte de los comerciantes de procesos de formalización.



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se determinó por la prueba de Rho de Spearman que la cultura tributaria se relaciona de manera significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota [$r = 0.806$, $p = 0.000$]. Lo que indica que, mientras más cultura tributaria tengan los comerciantes, mayor será la formalización de sus negocios en el Mercado Central de la ciudad de Chota.
- El análisis a través de Rho de Spearman estableció que el conocimiento tributario se relaciona de manera significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota [$r = 0.757$, $p = 0.000$]. De lo que se infiere que, a mayor conocimiento de impuestos y de los regímenes tributarios, se tendrá mas comerciantes formalizados en el Mercado Central de Chota.
- El análisis a través de Rho de Spearman estableció que la actitud tributaria se relaciona de manera significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota [$r = 0.158$, $p = 0.000$]. Es decir que, con una buena actitud y responsabilidad tributaria, mayor es la formalización de los comerciantes en el Mercado Central de Chota.
- El análisis a través de Rho de Spearman estableció que los valores tributarios se relacionan de manera significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota [$r = 0.756$, $p = 0.000$]. Es decir que, a más práctica de valores enfocados en el cumplimiento de obligaciones tributarias de manera honesta, mayor es la formalización de los comerciantes en el Mercado Central de la ciudad de Chota.



5.2. Recomendaciones

- Se recomienda al Estado que, a través de la Administración Tributaria SUNAT, genere programas de capacitación que permitan mejorar y adecuar una cultura tributaria pertinente y que se enfoque a una educación de formalización de aquellos contribuyentes que no comprenden la importancia de este último elemento.
- Se sugiere que a través de los sistemas educativos y por intermedio del Ministerio de Educación [MINEDU] se desarrolle en los programas curriculares la trasmisión de conocimientos tributarios que permitan a los contribuyentes y a la población reconocer la importancia de los tributos y la significancia de la formalización en el desarrollo y entrega de bienes y servicios en el ámbito gubernamental.
- A la SUNAT en Chota, se recomienda efectuar campañas y dar a conocer a través de los medios de difusión lo fundamental de la contribución de impuestos al Estado sobre todo de la formalización, esto con el fin de lograr generar actitudes hacia una contribución voluntaria con una sociedad consciente de la inversión de sus aportes.
- Es fundamental que la SUNAT efectúe charlas tributarias en los que se dé a conocer lo elemental de los valores tributarios sobre todo de la responsabilidad de ser un contribuyente formal, puesto que esto le permite acceder a diversos tipos de financiamiento y tener las garantías necesarias para su crecimiento económico, financiero y tributario.
- A la Municipalidad Provincial de Chota, se recomienda incentivar a los comerciantes para que se formalicen, mediante charlas y brindando información acerca de la importancia que tiene formalizarse, ya que les permite ampliar su negocio y desarrollarse en el mercado nacional.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allingham, M. y Sandmo, A. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis, *Journal of Public Economics*, 1(3-4): 323-38.
- Anchaluisa, D. (2015). *La cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta del sector comercial de la ciudad de Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/19779/1/3257i.pdf>
- Armas, M. y Colmenares, M. (2010). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS*, 6 (4); 141-159. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Arruñada, B. (2010) *Formalización de empresas, costes frente a eficiencia institucional*. (1° ed.): Aranzadi.
- Ayala, O., & Cori, H. (2020). *La cultura tributaria y formalización de las micro y pequeñas empresas (mype) del centro comercial Mossuto, Arequipa, año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad José Carlos Mariátegui]. Repositorio Institucional UJCM. http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/904/Oscar-Hugo_tesis_titulo_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (1°ed.) Pearson Educación.
- Boly, A. 2018. On the Short- and Medium-Term Effects of Formalisation: Panel Evidence from Vietnam. *Development Studies*54 (4): 641–56.
- Bravo, J. (2006). Sistema tributario peruano: Situación actual y perspectivas. *Derecho & Sociedad*, (27), 86-88. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/17163/17452>
- Bravo, S. (2012). *Cultura Tributaria libro de consulta*. (2° ed.) Instituto de Administración Tributaria y Aduanera.
- Carranza, E. (2020). *Nivel de conocimiento tributario y su incidencia en la formalización de los microempresarios del mercado modelo de Chiclayo*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio Institucional UNPRG. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8876/Carranza_V%20C3%A1squez_Elvia.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Calderón, E. y Jondec, S. (2016). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias en las empresas del sector hotelero, distrito de Cajamarca, primer trimestre del 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio



- Guillermo Urrelo] Repositorio Institucional UPAGO.
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/530/Cont0033.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chávez, P. (1993) La Tributación. *Quipukamayoc*, 1(2), 47-50.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/6066/5257>
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *Man-Machine Studies*, 38(3), 475–487.
<https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Estela, M. (2002). *El Perú y la Tributación*. Industrial Gráfica S.A.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Flores, E. (1946). *Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas*. Instituto Técnico del Norte de México.
- García, D. (2018). *Diccionario Contable*. (1° ed.) http://www.msq-estudio-contable.com/jus/upload/files/images/DICCIONARIO_CONTABLE.pdf
- García, G. (2017). *Impacto de la falta de cultura tributaria de contribuyentes en el Recreo*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19982/1/TESIS%20IMPACTO%20DE%20LA%20FALTA%20DE%20CULTURA%20TRIBUTARIA%20DE%20CONTRIBUY.pdf>
- Gil, F. (2018, 30 de enero). *El sistema tributario del Perú y las dificultades que hacen lento su desarrollo*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/dificultades-enfrenta-sistema-tributario-peru-226012-noticia/?ref=gesr>
- Giarrizzo, V., & Brudersohn, S. (2013). Premiar al buen contribuyente. Un recorrido por 76 los «incentivos positivos» aplicados en Argentina para mejorar el cumplimiento fiscal. *DAAPGE*, 13(20), 7 - 48.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4482937.pdf>
- Giarrizzo, V., & Scolnic, N. (2011). Percepciones de injusticia y corrupción: el castigo de los evasores. *Estudios Económicos*, 28 (57), 33–57.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5318725.pdf>
- Gómez, L., & Macedo, J. (2014). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. *Investigación Educativa*, 12(21), 143–153.



- <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410/5632>
- González, D. (2011). “*Introducción a la fiscalidad empresarial*” (1° ed.) Universidad Jaume I.
- González, M. (2018). *Glosario de la sostenibilidad*. (1° ed.). BNP Paribas Real Estate. https://www.corresponsables.com/download/memorias/GLOSARIO_DE_LA_SOSTENIBILIDAD.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6° ed.) Mc Graw – Hill Interamericana.
- Hinojosa, C. (2019). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018. *Ciencias Sociales y Humanidades* 2(1): 22-26. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/view/463/840>
- Instituto Nacional de Defensa Civil [INDECI] (2012). *Licencia de funcionamiento*. Municipalidad Distrital de Baños del Inca. http://www.mdbi.gob.pe/sites/default/files/Boletin_Licencia_de_Funcionamiento.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2017). *Censo nacional de mercados de abastos 2016*. INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1448/libro.pdf
- Las Heras, J. (2001, 28 de mayo). *La evasión fiscal: origen y medidas de acción para combatirlas*. Gestipolis. <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/evfiscal>.
- Lindo, D. y Palpán, E. (2011). *Programa educativo tributario y valores ciudadanos en preescolares de cinco años de la institución educativa privada “Isabel La Católica”* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio Institucional UNCP. <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/2901/Lindo%20Ramos%20-%20Palcan%20Wilca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa* (1° ed.). Universitat Autònoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2015/129382/metinvsoccuam_presentacioa2015.pdf
- Lozano, A. y Licoa, M. (2018). *Cultura tributaria y su influencia en las estadísticas oficiales S.R.I. Zona 8 período 2015-2017*. Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].



-
- | | | |
|-------------|---------------|-----|
| Repositorio | Institucional | UG. |
|-------------|---------------|-----|
- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37142/1/TESIS%20COMPLETA.pdf>
- Malhotra, N. (2015). *Investigación de Mercados* (1° ed.). Pearson Educación.
- Mendoza, F., et al. (2016). Correlación entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: Caso Universidad estatal de Sonora. *Global de Negocios*, 4(1), 61-76. https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2659374_code1332876.pdf?abstractid=2659374&mirid=1
- Méndez, F. (2011). *Desarrollo de una escala para la medición de la ubicuidad en el marco de m-comercio* [Tesis de doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. Repositorio Institucional UAM. https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/7826/43368_mendez_perez_felipe.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Méndez, M. (2004). Cultura tributaria, deberes y derechos vs. Constitución. *Espacio Abierto*, 13(1), 123-137. <https://www.redalyc.org/pdf/122/12201306.pdf>
- Mollocondo, L. (2017). *Cultura tributaria en los stands de la galería Los Inkas y su incidencia en la contribución de la obligación tributaria - periodo 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada San Carlos]. Repositorio Institucional UPSC. http://repositorio.upsc.edu.pe/bitstream/handle/UPSC/4397/Liliana_MOLLOCONDO_FLORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Olórtégui, S., & Noriega, J. (2021). *Cultura tributaria y la formalización de las tiendas artesanales al nuevo régimen único simplificado, distrito de Rioja - Año 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional UNSM. <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/4404/Escuela%20Profesional%20de%20Contabilidad%20-Rioja%20Sarita%20Olortegui%20Culquipoma%20%26%20July%20Noriega%20Mu%C3%B1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ordoñez, M. y Chapoñan, E. (2020). Cultura tributaria y obligaciones tributarias. *UCV HACER*, 9 (4). 77-84. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/585/574>
- Organización Internacional de Trabajo [OIT] (2020). *Ecuador, Programa de acción. OIT*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_733198.pdf
- Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2014) *Experiencia recientes de formalización en países de América Latina y el Caribe*. Oficina Regional para
-



- América Latina y el Caribe. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_245613.pdf
- Ortega, M. (2015). *La cultura tributaria en los contribuyentes informales del Cantón Píllaro*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/18529/1/T3155i.pdf>
- Paredes, J. (2014). *La capacidad contributiva en los impuestos desde la perspectiva del estado constitucional: Relativización de los índices o manifestaciones de riqueza*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio Institucional PUCP. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5281/PAREDES_MARROQUIN_JUAN_CAPACIDAD_CONTRIBUTIVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, D. (2017). *Influencia de la cultura tributaria en la formalización de los comerciantes del mercado 28 de Julio – Jaén 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6052/P%c3%a9rez%20Collantes%20Danny%20Marluz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, D. (2016). *La cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada “Albarracín”, Trujillo - 2015* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNITRI. https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4872/perezmantilla_diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, G., Tapia, M., Ayaviri, D., Villa, M., Borja, M. y Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Espacios*, 39 (41), 4-20. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>
- Quispe, T. (2012, 05 de septiembre). *Tener conciencia tributaria es considerado extravagante en Perú*. RPP. <https://rpp.pe/economia/economia/tener-conciencia-tributaria-es-considerado-extravagante-en-peru-noticia-518952>
- Ramos, U. (2018) *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los Contribuyentes Acogidos al nuevo RUS en el distrito de Cajamarca- 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC. https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2745/T016_46466222_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. RAE.
<http://dle.rae.es/?id=NZJWMiV>
- Rodríguez, L. (2018). *Cultura empresarial y evasión tributaria en la ciudad de Cajamarca*. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Cajamarca] Repositorio Institucional UNC.
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2239/CULTURA%20EMPRESARIAL%20Y%20EVASI%C3%93N%20TRIBUTARIA%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20CAJAMARCA.pdf?sequence=1>
- Silva, G. (2016). *La cultura tributaria en la gestión de las Micro y pequeñas empresas formales en el distrito de Celendín: Una estrategia de mejora*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2013). *Comprobantes de pago*. Orientación SUNAT.
<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/tipos-de-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas>
- Valero, M., Ramírez, T. y Moreno, F. (2009). Ética y cultura tributaria en el contribuyente. *Good Conscience* 5(1), 58-73. [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)



ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencias

Tabla 11

Matriz de consistencia de la investigación

Título: Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021

Formulación	Objetivos	Hipótesis	Variables, dimensiones e indicadores				
<p>Pregunta general</p> <p>¿Cómo se relaciona la cultura tributaria con la formalización de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Chota, 2021?</p> <p>Preguntas específicas</p> <p>¿Qué relación existe entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?</p> <p>¿Qué relación existe entre la actitud tributaria y la formalización de los comerciantes del</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la cultura tributaria con la formalización de los comerciantes del Mercado Central en la ciudad de Chota, 2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Analizar la relación entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.</p> <p>Analizar la relación entre la actitud tributaria y la formalización de los</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La cultura tributaria tiene una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>El conocimiento tributario tiene una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.</p> <p>La actitud tributaria tiene una relación directa y significativa</p>	Cultura tributaria				
			<p>Dimensiones</p> <p>Conocimiento tributario</p> <p>Actitudes tributarias</p> <p>Valores tributarios</p>	<p>Indicadores</p> <p>Sistema tributario</p> <p>Impuestos tributarios</p> <p>Regímenes tributarios</p> <p>Implementación de cursos tributarios</p> <p>Influencia de la formación en la cultura tributaria</p> <p>Responsabilidad tributaria</p> <p>Cumplimiento de las obligaciones tributarias</p> <p>Honestidad en el pago de tributos</p>	<p>Ítems</p> <p>1</p> <p>2-3</p> <p>4-5</p> <p>6-7</p> <p>8-9</p> <p>9</p> <p>10</p> <p>11</p>	<p>Escala de medición</p> <p>Escala de Likert</p>	<p>Niveles o rangos</p> <p>[1] Nada</p> <p>[2] Poco</p> <p>[3] Regular</p> <p>[4] Bastante</p> <p>[5] Mucho</p>
			Formalización				
			<p>Dimensiones</p> <p>Productividad</p> <p>Normas</p>	<p>Indicadores</p> <p>Nº ventas</p> <p>Capacitación</p>	<p>Ítems</p> <p>12</p> <p>13-14</p>	<p>Escala de medición</p> <p>Escala de Likert</p>	<p>Niveles o rangos</p> <p>[1] Nada</p> <p>[2] Poco</p>



Título: Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021

Formulación	Objetivos	Hipótesis	Variables, dimensiones e indicadores			
Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021? ¿Qué relación existe entre el conocimiento tributario y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021?	comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021. Analizar la relación entre los valores tributarios y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.	con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021. Los valores tributarios tienen una relación directa y significativa con la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021.	Incentivos	Simplificación	15	[3] Regular
				Dialogo social	16	[4] Bastante
				Beneficios	17-18	[5] Mucho
				Fiscalización	19-20	
				Campana de sensibilización		

Título: Cultura tributaria y la formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota, 2021

Alcance, tipo y diseño de investigación	Población y Muestra	Técnica e instrumento	Estadístico a utilizar
Alcance Descriptiva – relacional	Población 278 comerciantes del Mercado Central de Chota	Técnica Encuesta	Rho de Spearman
Tipo Básica	Muestra	Instrumento Cuestionario	
Diseño No experimental – transversal	161 comerciantes del Mercado Central de Chota		



Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

N°

El presente cuestionario está dirigido a los comerciantes del mercado central de esta ciudad de Chota con el fin de recoger información para la investigación titulada “Cultura Tributaria y la Formalización de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Chota, 2021” los resultados serán utilizados solo con fines académicos y de investigación por lo que se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

1	2	3	4	5
Nada	Poco	Regular	Bastante	Mucho

PERCEPCIONES		1	2	3	4	5
Variable 1: CULTURA TRIBUTARIA						
Dimensión: Conocimiento tributario						
P1	¿Conoce usted, qué es el sistema tributario?					
P2	¿Conoce usted sus deberes y derechos tributarios?					
P3	¿Sabe usted cuántos regimenes tributarios existen?					
P4	¿Conoce usted en qué régimen tributario se encuentra?					
P5	¿Conoce qué son los impuestos?					
Dimensión: Actitudes tributarias						
P6	¿Cree usted que SUNAT debería informarle de cómo se utilizan los impuestos?					
P7	¿Cree usted, que el impartir cursos de formación tributaria entre los comerciantes los ayudará a estar más informados?					
P8	¿Considera necesario saber lo que es conciencia tributaria para cumplir con el pago de sus impuestos?					
Dimensión: Valores tributarios						
P9	¿Usted es responsable al momento de declarar y cumplir con sus obligaciones tributarias?					
P10	¿Cumple usted con el pago de sus impuestos puntualmente?					
P11	¿Realiza con honestidad el pago de sus tributos?					
Variable 2: FORMALIZACIÓN		1	2	3	4	5
Dimensión: Productividad						
P12	¿Lleva usted un control de los registros de ingresos y gastos de su negocio?					
Dimensión: Normas						
P13	¿Usted como comerciante, considera que las capacitaciones ayudarán a que conozca el proceso de formalización?					
P14	¿Usted ha recibido algún tipo de información sobre los trámites que debe de realizar para su formalización?					
P15	¿Sabe usted qué trámites debe realizar para la formalización de su negocio?					
P16	¿Usted se ha acercado a SUNAT para una orientación sobre la formalización de su negocio?					
Dimensión: Incentivos						
P17	¿Usted conoce de los beneficios de la formalización?					
P18	¿Usted recibe algún tipo de incentivo por cumplir con sus impuestos puntualmente?					
Dimensión: Fiscalización						
P19	¿Alguna entidad ha realizado campañas en donde los hayan sensibilizado sobre los pasos para la inscripción de RUC?					
P20	¿Alguna entidad le ha explicado y capacitado sobre los tipos de comprobantes de pago?					



Anexo 3. Autorización para realizar investigación

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Asunto: Carta de autorización para realizar trabajo de investigación en el mercado central de la ciudad de Chota.

Yo José Rosel Díaz Linares identificado con DNI N° 27372051, administrador del mercado central de la ciudad de Chota.

Me dirijo ante usted Srta. Deysi Ruiz Barboza con la finalidad de informarle que se le otorga la autorización para ejecutar su investigación titulada “**CULTURA TRIBUTARIA Y LA FORMALIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CHOTA, 2021**” asimismo se le proporcionará la información necesaria para dicha investigación.

Chota, 12 de octubre de 2021

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA

José Rosel Díaz Linares
ADMINISTRADOR MERCADO CENTRAL



Anexo 5. Ficha de validación de expertos

FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- I.1. **Título** : Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Chota, 2021
- I.2. **Autor** : Deysi Ruiz Barboza
- I.3. **Experto** : Juan Fernando Vallejos Díaz
- I.4. **Especialidad** : Contador Público
- I.5. **Cargo actual** : Docente UNACH
- I.6. **Grado académico** : Magíster en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales.
- I.7. **Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- I.8. **Tipo de instrumento** : Cuestionario
- I.9. **Lugar y fecha** : Chota, 15 de octubre de 2021

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		0	1	2	3	4	5
1	Pertinencia de indicadores.						X
2	Formulación con lenguaje apropiado.					X	
3	Adecuado para los sujetos en estudio.						X
4	Facilita la prueba de hipótesis.						X
5	Suficiente para medir la variable.						X
6	Facilita la interpretación del instrumento.						X
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.					X	
8	Expresado en hechos perceptibles.					X	
9	Tiene secuencia lógica.					X	
10	Basado en aspectos teóricos.						X
						16	30



FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- I.1. **Título** : Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Chota, 2021
- I.2. **Autor** : Deysi Ruiz Barboza
- I.3. **Experto** : Mg. Milord Idrogo Gálvez
- I.4. **Especialidad** : Contador Público
- I.5. **Cargo actual** : Docente
- I.6. **Grado académico** : Magister
- I.7. **Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- I.8. **Tipo de instrumento** : Cuestionario
- I.9. **Lugar y fecha** : Chota, 02 octubre 2021

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

Nº	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		0	1	2	3	4	5
1	Pertinencia de indicadores.					X	
2	Formulación con lenguaje apropiado.						X
3	Adecuado para los sujetos en estudio.						X
4	Facilita la prueba de hipótesis.						X
5	Suficiente para medir la variable.						X
6	Facilita la interpretación del instrumento.						X
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.					X	
8	Expresado en hechos perceptibles.					X	
9	Tiene secuencia lógica.					X	
10	Basado en aspectos teóricos.					X	
						20	25



FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. REFERENCIA

- I.1. **Título** : Cultura Tributaria y la Formalización de los Comerciantes del Mercado Central de la Ciudad de Chota, 2021
- I.2. **Autor** : Deysi Ruiz Barboza
- I.3. **Experto** : Roberto Tapia Rubio
- I.4. **Especialidad** : Contabilidad
- I.5. **Cargo actual** : Asistente Contable en la Municipalidad Provincial de Chota
- I.6. **Grado académico** : Magister en Gestión Pública
- I.7. **Institución** : Universidad Nacional Autónoma de Chota
- I.8. **Tipo de instrumento** : Cuestionario
- I.9. **Lugar y fecha** : Chota, 20 de octubre del 2021

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		0	1	2	3	4	5
1	Pertinencia de indicadores.					X	
2	Formulación con lenguaje apropiado.						X
3	Adecuado para los sujetos en estudio.						X
4	Facilita la prueba de hipótesis.						X
5	Suficiente para medir la variable.						X
6	Facilita la interpretación del instrumento.						X
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.					X	
8	Expresado en hechos perceptibles.						X
9	Tiene secuencia lógica.					X	
10	Basado en aspectos teóricos.					X	
						16	30

Coefficiente de valoración porcentual: $c = 46/50 \times 100 = 92\%$



APÉNDICE

Apéndice 1. Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota.

Tabla 12

Conocimiento del sistema tributario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	66	41.0	41.0	41.0
Poco	56	34.8	34.8	75.8
Regular	35	21.7	21.7	97.5
Bastante	4	2.5	2.5	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 13

Conocimiento de los deberes y derechos tributarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	97	60.2	60.2	60.2
Poco	50	31.1	31.1	91.3
Regular	12	7.5	7.5	98.8
Bastante	2	1.2	1.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 14

Conocimiento de los regímenes tributarios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	99	61.5	61.5	61.5
Poco	52	32.3	32.3	93.8
Regular	8	5.0	5.0	98.8
Bastante	2	1.2	1.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Tabla 15

Conocimiento del régimen tributario en el que se encuentra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	99	61.5	61.5	61.5
Poco	48	29.8	29.8	91.3
Regular	12	7.5	7.5	98.8
Bastante	2	1.2	1.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 16

Conocimiento sobre impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	47	29.2	29.2	29.2
Poco	69	42.9	42.9	72.0
Regular	42	26.1	26.1	98.1
Bastante	3	1.9	1.9	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 17

Información de la SUNAT para el uso de los impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	3	1.9	1.9	1.9
Poco	13	8.1	8.1	9.9
Regular	58	36.0	36.0	46.0
Bastante	62	38.5	38.5	84.5
Mucho	25	15.5	15.5	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Tabla 18

Los cursos de formación tributaria conllevan a estar informados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	1	0.6	0.6	0.6
Poco	3	1.9	1.9	2.5
Regular	49	30.4	30.4	32.9
Bastante	69	42.9	42.9	75.8
Mucho	39	24.2	24.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 19

La conciencia tributaria ayuda a cumplir con el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	15	9.3	9.3	9.3
Poco	36	22.4	22.4	31.7
Regular	51	31.7	31.7	63.4
Bastante	38	23.6	23.6	87.0
Mucho	21	13.0	13.0	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 20

Responsabilidad para declarar y cumplir con el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	79	49.1	49.1	49.1
Poco	27	16.8	16.8	65.8
Regular	32	19.9	19.9	85.7
Bastante	20	12.4	12.4	98.1
Mucho	3	1.9	1.9	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Tabla 21

Puntualidad en el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	75	46.6	46.6	46.6
Poco	21	13.0	13.0	59.6
Regular	25	15.5	15.5	75.2
Bastante	27	16.8	16.8	91.9
Mucho	13	8.1	8.1	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 22

Honestidad en el pago de impuestos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	76	47.2	47.2	47.2
Poco	27	16.8	16.8	64.0
Regular	26	16.1	16.1	80.1
Bastante	24	14.9	14.9	95.0
Mucho	8	5.0	5.0	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Apéndice 2. Formalización de los comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chota.

Tabla 23

Control de ingresos y gastos del negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	37	23.0	23.0	23.0
Poco	39	24.2	24.2	47.2
Regular	64	39.8	39.8	87.0
Bastante	20	12.4	12.4	99.4
Mucho	1	0.6	0.6	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 24

Las capacitaciones ayudan a conocer el proceso de formalización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	2	1.2	1.2	1.2
Poco	12	7.5	7.5	8.7
Regular	43	26.7	26.7	35.4
Bastante	61	37.9	37.9	73.3
Mucho	43	26.7	26.7	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 25

Acceso a la información sobre los trámites de formalización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	86	53.4	53.4	53.4
Poco	48	29.8	29.8	83.2
Regular	17	10.6	10.6	93.8
Bastante	10	6.2	6.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Tabla 26

Conocimiento de los trámites para la formalización de un negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	89	55.3	55.3	55.3
Poco	54	33.5	33.5	88.8
Regular	18	11.2	11.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 27

SUNAT orienta sobre la formalización de los negocios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	100	62.1	62.1	62.1
Poco	41	25.5	25.5	87.6
Regular	19	11.8	11.8	99.4
Bastante	1	0.6	0.6	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 28

Conocimiento de los beneficios de la formalización

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	100	62.1	62.1	62.1
Poco	38	23.6	23.6	85.7
Regular	22	13.7	13.7	99.4
Bastante	1	0.6	0.6	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	



Tabla 29

Incentivos por pagar los impuestos puntualmente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	154	95.7	95.7	95.7
Poco	6	3.7	3.7	99.4
Regular	1	0.6	0.6	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 30

Campañas por parte de entidades para la inscripción en el RUC

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	131	81,4	81.4	81.4
Poco	29	18,0	18.0	99.4
Regular	1	0,6	0.6	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	

Tabla 31

Explicación y capacitación sobre comprobantes de pago

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nada	139	86.3	86.3	86.3
Poco	20	12.4	12.4	98.8
Regular	2	1.2	1.2	100.0
TOTAL	161	100.0	100.0	