



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro, 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTOR:

Dionisio Calderón, Jose Luis (orcid.org/0000-0003-3377-8102)

ASESOR:

Mg. Quilia Valerio, Jhoansson Víctor Manuel (orcid.org/0000-0001-8255-2578)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, que fue mi guía, la mano del poder, la fidelidad y el amor está siempre conmigo hasta el día de hoy.

A mi madre Raquel, quien supo inculcarme esfuerzo, valentía. Y a toda mi familia por sus consejos y ánimos me han hecho una mejor persona y pesar de la distancia de una forma u otra me acompañan en todos mis sueños.

A una persona muy especial Johana quien, con su amor, exigencia y motivación, inspiro que hoy cumpla otro sueño, gracias por acompañarme en todo este proceso, por estar conmigo en todo momento, gracias.

Agradecimiento

Agradezco sinceramente a todos mis docentes por impartirme sus conocimientos, a todas las autoridades y colaboradores de la Universidad Cesar Vallejo por abrirme sus puertas y permitirme realizar todo el proceso de investigación para cumplir una de mis metas.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesor Jhoansson por ser el principal colaborador ha hecho posible el desarrollo de este trabajo a través de su guía, conocimiento, educación y colaboración.

Y, por último, pero no menos importante, estaré eternamente agradecido a mis compañeros de trabajo, Nicolás, Edgardo, Henry. Para mí son los mejores compañeros que se pueden tener. El ambiente de trabajo creado es simplemente perfecto.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2 Variables y operacionalización	11
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	12
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5 Procedimientos	15
3.6 Métodos de análisis de datos	15
3.7 Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES	30
VII. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	36

Índice de tablas

Tabla 1 Validación de instrumento por juicio de expertos	14
Tabla 2 Estadístico de fiabilidad.....	15
Tabla 3 Tabla cruzada difusión tributaria Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	17
Tabla 4 Tabla cruzada medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	18
Tabla 5 Tabla cruzada medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	19
Tabla 6 Tabla cruzada medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	20
Tabla 7 Correlación entre difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	21
Tabla 8 Correlaciones entre los medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	22
Tabla 9 Correlaciones entre los medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	23
Tabla 10 Correlaciones entre los medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias.....	24

Resumen

La investigación realizada, tuvo como objetivo: Determinar la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021. El tipo de investigación fue aplicada, el diseño no experimental – transversal, el nivel correlacional. Se consideraron a 100 microempresarios, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y de instrumento el cuestionario estructurado. Los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo, mostraron que la variable difusión tributaria de Sunat se ubicó en el nivel medio con 61,0% seguido del nivel alto con 28,0% y el nivel bajo con 11,0% y la variable obligaciones tributarias se encontró en el nivel alto con 77,0% seguido del nivel medio con 21,0% y el nivel bajo con 2,0%. Se concluye que la difusión tributaria de Sunat mantiene una relación baja positiva con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el año 2021, dado que se alcanzó un Rho de Spearman de 0,370; del mismo modo, se obtuvo una sig. Bilateral de 0,000 menor a 0,05; demostrando que estos resultados son estadísticamente significativos, permitiendo aceptar la hipótesis general y rechazando la hipótesis nula.

Palabras clave: difusión tributaria, obligaciones tributarias, autoridad tributaria, pago de impuestos, orientación al contribuyente.

Abstract

The objective of the research carried out was: To determine the relationship between Sunat tax diffusion and compliance with tax obligations in the MyPES of the Tacna Centro Shopping Center in 2021. The type of research was applied, the non-experimental design - transversal, the correlational level. 100 microentrepreneurs were considered, the data collection technique was the survey and the instrument was the structured questionnaire. The findings obtained in the field work showed that Sunat tax diffusion variable was located at the medium level with 61.0%, followed by the high level with 28.0% and the low level with 11.0%, and the obligations variable taxes was found in the high level with 77.0% followed by the medium level with 21.0% and the low level with 2.0%. It is concluded that Sunat tax diffusion maintains a low positive relationship with compliance with tax obligations in the MyPES of the Tacna Centro Shopping Center in 2021, given that a Spearman's Rho of 0.370 was reached; Similarly, a sig. Two-sided from 0.000 less than 0.05; showing that these results are statistically significant, allowing accepting the general hypothesis and rejecting the null hypothesis

Keywords: tax disclosure, tax obligations, tax authority, tax payment, taxpayer guidance.

I. INTRODUCCIÓN

En el 2020, el promedio de recaudación tributaria en proporción del Producto Interno Bruto para América Latina y el Caribe fue 0.8 % menos que el 2019, en estos años, la recaudación de impuestos en proporción del PIB disminuyó en 20 países y aumentaron en seis. En Argentina, México, Nicaragua y Uruguay crecieron los ingresos tributarios nominales entre el 2019 y el 2020 y, solo en tres países, igualmente creció el PIB nominal; México se convirtió en el único país con un coeficiente tributario acrecentado, provocado por el crecimiento de los ingresos tributarios nominales y la reducción del PIB nominal (OECD, 2022, pp. 69-72). En los países denominados emergentes, el pago de tributos es bajo, solo recolectan entre el 10% y 20% de su PIB, a diferencia de los países desarrollados, el promedio es del 40 % (Banco Mundial, 2020). Una alternativa para mejorar esta situación es implementar el gobierno electrónico por sus beneficios (Pérez, 2017).

Según Macera (2017) los ingresos fiscales del Perú en relación al PBI son de 19%, en la región de 22% y en los países de la OCDE de 34%. En Perú, el acatamiento de los deberes tributarios se determina en base al modelo de la autodeterminación del tributo, debiendo cumplir con las mismas que exige el fisco, pudiendo ser ejecutadas coactivamente por la autoridad tributaria - SUNAT (Cárdenas, 2020, p. 241); de acuerdo con un estudio realizado por Mamani (2019) el 45% de las Mypes del sector comercial (rubro prendas de vestir) de Tacna, cumplen oportunamente las obligaciones tributarias. A consecuencia de la pandemia del Covid-19, la SUNAT (2020) emitió la R.S. N° 055-2020/SUNAT, en la cual se consideraron pautas para viabilizar el acatamiento de los deberes tributarios por la declaratoria de emergencia nacional y catorce días después la SUNAT (2020) emitió la R. S. N° 065-2020/SUNAT ampliado estas medidas.

Cómo una de sus labores que cumple la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, es la difusión de los diferentes impuestos que tiene a su cargo, utilizando la atención presencial en sus oficinas en la orientación al contribuyente, vía llamadas telefónicas, en las redes sociales, vía chat Boot en la página web de la institución, charlas en universidades y colegios, buzón de Sunat en la página web, en afiches y trípticos disponibles en los centros de atención al contribuyente; sin embargo, se ha podido percibir que no todos los

contribuyentes conocen con certeza las diferentes obligaciones que se tienen que consumir con la autoridad tributaria, provocando la falta de acatamiento de sus obligaciones tributarias, incurriendo en infracciones, las cuales son sancionadas con multas, lo que conlleva a los agentes económicos a cancelar Registro Único del Contribuyente respectivo, incrementando la informalidad y la evasión tributaria.

La región Tacna se caracteriza por el dinamismo de la actividad comercial, es así que el Centro Comercial Tacna Centro, atiende mayormente a clientes de nacionalidad chilena, en servicios de imprenta, confecciones y venta de suministros para computadoras entre otros productos; en base a la opinión de los microempresarios la difusión tributaria por parte de la Sunat es limitada, lo que no les permite mantenerse actualizados de las normas tributarias, de los beneficios y deberes como contribuyentes, situación que consideran desfavorable y se constituye en una amenaza al normal desarrollo de sus actividades productivas y comerciales; esto podría incidir en el bajo nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias (formales y sustanciales), conllevando a infracciones que son sancionadas con multas onerosas por la Sunat, provocando la baja definitiva del Registro Único del Contribuyente y por ende el incremento de la informalidad.

En ese sentido la formulación del problema general del trabajo de investigación se planteó para saber con precisión: ¿Cuál es la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?, en la misma línea se plantearon los problemas específicos del trabajo de investigación para establecer categóricamente: a. ¿Cuál es la relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?, b. ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021? y, c. ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?.

Se justificó teóricamente con el propósito, conocer con mayor detalle el proyecto de transmisión tributaria de Sunat en opinión de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, para ser contrastado con la obediencia de las obligaciones tributarias sustanciales y formales, de esta forma, identificar los

principales inconvenientes que tienen los contribuyentes con el cumplimiento de las mismas. Se justificó metodológicamente con la intención de aplicar dos instrumentos utilizados en otra investigación, a los cuales se le realizaron algunas adaptaciones, demostrando validez y confiabilidad para ser utilizados en otros estudios similares. Se justificó de forma práctica, debido a que existe la necesidad de que los contribuyentes del Centro Comercial Tacna Centro cumplan con sus obligaciones tributarias, evitando dar de baja el Registro Único del Contribuyente, evitando la baja de la recaudación de impuestos.

En el mismo sentido la formulación del objetivo general del trabajo de investigación se diseñó para: Determinar la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021, en la misma línea se plantearon los objetivos específicos del trabajo de investigación teniendo los propósitos de: a. Determinar la relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021, b. Determinar la relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021 y, c. Determinar la relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Teniendo como referencia los problemas y los objetivos planteados, se formuló la hipótesis general del trabajo de investigación para verificar si: Existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?, en la misma línea se plantearon las hipótesis específicas del trabajo de investigación para verificar con solvencia si: a. Existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021, b. Existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021 y, c. Existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

II. MARCO TEÓRICO

El capítulo empieza presentando los antecedentes de investigaciones nacionales como es el caso de Gutiérrez (2021) en el estudio cultura tributaria y obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial Polvos Rosados; el autor concluyó que, el 75,3% de los comerciantes poseen un alto nivel de conciencia tributaria, el 63,9% poseen un alto nivel de educación tributaria, el 68,1% poseen un nivel alto de cultura tributaria, el 76,3% tienen un alto nivel de conocimientos de las obligaciones formales, el 64,9% poseen un alto nivel de conocimientos de las obligaciones sustanciales, el 68,0% poseen un alto nivel de conocimientos de las obligaciones tributarias. Concluyó que, existe una relación positiva fuerte y altamente significativa ($r=0,785$ y p -valor 0,000) con una seguridad estadística del 95% entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del Centro Comercial “Polvos Rosados”.

Gómez et al. (2021) en el estudio cumplimiento de obligaciones tributarias y la recaudación del impuesto general a las ventas; los resultados mostraron que, el 67.65% expresan que su emprendimiento posee el RUC y el 32.35% no tiene el Ruc, el 36.76% declaran que su panadería pertenece al régimen tributario (RUS o MYPE), sin embargo, el 10.29% declaran que su negocio no se encuentra inscrito en algún régimen tributario, el 32.35% señalan que a veces efectúan una determinación y cálculo de su IGV, asimismo el 14.71% declaran que nunca efectúan una determinación y cálculo del IGV, el 27.9 % establecen y calculan el IGV, sin embargo, un 72.10% no calculan siempre el IGV, por lo que se puede afirmar, que mayormente las panaderías incumplen con regularidad el pago del IGV. Concluyeron que, hay una correspondencia positiva y altamente demostrativa entre el cumplimiento de obligaciones tributarias y la recaudación del IGV.

Terrones (2021) en el estudio cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los microempresarios del cuero; los resultados mostraron que, de los 30 microempresarios considerados en el estudio del sector del Boulevard del Cuero, se tiene que el 43.33% manifestaron casi siempre, un 30% a veces, el 16.67% respondieron casi nunca y el 10% respondieron siempre, es decir, los microempresarios no están informados acerca de la cultura tributaria; en lo que concierne a las obligaciones tributarias, el 36.67% respondieron casi nunca,

el 33.33% casi siempre, el 23.33% a veces y el 6.67% siempre, es decir, un porcentaje importante de los microempresarios incumplen con sus obligaciones tributarias. Concluyó que, el p-valor es 0,00 ($<$ a 0,05), esta cifra permite afirmar la existencia de una relación significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias, asimismo, el coeficiente de correlación de 0,840 es positivo y alto.

Rosales y Córdova (2020) en el estudio programa de difusión tributaria SUNAT y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones; los resultados mostraron que, en un 52 % el nivel de difusión de los programas tributarios es moderado, sin embargo, para un 48% el nivel es alto, esto se debe a que la autoridad tributaria cada vez tiene mayor presencia en los comerciantes con el propósito de implementar los diferentes programas relacionados con la difusión tributaria de Sunat, a consecuencia de esto, se obtiene un 87% de nivel alto del cumplimiento de los compromisos tributarios y un 13% en el nivel medio, mostrándose una mejora sustancial en el acatamiento de los deberes de los negociantes. Concluyeron que, el programa de difusión tributaria Sunat y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes, tienen una correlación positiva moderada, al obtener el valor del Rho de Spearman de $r= 0.522$.

Tuesta y Espinoza (2019) en el estudio impacto de las obligaciones tributarias electrónicas en la formalización de las micro y pequeñas; los resultados mostraron que, la actual legislación que norma las obligaciones de los colaboradores a pagar los tributos a través de las tecnologías de la información, todavía no logra cumplir con su propósito, convirtiéndose en un desafío para la autoridad tributaria; desde enero del 2017 que entró en vigencia el régimen Mype, no se ha conseguido cumplir con el propósito para el cual fue diseñado, muy por el contrario, afectando la base tributaria. Concluyeron que, en el periodo de estudio que comprende el 2008 al 2017, el acatamiento de los deberes tributarios no logró un efecto favorable en formalizar a la Mype peruana, persistiendo aún índices altos de informalidad en referencia al pago de tributos en la economía nacional, con una presión tributaria de 12.9% en lo concerniente al año 2017.

Se presentan los estudios internacionales como en Ecuador; Paredes et al. (2022) en el estudio income tax for microenterprises in the Covid-19 pandemic; los resultados mostraron que, las microempresas han asumido una serie de dificultades en distintos campos, en el caso de Ecuador tuvieron que afrontar un

impuesto no proporcional a sus ganancias, develándose una serie de inconvenientes en la cancelación del impuesto a la renta el año 2020 en que se inició la pandemia, afectando el nivel de ventas, provocando déficits económicos y contradictoriamente pagando más impuestos; con estos sucesos se pudo develar lo injusto del régimen impositivo a las microempresas en Ecuador, sobre todo para las que logran un mínimo margen de utilidad al encontrarse gravadas sobre el valor de las ventas. Concluyeron que, este trabajo permitió identificar impactos negativos en estas microempresas en el escenario de la crisis económica mundial.

En Colombia; Matta et al. (2021) en el estudio variables que inciden en el cumplimiento de obligaciones tributarias; los resultados mostraron que, el 53% de los vendedores tienen entre 3 a 5 años de actividad, 92% de los establecimientos se encuentran registrados; 72 % identifican las obligaciones y responsabilidades fiscales, 53 % conoce las sanciones por incumplir las obligaciones tributarias; 32% califican como sobresaliente el proceso de cobro; 37% reconocen la falta de profesionales contables que los asesore, 29% tienen dificultad de recolectar la información exigida, 16% no conocen las fechas para declarar y pagar; 78% desconocen los beneficios tributarios, 70% reconocen la existencia de escudos fiscales y 49% sugieren mejorar la relación de la autoridad tributaria y contribuyentes. Concluyeron que, un porcentaje distintivo de los propietarios de negocios comerciales tienen un alto grado de desconocimiento del tema tributario.

En Ecuador; Gualpa et al. (2020) en el estudio causes of non-compliance with formal duties of taxpayers; los resultados mostraron que, el 1% de los entrevistados sus edades fluctúan de 15 - 20 años, el 43% se encuentra en 21 a 30 años, el 49% se ubica en 31 - 50 años y entre 51 - 70 años el 6%, además, el 51% pertenecen a los varones y el 49% a mujeres; la falta de educación en cultura tributaria media en el acatamiento de las obligaciones formales; una proporción representativa de contribuyentes casi siempre emite los documentos que ampara sus operaciones, del mismo modo existe un porcentaje importante que su comportamiento es lo contrario. Concluyeron, que se puede evidenciar que la instrucción formal no influye en el acatamiento de los deberes tributarios, debido a esto, la administración tributaria tiene que continuar con su difusión y el control en lugares urbanos y rurales en la ciudad de Azogues.

En Ecuador; Santillán et al. (2019) en el estudio la cultura tributaria en el sector artesanal y su efecto en el cumplimiento de obligaciones; los autores demostraron que, el análisis de la cultura tributaria entre los artesanos ecuatorianos muestra que un alto porcentaje de los contribuyentes del gremio, alrededor del 53%, no aprovechan en su totalidad de los beneficios que otorga su profesión; entre las más importantes causas resaltan la falta de conocimiento por el insuficiente interés de los contribuyentes y la mala interpretación de los beneficios que otorga la denominación de artesano, siendo la tenencia del título mencionado el requisito principal, pero no el único para conseguir beneficios tributarios. Concluyeron que, el bajo nivel de participación de los contribuyentes en el ámbito tributario, genera informalidad en el desarrollo de sus labores, evasión de impuestos, baja recaudación, sanciones por infracciones y, en general, pérdidas para el Fisco.

En Ecuador; Ponce (2018) en el estudio *ignorance of tax obligations and their impact on income tax*; los resultados señalan que, con la divulgación fiscal puede mejorar la recaudación anual y reducir las brechas tributarias que permiten recaudaciones más sólidas. La actuación del contribuyente se va caracterizar siempre por mostrar predisposición de pagar menos tributos, por esa razón, la responsabilidad recae en la autoridad tributaria para continuar con las estrategias de capacitación, control y sanción, las cuales no pueden reducirse, muy por el contrario deben acrecentarse con el soporte tecnológico disponible, con la finalidad de que los pagos de tributos se encuentren acorde con su realidad económica de contribución y no sea un cumplimiento parcial. Concluyó que, la incomprensión de los deberes tributarios depende de la educación del contribuyente y de los lineamientos educativos del Estado, afectando al crecimiento y el bienestar del país.

La variable programa de difusión tributaria se define como una serie de actividades previstas para ser difundidas a través de diversos canales informativos, en los que se divulgan contenidos relativos a la materia tributaria, de acuerdo a las disposiciones legales actuales, dictados y diseñados por expertos de la autoridad tributaria (Rosales y Córdova, 2020, p. 33). Una serie de actividades de adiestramiento en materia tributaria consistentes en leyes y reglamentos realizadas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Yman e Ynfante, 2016, p. 119). En base a estas definiciones un programa de difusión tributaria está diseñado para divulgar los diversos temas tributarios y capacitar a

los contribuyentes y potenciales contribuyentes, para ello, hace uso de los diferentes canales de difusión tanto tradicionales como los modernos, con la participación de especialistas en materia tributaria del país.

En el Decreto Supremo N° 135-99-EF (2013) se publicó el Texto Único Ordenado del Código Tributario estableciéndose en el Artículo N°084 la orientación al contribuyente, siendo una obligación de la Administración Tributaria suministrar información verbal, orientación, instrucción y apoyo al contribuyente. El programa de difusión tributaria está diseñado para atender las necesidades de orientación a los contribuyentes, a los estudiantes del nivel secundaria y primaria enfocándose en la formación tributaria y aduanera con el propósito de promover conductas positivas como: exigir boleta de venta y rechazar el contrabando, a nivel de universidades a través de los encuentros universitarios tributarios y aduaneros convirtiéndose en ámbitos de transmisión y robustecimiento de la cultura tributaria y aduanera, el curso gratuito virtual y con certificación para docentes en educación tributaria y también la información ofrecida está dirigida para el público en general.

Referente a las dimensiones se considera como primera dimensión a los medios informativos que según McBirney (2017) son instrumentales de comunicación utilizados para enviar información particular o paralelamente a un grupo de personas específicas. Es preciso señalar que la administración tributaria se encarga de realizar diversas actividades programadas en su plan operativo institucional que están a cargo de especialistas como la orientación al contribuyente en las distintas sedes de Sunat a nivel nacional, las charlas especializadas en los colegios de contadores con las que tiene convenio institucional, las charlas en los colegios, en los campus universitarios, en las municipalidades y en gremios que lo solicitan; además de los afiches y trípticos informativos distribuidos en los centros de servicios al contribuyente, con estas actividades se brinda la información necesaria sobre el pago y la declaración de los distintos deberes tributarios.

Como segunda dimensión se tiene a los medios de comunicación tradicionales tal como lo sostiene Muniz (2019) haciendo referencia a canales, medios o formas de comunicación y dentro del programa de difusión tributaria de Sunat se tienen a: la vía telefónica a través de la central de consultas y los spots publicitarios en televisión, radio, prensa escrita, revistas o publicaciones especializadas (SUNAT, 2021, pp. 18-19). Finalmente, como tercera dimensión se

tiene a los canales de comunicación virtuales, afines con el uso de las tecnologías de la información, basado en audio y vídeo para conectarse con individuos que no están presentes físicamente; en el caso del programa de difusión tributaria de Sunat se tienen a: las redes sociales Instagram, Twitter, Facebook y el canal de YouTube en donde las interrogantes son atendidas en un plazo máximo de 24 horas y el chat web a través de la asistente virtual “Sofía”.

En cuanto a la variable obligaciones tributarias el artículo 01° del Texto Único Ordenado del Código Tributario (2013) refiere que es de derecho público; es el nexo que vincula al acreedor con el deudor tributario, fijado por ley, con el propósito del cumplimiento de la obligación tributaria, pudiendo ser exigido a través de procedimientos coactivos. Galarza et al. (2022, p. 4) afirma que una obligación tributaria es un deber tributario legal para una empresa pagar impuestos a la sociedad a través de una agente de recaudación, por lo que es primordial contar con un sistema recaudador de impuestos en una sociedad moderna. Es preocupación del Estado el incumplimiento de las mismas, este hecho se confirma con el alto nivel de informalidad de la economía, la cual se encuentra alrededor del 80% provocando un entorno desfavorable en la prestación de servicios básicos de calidad por parte del Estado a la población en su conjunto.

Conforme al artículo 2° del TUO del Código Tributario (2013) la obligación tributaria surge cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. En el artículo 4° del TUO del IGV e ISC (1999) la obligación tributaria nace de la comercialización de bienes desde el momento en que se emite el comprobante de pago, al retirar los bienes o en la fecha del comprobante de pago; en la prestación de servicios de manera similar al momento en que se genera el comprobante de pago o al recibir la contraprestación, cuando se trata de servicios como el suministro de agua potable, energía eléctrica, servicios finales telefónicos, se origina al momento de percepción del ingreso o en la fecha de terminación establecida por el proveedor, o lo que suceda primero. Se debe precisar que el sujeto pasivo tiene la obligación del pago de tributos al Estado (sujeto activo), contando con el respaldo legal de la Constitución y demás leyes.

Son dos las dimensiones que comprende esta variable, primeramente son las obligaciones sustanciales definidas entre el artículo 87° y 90° del TUO del Código Tributario (2013) referidas a la formalización para esto el contribuyente

deberá cumplir con los procedimientos de inscripción ante la autoridad tributaria y así obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC) ya sea en la condición requerida, los trámites que en la condición de contribuyente debe realizar para cumplir con las declaraciones y pagos de los tributos a los cuales se encuentra afecto además de otros trámites que sean necesarios para un correcto cumplimiento de las normas, el cronograma de pagos emitido por la autoridad tributaria con periodicidad anual en donde se detalla la fecha de vencimiento de acuerdo al último dígito del número de RUC y la entrega de los comprobantes de pago que acreditan el traspaso formal de bienes o la prestación de servicios.

Referente a la segunda dimensión denominada obligaciones formales, son aquellas responsabilidades accesorias a las obligaciones sustanciales teniendo su origen en la existencia del sujeto pasivo (contribuyente) y el sujeto activo (Estado) con el propósito de que se efectúe el pago de los impuestos. Estas obligaciones son de responsabilidad del contribuyente como de la administración tributaria (Estado) y se ejecutan por parte del sujeto pasivo a través del llenado de formularios, trámites presenciales o virtuales tanto las personas naturales como jurídicas, en contraposición de ello el sujeto activo tiene la responsabilidad de facilitar el acatamiento de los deberes formales y sustanciales brindando la orientación respectiva. El pago del impuesto a la renta, el pago del impuesto general a las ventas, el pago de las multas impuestas por infracciones de los contribuyentes entre otros conceptos son obligaciones formales que se deben de cumplir.

Se expone unos términos que permiten comprender el tema de investigación; como el *contribuyente* es el sujeto que ejecuta, o respecto del cual se origina el hecho que da inicio a la obligación tributaria (Ministerio de Economía y Finanzas, 2015). *Cultura tributaria* es el conjunto de presupuestos elementales sobre el comportamiento de la población que visualiza qué hacer y qué no hacer en relación con el pago de los impuestos nacionales, que deriva en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias (Amasifuen, 2016). *Evasión tributaria* es la no cancelación de la obligación tributaria, lo que da como resultado una sanción tal como lo establece la legislación actual, esto debido a que se identifica claramente la falta de cumplimiento de la obligación tributaria (Echaiz y Echaiz, 2014). *Deudor tributario*, es el sujeto que tiene la obligación de cumplir con las prestaciones tributarias, en la condición de contribuyente o responsable (SUNAT, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación empleado en el estudio fue aplicada, tal como lo sostiene Valderrama (2016, p. 39), también denominada práctica, empírica, activa o dinámica; estos estudios tienen como propósito el conocer para concebir, proceder, edificar y transformar; su principal preocupación es la aplicación directa a una situación concreta.

El diseño de investigación elegido para la tesis fue no experimental – transversal y de acuerdo con Arbaiza (2014, p. 143-144) es decir, se realizó sin haber manipulado de forma intencional las variables independientes, sino que los fenómenos se estudiaron tal y como sucedieron en su ambiente natural; además se obtuvieron los datos sobre lo que sucedió en un momento único.

El nivel correlacional tuvo como propósito medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables (Santiesteban, 2018, p. 15), en esa línea se midió la correlación entre la variable independiente: difusión tributaria de Sunat y la variable dependiente: obligaciones tributarias.

3.2 Variables y operacionalización

Variable independiente: Difusión tributaria Sunat

Definición conceptual: Una serie de actividades previstas para ser difundidas a través de diversos medios de comunicación y medios informativos, en los que se divulgan contenidos relativos a la materia tributaria, de acuerdo a las disposiciones legales actuales, dictados y diseñados por expertos de la autoridad tributaria (Rosales y Córdova, 2020).

Definición operacional: La variable difusión tributaria de Sunat, es una variable cualitativa que fue medida a través de un cuestionario dirigido a los microempresarios del centro comercial Tacna Centro y tuvo una escala de valoración de Likert para las respuestas planteadas.

Indicadores: En la dimensión medios informativos: orientación al contribuyente, charlas especializadas, afiches y trípticos; en la dimensión medios de comunicación tradicionales: vía telefónica y spot publicitario, y medios de comunicación virtuales: redes sociales y chat web.

Escala de medición: Ordinal

Variable dependiente: Obligaciones tributarias

Definición conceptual: Refiere que es de derecho público; es el nexo que vincula al acreedor con el deudor tributario, fijado por ley, con la finalidad del cumplimiento de la prestación tributaria, pudiendo ser exigido a través de procedimientos coactivos. Artículo 1° del Texto Único Ordenado del Código Tributario (Ministerio de Economía y Finanzas, 2013).

Definición operacional: La variable obligaciones tributarias, es una variable cualitativa que fue medida a través de un cuestionario dirigido a los microempresarios del centro comercial Tacna Centro y tuvo una escala de valoración de Likert para las respuestas planteadas.

Indicadores: En la dimensión obligaciones formales: formalización, trámites, cronogramas y comprobantes de pago; en la dimensión obligaciones sustanciales: el pago del impuesto general a las ventas, el pago del impuesto a la renta y las multas.

Escala de medición: Ordinal

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

La población se constituye en un grupo de todos los casos que coinciden con detalles establecidos (Hernández y Mendoza, 2018, p. 199). En esa línea, se consideró a los microempresarios dedicados a actividades comerciales y productivas en el centro comercial "Tacna Centro" de la ciudad de Tacna, en concordancia con la información entregada por la administración del establecimiento comercial, los microempresarios fueron un total de 280.

- **Criterios de inclusión:** Los microempresarios que se encontraban realizando actividades comerciales y productivas de forma regular en

el centro comercial “Tacna Centro” al momento de la realización de la investigación.

- **Criterios de exclusión:** Los microempresarios que no tuvieron regularidad realizando en sus actividades comerciales y productivas en el centro comercial “Tacna Centro” al momento de la recolección de datos.

Muestra

Muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que se le denomina población (Behar, 2008, p. 51). Se estimó el tamaño de muestra, a través de procedimientos no probabilísticos, optando por una muestra de 100 microempresarios.

Muestreo

Se eligió la alternativa del muestreo no probabilístico, por el hecho de que todo integrante de la población no tiene una probabilidad determinada, tampoco conocida, de conformar la muestra; los criterios de selección no son estadísticos, son racionales y depende del investigador (Vara, 2012, p. 223).

Unidad de análisis

Microempresarios del centro comercial “Tacna Centro” de la ciudad de Tacna.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La más apropiada para el estudio fue la encuesta, se fundamentó en un grupo de preguntas que se diseñaron con la finalidad de lograr datos de la unidad de estudio (Bernal, 2016). Esta técnica de recolección fue la elegida para la realización de la investigación por considerarla la más adecuada.

Instrumento

Para el presente estudio el instrumento más conveniente fue el cuestionario, definido como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (Hernández et al., 2014, p. 217).

El primer cuestionario sobre difusión tributaria Sunat, se consideró el de Rosales y Córdova (2020), adaptado a 3 dimensiones y 20 preguntas formuladas a través de la escala de Likert, con respuestas y valores: siempre (05), casi siempre (04), a veces (03), casi nunca (02) y nunca (01). Los niveles considerados fueron: bajo, medio y alta difusión tributaria.

El segundo cuestionario sobre obligaciones tributarias se consideró el de Rosales y Córdova (2020), conformado por 2 dimensiones y 20 preguntas formuladas a través de la escala de Likert, con respuestas y valores: siempre (05), casi siempre (04), a veces (03), casi nunca (02) y nunca (01). Los niveles considerados fueron: bajo, medio y alto cumplimiento de obligaciones tributarias.

Validez

La validación de los cuestionarios utilizados en el estudio, se determinaron a través del juicio de expertos, así lo refiere Flames (2012, p. 29), es decir, tres especialistas evaluaron el instrumento en los siguientes aspectos: coherencia con los objetivos de la investigación, correspondencia de los ítems con los indicadores establecidos, redacción de las instrucciones y de los ítems y presentación y longitud, para finalmente en base a estas opiniones se decidió la validez. En el proceso los especialistas emitieron un dictamen sustentado en los criterios de pertinencia, relevancia y claridad. En ese sentido, los especialistas indicaron que si existe suficiencia en los cuestionarios para su respectiva aplicación.

Tabla 1

Validación de instrumento por juicio de expertos

Grado académico	Nombres y apellidos	Dictamen
Magíster	Margaret Aurora Riveros Ávila	Aplicable
Magíster	Wilfredo Pinedo Yucra	Aplicable
Maestra	Cynthia Hinojosa Huaracallo	Aplicable

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se define como la estabilidad o firmeza de los resultados obtenidos en la investigación (Pino, 2016, p. 426). Esta condición denota estabilidad y consistencia en los resultados del estudio. Para el estudio, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para estimar la consistencia interna de los datos que forman una escala.

Tabla 2

Estadístico de fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	Ítems
Difusión tributaria Sunat	0,87	20
Obligaciones tributarias	0,75	20

3.5 Procedimientos

Para dar inicio a la investigación en primer lugar, se efectuó una búsqueda de fuentes de información que permitió tener un conocimiento sobre los aspectos: teórico, metodológico y normativo de las variables de estudio. Se presentó una carta a la administración del centro comercial “Tacna Centro” solicitando la autorización para llevar a cabo el estudio, para esto se concertó una cita con la presidenta del centro comercial, en donde se le explicó el propósito de la investigación y que la información tenía fines estrictamente académicos, como resultado de esta gestión se obtuvo el permiso respectivo. Seguidamente se procedió a realizar el levantamiento de datos, el cual tuvo una duración de 30 días de lunes a jueves por la tarde. La información lograda fue ingresada al software estadístico especializado en ciencias sociales denominado SPSS v.23 para su procesamiento y los análisis respectivos.

3.6 Métodos de análisis de datos

A nivel descriptivo se obtuvieron las tablas de acuerdo a los lineamientos del estilo APA versión 7, las cuales fueron analizadas e interpretadas. A nivel inferencial, la correlación se realizó por dimensiones y por variables con el

coeficiente de correlación Rho de Spearman, que permitió comprobar las hipótesis.

3.7 Aspectos éticos

Los aspectos éticos considerados son de vital trascendencia en la ejecución de la investigación, enmarcándonos en los valores del código de ética de la Universidad César Vallejo (2020) aprobado con Resolución de Consejo Universitario N° 0126-2017/UCV en el cual se proponen: *el respeto por las personas en su integridad y autonomía*, de acuerdo a este principio se protegió la dignidad de los microempresarios evitándose la discriminación por su procedencia; *honestidad*, en el proceso de la investigación al respetar los derechos de propiedad intelectual de otros investigadores en temas de difusión tributaria y cumplimiento de obligaciones tributarias; *rigor científico*, al haberse utilizado la metodología de la investigación científica y la guía de elaboración de productos de investigación de la UCV y *responsabilidad*, en el acatamiento de los procedimientos establecidos en la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

De acuerdo al objetivo general: Determinar la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 3

Tabla cruzada difusión tributaria Sunat y acatamiento de obligaciones tributarias

			Obligaciones tributarias			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Difusión tributaria de SUNAT	Bajo	Recuento	1	8	2	11
		% del total	1,0%	8,0%	2,0%	11,0%
	Medio	Recuento	1	10	50	61
		% del total	1,0%	10,0%	50,0%	61,0%
	Alto	Recuento	0	3	25	28
		% del total	0,0%	3,0%	25,0%	28,0%
Total		Recuento	2	21	77	100
		% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%

En la tabla 3, se presentó datos de la variable difusión tributaria de SUNAT y cumplimiento de obligaciones tributarias en opinión de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, predominando el nivel medio – alto con 50,0%; seguido del nivel alto – alto con 25%, estos resultados muestran un buen comportamiento de las variables estudiadas. Esto debido a que la difusión tributaria de Sunat favorece al cumplimiento de obligaciones tributarias, evidenciándose una tendencia similar en el proceder de ambas variables, lo cual indica una aparente relación, por su importancia en el campo de la tributación.

De acuerdo al objetivo específico 1: Determinar la relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 4*Tabla cruzada medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias*

			Obligaciones tributarias			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Medios informativos	Bajo	Recuento	0	1	1	2
		% del total	0,0%	1,0%	1,0%	2,0%
	Medio	Recuento	1	14	32	47
		% del total	1,0%	14,0%	32,0%	47,0%
	Alto	Recuento	1	6	44	51
		% del total	1,0%	6,0%	44,0%	51,0%
Total	Recuento	2	21	77	100	
	% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%	

En la tabla 4, se presentó datos de la dimensión medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias en opinión de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, predominando el nivel alto – alto con 44,0%; seguido del nivel medio – alto con 32%, estos resultados muestran un estado regular del comportamiento de la dimensión medios informativos con la variable cumplimiento de obligaciones tributarias. Esto debido a que la dimensión medios informativos no favorece adecuadamente al cumplimiento de obligaciones tributarias, teniendo un comportamiento distinto, mostrando una relación poco cercana, es decir, los medios informativos no son los más correctos para este caso.

De acuerdo al objetivo específico 2: Determinar la relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 5

Tabla cruzada medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Obligaciones tributarias			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Medios de comunicación tradicionales	Bajo	Recuento	1	9	13	23
		% del total	1,0%	9,0%	13,0%	23,0%
	Medio	Recuento	1	9	48	58
		% del total	1,0%	9,0%	48,0%	58,0%
	Alto	Recuento	0	3	16	19
		% del total	0,0%	3,0%	16,0%	19,0%
Total	Recuento	2	21	77	100	
	% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%	

En la tabla 5, se presentó datos de la dimensión medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias en opinión de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, predominando el nivel medio – alto con 48,0%; seguido del nivel alto – alto con 16%, estos resultados muestran un estado regular del comportamiento de la dimensión medios de comunicación tradicionales con la variable cumplimiento de obligaciones tributarias. Esto debido a que la dimensión medios de comunicación tradicionales favorece al cumplimiento de obligaciones tributarias, teniendo un comportamiento similar, lo cual indica una aparente relación, es decir, estos medios son los más adecuados.

De acuerdo al objetivo específico 3: Determinar la relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 6

Tabla cruzada medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Obligaciones tributarias			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Medios de comunicación virtuales	Bajo	Recuento	1	18	22	41
		% del total	1,0%	18,0%	22,0%	41,0%
	Medio	Recuento	1	3	37	41
		% del total	1,0%	3,0%	37,0%	41,0%
	Alto	Recuento	0	0	18	18
		% del total	0,0%	0,0%	18,0%	18,0%
Total	Recuento	2	21	77	100	
	% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%	

En la tabla 6, se presentó datos de la dimensión medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias en opinión de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, predominando el nivel medio – alto con 37,0%; seguido del nivel bajo – alto con 22%, estos resultados muestran un estado regular del comportamiento de la dimensión medios de comunicación virtuales con la variable cumplimiento de obligaciones tributarias. Esto debido a que la dimensión medios de comunicación virtuales favorece al cumplimiento de obligaciones tributarias, teniendo un comportamiento similar, lo cual indica una aparente relación, por lo que, estos medios son los más adecuados.

4.2 Análisis inferencial

Criterios de decisión

Si la sig. bilateral es $< 0,05$: La H_0 hipótesis nula es rechazada y por ende es aceptada la H_a hipótesis general.

Si la sig. bilateral es $> 0,05$: La H_0 hipótesis nula es aceptada y por ende es rechazada la H_a hipótesis general.

Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Ha: Si existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 7

Correlación entre difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Difusión tributaria de SUNAT	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Difusión tributaria de SUNAT	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	0,370**
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,370**	1,000
		N	100	100

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

En la tabla 7, se muestra la contrastación de la hipótesis general, para ello se aplicó Rho de Spearman, se obtuvo una sig. Bilateral. de 0,000 la cual fue menor a 0,05, en consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna y se comprobó que: Si existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro. Además, se observó un coeficiente de correlación de 0,370 lo cual evidencia que ambas variables poseen una relación baja positivo.

Prueba de hipótesis específica 1

Ho: No existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Ha: Si existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 8

Correlaciones entre los medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Medios informativos	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Medios informativos	Coefficiente de correlación	1,000	0,132
		Sig. (bilateral)	.	0,192
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	0,132	1,000
		Sig. (bilateral)	0,192	.
		N	100	100

En la tabla 8, se muestra la contrastación de la hipótesis específica 1, para ello se aplicó Rho de Spearman, se obtuvo una sig. Bilateral. de 0,192 la cual fue mayor a 0,05, en consecuencia, se rechazó la hipótesis alterna y se aceptó la nula y se comprobó que: No existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro. Además, se observó un coeficiente de correlación de 0,132 lo cual evidencia que la dimensión medios informativos posee una relación muy baja positivo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Prueba de hipótesis específica 2

Ho: No existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Ha: Si existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 9

Correlaciones entre los medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Medios de comunicación tradicionales	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Medios de comunicación tradicionales	Coefficiente de correlación	1,000	0,512**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coefficiente de correlación	0,512**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	100	100

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

En la tabla 9, se muestra la contrastación de la hipótesis específica 2, para ello se aplicó Rho de Spearman, se obtuvo una sig. Bilateral. de 0,000 la cual fue menor a 0,05, en consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna y se comprobó que: Si existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro. Además, se observó un coeficiente de correlación de 0,512 lo cual evidencia que la dimensión medios de comunicación tradicionales posee una relación moderada positivo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Prueba de hipótesis específica 3

Ho: No existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Ha: Si existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.

Tabla 10

Correlaciones entre los medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias

			Medios de comunicación virtuales	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Medios de comunicación virtuales	Coeficiente de correlación	1,000	0,387**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	0,387**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	100	100

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

En la tabla 10, se muestra la contrastación de la hipótesis específica 3, para ello se aplicó Rho de Spearman, se obtuvo una sig. Bilateral. de 0,000 la cual fue menor a 0,05, en consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la alterna y se comprobó que: Si existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro. Además, se observó un coeficiente de correlación de 0,387 lo cual evidencia que la dimensión medios de comunicación virtuales posee una relación baja positivo con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

V. DISCUSIÓN

En esta parte del estudio se destacan los resultados logrados en la investigación, para esto se realizan comparaciones, se detectan diferencias e identifican similitudes en relación a los resultados de los trabajos previos, con la finalidad de profundizar el análisis de los mismos, de esta forma se puede identificar nuevos problemas, que puedan ser sujetos de investigación en próximos estudios.

Respecto a la hipótesis general, de acuerdo al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se muestra una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05; de esta manera se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por tanto: existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021. De igual forma, se muestra una correlación de 0,370; lo cual significa que existe una correlación positiva baja entre las variables. En cuantos los resultados logrados en el estudio de Gutiérrez (2021) que consideró las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias en un centro comercial, señala que existe una relación directa fuerte y altamente significativa ($r=0,785$ y $p\text{-valor}=0,000$) pudiendo destacar la diferencia en el grado de correlación, esto debido a que la variable independiente es distinta, lo que conlleva a afirmar que la cultura tributaria tiene una mayor contribución que la difusión tributaria.

En la misma línea, la investigación de Terrones (2021) concluyó en que existe una relación significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias ($r=0,840$ y $p\text{-valor}=0,000$) en microempresarios del sector cueros, este resultado difiere específicamente en el grado de correlación, lo cual puede ocurrir, debido a que la variable independiente no es difusión tributaria, por lo que la cultura tributaria tiene mayor incidencia en las obligaciones tributarias. Respecto a los resultados del estudio de Rosales y Córdova (2020) sostuvieron que las variables programa de difusión tributaria Sunat y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes, poseen una correlación positiva moderada, al obtener el valor del Rho de Spearman de $r= 0.522$, este resultado difiere en menor medida al Rho de Spearman de $r= 0.370$ con una correlación positiva baja, la explicación a esto, puede estar a que en el primer caso se trata de comerciantes de un mercado y en el presente estudio, son microempresarios de un centro comercial.

Del mismo modo, el nivel de cumplimiento de obligaciones tributarias se ubica en el nivel alto con 77% y en el caso del estudio de Gutiérrez (2021) el 68% poseen un alto nivel de conocimientos de las obligaciones tributarias, como se aprecia, las diferencias no son muy significativas; en el caso de la investigación de Gómez et al. (2021) en la cual afirmaron que la mayoría de las panaderías incumplen con regularidad el pago del IGV a diferencia del 77% de microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro ubicado en el cercado de la ciudad, dedicados en su mayoría al rubro de servicios que si lo cumplen; en lo que concierne a la investigación de Terrones (2021) un porcentaje importante de microempresarios del rubro de cueros incumplen con sus obligaciones tributarias a pesar de ubicarse en el parque industrial de Villa El Salvador, lo cual es la expresión de la informalidad en estas microempresas que no gozan de los beneficios que la autoridad tributaria otorga a los contribuyentes, quedando una labor por realizar.

Según los resultados del estudio de Rosales y Córdova (2020) refirieron que el programa de difusión tributaria SUNAT muestran que un 52% el nivel de difusión de los programas tributarios es moderado, sin embargo, para un 48% el nivel es alto, esto debido a que la autoridad tributaria con más frecuencia tiene mayor presencia en los comerciantes con la finalidad de implementar los diferentes programas relacionados con la difusión tributaria de Sunat, del mismo modo, se obtuvo un 87% de nivel alto del cumplimiento de los compromisos tributarios y un 13% en el nivel medio, lo que demuestra una mejora importante en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes. Sin embargo, en los resultados del estudio realizado, el 61% de los microempresarios consideran que la difusión tributaria se encuentra en el nivel medio, quedando una tarea pendiente por parte de la autoridad tributaria para mejorar esta situación, y en el caso del cumplimiento de las obligaciones tributarias el nivel es alto con 77% y el nivel medio con 21%.

De acuerdo con los resultados de Matta et al. (2021) existen una serie de variables que inciden en el cumplimiento de obligaciones tributarias, siendo la mayoría de ellas, las relacionadas al desconocimiento del tema tributario, lo que acarrea al incumplimiento de las mismas; en el caso de los resultados de Santillán et al. (2019) revelaron que en el análisis de la cultura tributaria de los artesanos ecuatorianos, un alto porcentaje de los contribuyentes del gremio, alrededor del 53%, no aprovechan en su totalidad los beneficios que otorga su profesión, esto

debido a un desconocimiento y falta de capacitación en temas tributarios; esta situación difiere en alguna medida con los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, que exhiben un nivel alto de cumplimiento de obligaciones tributarias con el 77%, a pesar de que el nivel de difusión tributaria de Sunat es medio con el 61%, es decir, la autoridad tributaria no difunde adecuadamente los temas relacionados a los tributos que deben declarar y pagar los microempresarios.

Según los resultados de Gualpa et al. (2020) la falta de formación en cultura tributaria afecta al cumplimiento de las obligaciones formales, por lo que la autoridad tributaria debe de proseguir con su difusión y el control en las zonas rurales de la ciudad de Azogues (Ecuador), en el sector artesanal los resultados de Santillán et al. (2019) concluyeron en que el bajo nivel de participación de los contribuyentes en el ámbito tributario, genera informalidad en sus labores, evasión de impuestos, sanciones por infracciones y pérdidas para el Fisco; en cuanto a los resultados de Ponce (2018) sostuvo que la divulgación fiscal puede mejorar la recaudación anual y reducir las brechas tributarias que permiten recaudaciones más sólidas. Al comparar los resultados de estas investigaciones, se puede apreciar que es vital que la autoridad tributaria refuerce las estrategias de la difusión tributaria en los microempresarios, con el propósito de contribuir en la formación de una cultura tributaria y participar de la problemática relacionado al tema tributario.

En referencia a la hipótesis específica 1, según el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se muestra una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,192 el cual es mayor a 0,05; de esta manera se refuta la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, por tanto: no existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021. De igual forma, se muestra una correlación de 0,132; lo cual significa que existe una correlación positiva muy baja. En cuanto a los resultados de Rosales y Córdova (2020) el coeficiente Rho de Spearman, reveló una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05 de esta forma se acepta la hipótesis alterna, con este resultado permitió afirmar que existe una relación entre los medios informativos y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de Barranca, además el grado de correlación es 0,338 lo que representa un nivel bajo de asociación entre las variables de estudio.

Como se puede evidenciar con los resultados de ambos estudios, los cuales difieren, esto puede ser a causa de que los indicadores de la dimensión medios informativos de la investigación de Rosales y Córdova (2020) son: orientación, charlas y capacitaciones y especialistas, en cambio en el presente estudio realizado los indicadores son: orientación al contribuyente, charlas especializadas y afiches y trípticos; además de ello, el número de ítems es distinto, en el caso de Rosales y Córdova (2020) son seis preguntas a diferencia de los diez ítems contemplados en el presente estudio; sin embargo, es preciso señalar que la labor de la autoridad tributaria en los comerciantes de la provincia de Barranca en lo que concierne a la difusión tributaria, obtuvo mejores resultados a diferencia de la percepción de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, cuyos resultados son ligeramente menores, por lo que es necesario que la autoridad tributaria revise las estrategias referidas a los medios informativos que vienen siendo utilizados.

Respecto a la hipótesis específica 2, en base al coeficiente de correlación Rho de Spearman se muestra una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05; de esta manera se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por tanto: existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021. De igual forma, se exhibió una correlación de 0,512; lo cual significa que existe una correlación directa moderada. De acuerdo a los resultados de Rosales y Córdova (2020) el coeficiente Rho de Spearman, muestra una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05 de esta forma se acepta la hipótesis alterna, con este resultado se permite afirmar que existe una relación entre los medios de comunicación y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de Barranca, además el grado de correlación es 0,495 lo que representa un nivel moderado.

En el caso de la hipótesis específica 2, se puede evidenciar que los valores del coeficiente Rho de Spearman son muy similares, además en ambos casos se acepta la hipótesis alterna; es importante puntualizar que los indicadores utilizados por Rosales y Córdova (2020) para la dimensión medios de comunicación son: spot publicitario, folletos y redes sociales, a diferencia del presente estudio que contempló a los indicadores: vía telefónica y spot publicitario. De acuerdo con estos resultados que muestran similitud se puede inferir que la estrategia de medios de

comunicación implementada por la autoridad tributaria, tanto en los comerciantes de Barranca como en los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro, son muy parecidas, sin embargo, es importante que sean revisadas periódicamente para realizar los ajustes y mejoras pertinentes, para incrementar los niveles de asociación entre la dimensión medios de comunicación con la variable obligaciones tributarias, teniendo en cuenta los cambios rápidos en el contexto empresarial.

En la línea de la hipótesis específica 3, tomando como referencia al coeficiente de correlación Rho de Spearman se muestra una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05; de esta manera se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por tanto: existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021. De igual forma, se muestra una correlación de 0,387; lo cual significa que existe una correlación positiva baja. Según los resultados de Rosales y Córdova (2020) el coeficiente Rho de Spearman, exhibió una significancia bilateral (Sig.) con un valor de 0,000 el cual es menor a 0,05 de esta forma se acepta la hipótesis alterna, con este resultado se permite afirmar que existe una relación entre los medios de comunicación (tradicionales y virtuales) y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los comerciantes de Barranca, la correlación es 0,495 y representa un nivel moderado.

En el caso de la hipótesis específica 3, se optó por dividir la dimensión medios de comunicación, dando origen a una tercera dimensión denominada: medios de comunicación virtuales conformado por los indicadores: redes sociales y chat web; a diferencia del estudio de Rosales y Córdova (2020) cuya dimensión medios de comunicación, que consideró a los indicadores: spot publicitario, folletos y redes sociales; englobando a la dimensión medios de comunicación tradicionales y virtuales. Los resultados de la contrastación de hipótesis, difiere en el grado de correlación para el estudio de Rosales y Córdova (2020) el Rho de Spearman es 0,495 (moderada positiva) y en el caso de la presente investigación es 0,387 (baja positiva) siendo en ambos casos una relación significativa. Es importante considerar a los medios de comunicación virtual de forma separada, debido a que, en la actualidad, las redes sociales Facebook, Instagram, YouTube, Twitter entre otras, tienen un gran nivel de alcance y cada vez son más utilizadas por la gente.

VI. CONCLUSIONES

Primera: De acuerdo al objetivo general, se determinó que la difusión tributaria de Sunat si se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Esto debido a que la difusión tributaria no viene siendo del todo efectiva lo que afecta en alguna medida al cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los microempresarios del Centro Comercial Tacna Centro; por lo tanto, se puede afirmar que, si se eleva la difusión tributaria de Sunat mejorará significativamente el cumplimiento de las mismas.

Segunda: De acuerdo al objetivo específico 1, se determinó que la dimensión medios informativos de Sunat no se relacionan con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Esto debido a que las actividades referidas a la utilización de medios informativos por parte de Sunat, no tiene un efecto favorable en los microempresarios Centro Comercial Tacna Centro, que los motive a cumplir con las obligaciones tributarias.

Tercera: De acuerdo al objetivo específico 2, se determinó que la dimensión medios de comunicación tradicionales de Sunat si se relacionan con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Esto debido a que los medios de comunicación tradicionales tienen la particularidad de llegar a grandes audiencias, con lo que se comprueba, la vigencia estos canales de comunicación como medio de enlace con los microempresarios.

Cuarta: De acuerdo al objetivo específico 3, se determinó que la dimensión medios de comunicación virtuales de Sunat si se relacionan con el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Esto debido a que aún no existe un marcado interés por parte de los microempresarios hacia la digitalización de sus actividades por desconocimiento, lo que genera desconfianza al momento de utilizar las redes sociales y demás plataformas virtuales existentes.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a los directivos del Centro Comercial Tacna Centro, invitar a los funcionarios de Sunat para que brinden asesoría en materia tributaria a través de charlas de capacitación y seminarios de actualización, conducente a la formación de una cultura tributaria en los microempresarios, de esta forma el beneficio se reflejará en el acortamiento de brechas burocráticas que son obstáculos y dificultan la realización de diversos trámites ante la autoridad tributaria, evitando que los microempresarios incrementen los niveles de informalidad.

Segunda: Se recomienda a la Sunat evaluar la eficiencia del uso de los medios informativos que viene utilizando en la difusión tributaria a través de estudios de opinión dirigidos a los microempresarios con una periodicidad anual, que permitan identificar los aspectos favorables y desfavorables del uso de los medios informativos afines con la orientación al contribuyente, charlas especializadas y afiches y trípticos, para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tercera: Se recomienda a la Sunat proseguir con el uso de los medios de comunicación tradicionales por su amplia cobertura y acceso para los microempresarios de Centro Comercial Tacna Centro, destinando los recursos necesarios para seguir utilizando estos canales de comunicación, además de reforzar la presencia de Sunat en el ámbito empresarial y así mejorar los niveles de recaudación fiscal a través del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Cuarta: Se sugiere a los comerciantes del Centro Comercial Tacna Centro, diseñar un plan integral de desarrollo de competencias digitales dirigido a sus socios, a través de charlas, talleres, conferencias y pasantías, tanto de forma presencial como virtual, en los que se traten temas relacionados con los beneficios e importancia de utilizar estas herramientas informáticas, además de temas tributarios, lo cual coadyuvará al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

REFERENCIAS

- Amasifuen, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista de Investigación de Contabilidad Accounting power for business*, 1(1), 73-90.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898
- Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Universidad ESAN.
- Banco Mundial. (2020). *Diversos estudios muestran que es más probable que los ciudadanos paguen impuestos si se lo pide de la forma adecuada*.
<https://www.bancomundial.org/es/results/2020/06/11/studies-prove-citizens-are-more-likely-to-pay-taxes-if-asked-the-right-way>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Ediciones Shalom.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Cárdenas, G. (2020). La educación tributaria en el Perú: Una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *In Crescendo*, 11(2), 241-258. <https://doi.org/https://doi.org/10.21895/incres.2020.v11n2.07>
- Echaiz, D. & Echaiz, S. (2014). La elusión tributaria: Análisis crítico de la actual normatividad y propuestas para una futura reforma. *Derecho & Sociedad*(43),151-167
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/12567/13125>
- Flames, A. (2012). *Trabajo de Grado Cuantitativo y Cualitativo*. Universidad Bolivariana de Venezuela.
- Galarza, J., Ordóñez, J. & Zamora, E. (2022). Importance of strategies in Tax Obligations facing of the Covid-19 Health Emergency in SMEs in Cuenca, Ecuador. *Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(31), 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.46652/rgn.v7i31.878>
- Gómez, I., Giraldo, F., Villafuerte, Ú. & Bustos, N. (2021). Cumplimiento de obligaciones tributarias y la recaudación del Impuesto General a las Ventas en panificadoras del distrito de Oropesa, 2019. *Revista Científica Integración*, 4, 297 - 303.
<https://revistas.uandina.edu.pe/index.php/integracion/article/view/541>

- Guallpa, N., Peralta, R., Yamasqui, R. & Giler, L. (2020). Causes of non-compliance with formal duties of taxpayers: Case Azogues. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 114-130. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2020.5.261>
- Gutiérrez, S. (2021). *La cultura tributaria y las obligaciones tributarias en los comerciantes del centro comercial "Polvos Rosados" - Tacna, 2019*. [Tesis maestría, Universidad Privada de Tacna].
<https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/2086>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Macera, D. (2017). *Instituto Peruano de Economía*. La evasión tributaria en el Perú:
<https://www.ipe.org.pe/portal/nadie-paga-impuestos/>
- Mamani, A. (2019). *Influencia del régimen Mype tributario en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las Mypes del sector comercial del rubro prendas de vestir de la ciudad de Tacna, 2017*. [Tesis maestría, Universidad Privada de Tacna]. <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1102>
- Matta, E., Vergara, Y., Escobar, J. & Roque, D. (2021). Variables que inciden en el cumplimiento de obligaciones tributarias en establecimientos de comercio en Soacha, Colombia. *Revista Cubana de Administración Pública y Empresarial*, 5(2), 1-11. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7536-025X>
- McBirney, J. (2017). *Commonlit El Portal de Comprensión Lectora. ¿Cómo funcionan los medios informativos?*.
<https://www.commonlit.org/es/texts/como-funcionan-los-medios-informativos>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (1999). *Decreto Supremo N° 055-99-EF*. Texto unico ordenado de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo:
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/ley/capitul1.htm>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2013). *Decreto Supremo N° 133-2013-EF, 2013*. Texto Unico Ordenado del Código Tributario:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/tribu_fisc/normativa/TUO_13.pdf

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2015). *Glosario de Términos Tributarios*. Defensoría del Contribuyente y Usuario Aduanero:
https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/glosario_tributario.pdf
- Muniz, L. (2019). *Rockcontent blog*. Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno:
<https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>
- OECD. (2022). *Estadísticas tributarias en América Latina y el Caribe 2022*. OECD Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/58a2dc35-en-es>.
- Paredes, M., Cando, A. d. & Varela, J. (2022). Income Tax for Microenterprises in the COVID-19 Pandemic:. *Sustainability* , 14(5), 1-20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14052537>
- Pérez, L. (2017). *El gobierno electrónico y el cumplimiento de las obligaciones tributarias*. Universidad Técnica de Ambato.
- Pino, R. (2016). *Metodología de la investigación*. San Marcos.
- Ponce, C., Pinargote, A., Chiquito, G., Baque, E., Quiñonez, M., Campozano, G. y Salazar, M. (2018). Ignorance of tax obligations and their impact on Income Tax. *Dominio de las Ciencias*, 4(3), 294-312.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2018.vol.4.n.3.294-312>
- Rosales, F. & Córdova, X. (2020). *Programa de Difusión Tributaria SUNAT y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes provincia Barranca 2018*. [Tesis licenciatura, Universidad Nacional de Barranca]. <https://repositorio.unab.edu.pe/handle/20.500.12935/76>
- Santiesteban, E. (2018). *Metodología de la investigación para las ciencias contables*. Editorial Académica Universitaria.
- Santillán, M., Jaramillo, V., Torres, J., Fernández, M. & Ormaza, M. (2019). La cultura tributaria en el sector artesanal y su efecto en el cumplimiento de obligaciones. *Visión Empresarial*, (9), 41-50.
- SUNAT. (2020). *Glosario de términos sobre cultura tributaria y aduanera*. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
- SUNAT. (2020). *Resolución de Superintendencia N° 055-2020/SUNAT*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/567154/RS_055-2020.pdf

- SUNAT. (2020). *Resolución de Superintendencia N° 065-2020/SUNAT*.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/574424/RS_065-2020.pdf
- SUNAT. (2021). *Plan de Estrategia Publicitaria 2021*. Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/2021/anexo-021-2021.pdf>
- Terrones, D. (2021). *Cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los microempresarios ubicados en el boulevard del cuero del distrito de Villa el Salvador - 2020*. [Tesis licenciatura, Universidad Autónoma del Perú].
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1578>
- Tuesta, S. & Espinoza, J. (2019). El impacto de las obligaciones tributarias electrónicas en la formalización de las micro y pequeñas empresas peruanas. *Revista TZHOECOEN*, 11(4), 51-62.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26495/tzh.v11i4.1234>
- Universidad César Vallejo. (2020). *Resolución de Consejo Universitario N° 0126-2017/UCV*.
<https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/09/C%C3%93DIGO-DE-%C3%89TICA-1.pdf>
- Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
- Yman, L. e Ynfante, S. (2016). *Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes*. [Tesis licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes].
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/182>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Título: Difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro, 2021.					
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Difusión tributaria de SUNAT	Una serie de actividades previstas para ser difundidas a través de diversos medios de comunicación y medios informativos, en los que se divulgan contenidos relativos a la materia tributaria, de acuerdo a las disposiciones legales actuales, dictados y diseñados por expertos de la autoridad tributaria (Rosales y Córdova, 2020).	La variable difusión tributaria de SUNAT, está conformada por las dimensiones: medios informativos y medios de comunicación tradicionales y medios de comunicación virtuales, se realizó una encuesta a los empresarios del centro comercial Tacna Centro, con un cuestionario estructurado con preguntas Likert.	Medios informativos	Orientación al contribuyente	Ordinal
				Charlas especializadas	
				Afiches y trípticos	
			Medios de comunicación tradicionales	Vía telefónica	
				Spot publicitario	
			Medios de comunicación virtuales	Redes sociales	
Chat web					
Obligaciones tributarias	Refiere que es de derecho público; es el nexo que vincula al acreedor con el deudor tributario, fijado por ley, con la finalidad del cumplimiento de la prestación tributaria, pudiendo ser exigido a través de procedimientos coactivos. Artículo 1° del Texto Único Ordenado del Código Tributario (Ministerio de Economía y Finanzas, 2013).	La variable cumplimiento de obligaciones tributarias, está conformada por las dimensiones: obligaciones formales y obligaciones sustanciales, se realizó una encuesta a los empresarios del centro comercial Tacna Centro, con un cuestionario estructurado con preguntas Likert.	Obligaciones formales	Formalización	Ordinal
				Trámites	
				Cronogramas de pago	
			Obligaciones sustanciales	Comprobantes de pago	
				Pago de impuesto a la renta	
				Pago de impuesto general a las ventas	
Multas					

Anexo 2: Matriz de consistencia

TÍTULO: Difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro, 2021.							
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?</p> <p>Problemas específicos: PE1: ¿Cuál es la relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p> <p>Objetivos Específicos: OE1: Determinar la relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación entre la difusión tributaria de Sunat y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p> <p>Hipótesis específicas: HE1: Existe relación entre los medios informativos y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	VARIABLE 1: Difusión tributaria de Sunat				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS
			MEDIOS INFORMATIVOS	- Orientación al contribuyente - Charlas especializadas - Afiches y trípticos	1-10	Ordinal	1=Nunca 2=Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5=Siempre
			MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES	- Vía telefónica - Spot publicitario	11-15		
			MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES	- Redes sociales - Chat web	16-20		
			VARIABLE 2: Obligaciones tributarias				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	NIVELES Y RANGOS

<p>PE2: ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?</p>	<p>OE2: Determinar la relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	<p>HE2: Existe relación entre los medios de comunicación tradicionales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	<p>OBLIGACIONES FORMALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formalización - Trámites - Cronogramas de pago - Comprobantes de pago 	<p>1-10</p>	<p>Ordinal</p>	<p>1=Nunca 2=Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5=Siempre</p>
<p>PE3: ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021?</p>	<p>OE3: Determinar la relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	<p>HE3: Existe relación entre los medios de comunicación virtuales y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPES del Centro Comercial Tacna Centro en el 2021.</p>	<p>OBLIGACIONES SUSTANCIALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pago de impuesto a la renta - Pago de impuesto general a las ventas - Multas 	<p>11-20</p>		

Anexo 3: Cuestionario de difusión tributaria de Sunat

Estimado(a) microempresario, la presente servirá para medir el programa de difusión tributaria de Sunat, en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial, usada exclusivamente para fines de investigación y no serán orientadas para ningún otro propósito, por lo que solicitamos responder con sinceridad, veracidad y total libertad, y no dejar ninguna pregunta sin responder.

Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente, de acuerdo al ítem en los casilleros señalados, se agradece su cooperación. Responda utilizando la siguiente escala: Nunca 1, Casi nunca 2, A veces 3, Casi siempre 4, Siempre 5.

N°	Dimensión 1: MEDIOS INFORMATIVOS	1	2	3	4	5
1	Recurre a las oficinas de la SUNAT para absolver sus dudas sobre cuestiones tributarias que se presentan en el negocio.					
2	El horario de atención de las oficinas de la SUNAT es adecuado.					
3	La orientación al contribuyente que brinda la SUNAT en sus oficinas facilita el pago de tributos.					
4	Las charlas tributarias que realizan la SUNAT son publicitadas adecuadamente.					
5	Asiste a las charlas tributarias que realiza la SUNAT en la provincia de Tacna.					
6	Las charlas que realiza la SUNAT deberían descentralizarse a los principales distritos que conforman la Provincia de Tacna.					
7	Los especialistas de la SUNAT brindan informaciones claras y oportunas en las charlas tributarias.					
8	Los afiches ubicados en las oficinas de la SUNAT ayudan a resolver las dudas en materia tributaria.					
9	Los folletos que elabora la SUNAT ayudan a los microempresarios a estar mejor informados.					
10	Lee constantemente los folletos que le entrega la SUNAT para informarse sobre temas tributarios.					
	Dimensión 2: MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES	1	2	3	4	5
11	La atención de la central telefónica de la SUNAT es rápida.					
12	La orientación al contribuyente a través de la central telefónica de la SUNAT permite resolver las dudas en materia tributaria.					
13	Visualiza spots publicitarios de la SUNAT en algún medio de comunicación.					
14	Los spots publicitarios de la SUNAT ayudan a estar informado sobre nuevas normas o medidas tributarias que se implementan en el país.					

15	Los spots publicitarios de la SUNAT tanto en la televisión y la radio, informan y culturizan a los microempresarios en materia tributaria.					
	Dimensión 3: MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES	1	2	3	4	5
16	Visualiza publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.					
17	Comparte publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.					
18	Las consultas realizadas a la SUNAT a través de las redes sociales Facebook o Twitter fueron absueltas en menos de 24 horas.					
19	El tiempo de espera en el chat web de la SUNAT es apropiado.					
20	La información proporcionada por el chat web de la SUNAT resuelve las dudas en materia tributaria.					

Anexo 4: Cuestionario de obligaciones tributarias

Estimado(a) microempresario, la presente servirá para medir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el Centro Comercial Tacna Centro, 2021. Sus respuestas serán tratadas de forma anónima y confidencial, usada exclusivamente para fines de investigación y no serán orientadas para ningún otro propósito, por lo que solicitamos responder con sinceridad, veracidad y total libertad, y no dejar ninguna pregunta sin responder.

Marque con una X la alternativa que usted considere conveniente, de acuerdo al ítem en los casilleros señalados, se agradece su cooperación. Responda utilizando la siguiente escala: Nunca 1, Casi nunca 2, A veces 3, Casi siempre 4, Siempre 5.

N°	Dimensión 1: OBLIGACIONES FORMALES	1	2	3	4	5
1	El negocio cumple con todos los permisos y autorizaciones para el funcionamiento.					
2	Conoce los requisitos para obtener el Registro Único del Contribuyente.					
3	Identifica en que régimen tributario se encuentra.					
4	Realiza los trámites tributarios en SUNAT de forma directa.					
5	Utiliza la plataforma virtual de la SUNAT para realizar sus trámites de manera online.					
6	Declara y paga de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.					
7	Tiene conocimiento de las sanciones y/o multas por no pagar de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.					
8	La SUNAT orienta para saber la importancia de emitir el comprobante de pago.					
9	Conoce sobre los tributos que se pagan al emitir comprobantes de pago.					
10	Conoce el reglamento de comprobantes de pago.					
	Dimensión 2: OBLIGACIONES SUSTANCIALES	1	2	3	4	5
11	Elabora un plan tributario dentro de los márgenes de la ley para cumplir con el pago de impuestos.					
12	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a la renta.					
13	Realiza el pago del impuesto a la renta en las fechas establecidas por la administración tributaria.					
14	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a las ventas.					

15	El negocio se beneficia con la deducción del IGV como crédito fiscal.					
16	Realiza el pago del IGV en las fechas establecidas por la administración tributaria.					
17	Alguna vez la SUNAT le ha impuesto sanciones y/o multas por no emitir comprobantes de pago.					
18	El pago que se debe efectuar por las tasas le genera algún beneficio.					
19	Las multas y sanciones aplicadas por la SUNAT, evitan el incumplimiento de las obligaciones tributarias.					
20	El fraccionamiento es un mecanismo útil para los contribuyentes con deudas tributarias.					

Anexo 5: Certificado de validez



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DIFUSIÓN TRIBUTARIA DE SUNAT

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN MEDIOS INFORMATIVOS								
1	Recurre a las oficinas de la SUNAT para absolver sus dudas sobre cuestiones tributarias que se presentan en el negocio.	X		X		X	X	
2	El horario de atención de las oficinas de la SUNAT es adecuado.	X		X		X	X	
3	La orientación al contribuyente que brinda la SUNAT en sus oficinas facilita el pago de tributos.	X		X		X	X	
4	Las charlas tributarias que realizan la SUNAT son publicitadas adecuadamente.	X		X		X	X	
5	Asiste a las charlas tributarias que realiza la SUNAT en la provincia de Tacna.	X		X		X	X	
6	Las charlas que realiza la SUNAT deberían descentralizarse a los principales distritos que conforman la Provincia de Tacna.	X		X		X	X	
7	Los especialistas de la SUNAT brindan informaciones claras y oportunas en las charlas tributarias.	X		X		X	X	
8	Los afiches ubicados en las oficinas de la SUNAT ayudan a resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X	X	
9	Los folletos que elabora la SUNAT ayudan a los microempresarios a estar mejor informados.	X		X		X	X	
10	Lee constantemente los folletos que le entrega la SUNAT para informarse sobre temas tributarios.	X		X		X	X	
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES								
11	La atención de la central telefónica de la SUNAT es rápida.	X		X		X	X	
12	La orientación al contribuyente a través de la central telefónica de la SUNAT permite resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X	X	
13	Visualiza spots publicitarios de la SUNAT en algún medio de comunicación.	X		X		X	X	
14	Los spots publicitarios de la SUNAT ayudan a estar informado sobre nuevas normas o medidas tributarias que se implementan en el país.	X		X		X	X	
15	Los spots publicitarios de la SUNAT tanto en la televisión y la radio, informan y culturizan a los microempresarios en materia tributaria.	X		X		X	X	
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES								
16	Visualiza publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X	X	
17	Comparte publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X	X	
18	Las consultas realizadas a la SUNAT a través de las redes sociales Facebook o Twitter fueron absueltas en menos de 24 horas.	X		X		X	X	
19	El tiempo de espera en el chat web de la SUNAT es apropiado.	X		X		X	X	
20	La información proporcionada por el chat web de la SUNAT resuelve las dudas en materia tributaria.	X		X		X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **SI HAY SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **MG. MARGARET AURORA RIVEROS AVILA** **DNI: 46989443**

Especialidad del validador: **Contadora Publica Colegiada - MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA – Especialista en Tributación**

26 de JULIO del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN OBLIGACIONES FORMALES								
1	El negocio cumple con todos los permisos y autorizaciones para el funcionamiento.	X		X		X	X	
2	Conoce los requisitos para obtener el Registro Único del Contribuyente.	X		X		X	X	
3	Identifica en que régimen tributario se encuentra.	X		X		X	X	
4	Realiza los trámites tributarios en SUNAT de forma directa.	X		X		X	X	
5	Utiliza la plataforma virtual de la SUNAT para realizar sus trámites de manera online.	X		X		X	X	
6	Declara y paga de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X	X	
7	Tiene conocimiento de las sanciones y/o multas por no pagar de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X	X	
8	La SUNAT orienta para saber la importancia de emitir el comprobante de pago.	X		X		X	X	
9	Conoce sobre los tributos que se pagan al emitir comprobantes de pago.	X		X		X	X	
10	Conoce el reglamento de comprobantes de pago.	X		X		X	X	
DIMENSIÓN OBLIGACIONES SUSTANCIALES								
11	Elabora un plan tributario dentro de los márgenes de la ley para cumplir con el pago de impuestos.	X		X		X	X	
12	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a la renta.	X		X		X	X	
13	Realiza el pago del impuesto a la renta en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X	X	
14	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a las ventas.	X		X		X	X	
15	El negocio se beneficia con la deducción del IGV como crédito fiscal.	X		X		X	X	
16	Realiza el pago del IGV en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X	X	
17	Alguna vez la SUNAT le ha impuesto sanciones y/o multas por no emitir comprobantes de pago.	X		X		X	X	
18	El pago que se debe efectuar por las tasas le genera algún beneficio.	X		X		X	X	
19	Las multas y sanciones aplicadas por la SUNAT, evitan el incumplimiento de las obligaciones tributarias.	X		X		X	X	
20	El fraccionamiento es un mecanismo útil para los contribuyentes con deudas tributarias.	X		X		X	X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **SI HAY SUFICIENCIA**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: **MG. MARGARET AURORA RIVEROS AVILA** **DNI: 46989443**

Especialidad del validador: **Contadora Publica Colegiada - MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA – Especialista en Tributación**


26 de JULIO del 2022

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DIFUSIÓN TRIBUTARIA DE SUNAT

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN MEDIOS INFORMATIVOS								
1	Recurre a las oficinas de la SUNAT para absolver sus dudas sobre cuestiones tributarias que se presentan en el negocio.	X		X		X		
2	El horario de atención de las oficinas de la SUNAT es adecuado.	X		X		X		
3	La orientación al contribuyente que brinda la SUNAT en sus oficinas facilita el pago de tributos.	X		X		X		
4	Las charlas tributarias que realiza la SUNAT son publicitadas adecuadamente.	X		X		X		
5	Asiste a las charlas tributarias que realiza la SUNAT en la provincia de Tacna.	X		X		X		
6	Las charlas que realiza la SUNAT deberían descentralizarse a los principales distritos que conforman la Provincia de Tacna.	X		X		X		
7	Los especialistas de la SUNAT brindan informaciones claras y oportunas en las charlas tributarias.	X		X		X		
8	Los afiches ubicados en las oficinas de la SUNAT ayudan a resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X		
9	Los folletos que elabora la SUNAT ayudan a los microempresarios a estar mejor informados.	X		X		X		
10	Lee constantemente los folletos que le entrega la SUNAT para informarse sobre temas tributarios.	X		X		X		
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES								
11	La atención de la central telefónica de la SUNAT es rápida.	X		X		X		
12	La orientación al contribuyente a través de la central telefónica de la SUNAT permite resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X		
13	Visualiza spots publicitarios de la SUNAT en algún medio de comunicación.	X		X		X		
14	Los spots publicitarios de la SUNAT ayudan a estar informado sobre nuevas normas o medidas tributarias que se implementan en el país.	X		X		X		
15	Los spots publicitarios de la SUNAT tanto en la televisión y la radio, informan y culturizan a los microempresarios en materia tributaria.	X		X		X		
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES								
16	Visualiza publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X		
17	Comparte publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X		
18	Las consultas realizadas a la SUNAT a través de las redes sociales Facebook o Twitter fueron absueltas en menos de 24 horas.	X		X		X		

19	El tiempo de espera en el chat web de la SUNAT es apropiado.	X		X		X		
20	La información proporcionada por el chat web de la SUNAT resuelve las dudas en materia tributaria.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Wilfredo Pineda Yucra..... **DNI:**.....02429582.....

Especialidad del validador: Especialidad Auditoría y Tributaria.....

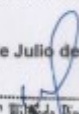
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

...24...de Julio del 2022


M.Sc. CPCC Wilfredo Pineda Yucra
Matrícula NT-1934
Firma del Experto Informante.
Especialidad Auditoría y Tributación

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN OBLIGACIONES FORMALES								
1	El negocio cumple con todos los permisos y autorizaciones para el funcionamiento.	X		X		X		
2	Conoce los requisitos para obtener el Registro Único del Contribuyente.	X		X		X		
3	Identifica en que régimen tributario se encuentra.	X		X		X		
4	Realiza los trámites tributarios en SUNAT de forma directa.	X		X		X		
5	Utiliza la plataforma virtual de la SUNAT para realizar sus trámites de manera online.	X		X		X		
6	Declara y paga de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X		
7	Tiene conocimiento de las sanciones y/o multas por no pagar de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X		
8	La SUNAT orienta para saber la importancia de emitir el comprobante de pago.	X		X		X		
9	Conoce sobre los tributos que se pagan al emitir comprobantes de pago.	X		X		X		
10	Conoce el reglamento de comprobantes de pago.	X		X		X		
DIMENSIÓN OBLIGACIONES SUSTANCIALES								
11	Elabora un plan tributario dentro de los márgenes de la ley para cumplir con el pago de impuestos.	X		X		X		No
12	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a la renta.	X		X		X		
13	Realiza el pago del impuesto a la renta en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X		
14	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a las ventas.	X		X		X		
15	El negocio se beneficia con la deducción del IGV como crédito fiscal.	X		X		X		
16	Realiza el pago del IGV en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X		
17	Alguna vez la SUNAT le ha impuesto sanciones y/o multas por no emitir comprobantes de pago.	X		X		X		
18	El pago que se debe efectuar por las tasas le genera algún beneficio.	X		X		X		
19	Las multas y sanciones aplicadas por la SUNAT, evitan el incumplimiento de las obligaciones tributarias.	X		X		X		
20	El fraccionamiento es un mecanismo útil para los contribuyentes con deudas tributarias.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

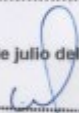
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador. Mg: Wilfredo Pineda Yucra..... **DNI:...**02429582.....

Especialidad del validador:...Especialista en Auditoría y Tributación.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

...24... de julio del 2022


M.Sc. CPCC Wilfredo Pineda Yucra
MATRÍCULA N° 1934
Firma del Experto Informante.
Especialidad: Auditoría y Tributación

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DIFUSIÓN TRIBUTARIA DE SUNAT

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN MEDIOS INFORMATIVOS								
1	Recurre a las oficinas de la SUNAT para absolver sus dudas sobre cuestiones tributarias que se presentan en el negocio.	X		X		X		
2	El horario de atención de las oficinas de la SUNAT es adecuado.	X		X		X		
3	La orientación al contribuyente que brinda la SUNAT en sus oficinas facilita el pago de tributos.	X		X		X		
4	Las charlas tributarias que realizan la SUNAT son publicitadas adecuadamente.	X		X		X		
5	Asiste a las charlas tributarias que realiza la SUNAT en la provincia de Tacna.	X		X		X		
6	Las charlas que realiza la SUNAT deberían descentralizarse a los principales distritos que conforman la Provincia de Tacna.	X		X		X		
7	Los especialistas de la SUNAT brindan informaciones claras y oportunas en las charlas tributarias.	X		X		X		
8	Los afiches ubicados en las oficinas de la SUNAT ayudan a resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X		
9	Los folletos que elabora la SUNAT ayudan a los microempresarios a estar mejor informados.	X		X		X		
10	Lee constantemente los folletos que le entrega la SUNAT para informarse sobre temas tributarios.	X		X		X		
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES								
11	La atención de la central telefónica de la SUNAT es rápida.	X		X		X		
12	La orientación al contribuyente a través de la central telefónica de la SUNAT permite resolver las dudas en materia tributaria.	X		X		X		
13	Visualiza spots publicitarios de la SUNAT en algún medio de comunicación.	X		X		X		
14	Los spots publicitarios de la SUNAT ayudan a estar informado sobre nuevas normas o medidas tributarias que se implementan en el país.	X		X		X		
15	Los spots publicitarios de la SUNAT tanto en la televisión y la radio, informan y culturizan a los microempresarios en materia tributaria.	X		X		X		
DIMENSIÓN MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES								
16	Visualiza publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X		
17	Comparte publicaciones de la SUNAT en las redes sociales como Facebook o Twitter.	X		X		X		
18	Las consultas realizadas a la SUNAT a través de las redes sociales Facebook o Twitter fueron absueltas en menos de 24 horas.	X		X		X		
19	El tiempo de espera en el chat web de la SUNAT es apropiado.	X		X		X		
20	La información proporcionada por el chat web de la SUNAT resuelve las dudas en materia tributaria.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): LOS ÍTEMS PLANTEADOS, CUENTAN CON SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: HINOJOSA HUARACALLO CYNTHIA NOHELY..... DNI: 71056510.....

Especialidad del validador: MAESTRA EN CONTABILIDAD, TRIBUTACIÓN Y AUDITORÍA.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

25 de JULIO del 2022



Cynthia N. Hinojosa Huaracallo
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. 13 - 1489

Firma del Experto Informante.

Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN OBLIGACIONES FORMALES								
1	El negocio cumple con todos los permisos y autorizaciones para el funcionamiento.	X		X		X		
2	Conoce los requisitos para obtener el Registro Único del Contribuyente.	X		X		X		
3	Identifica en que régimen tributario se encuentra.	X		X		X		
4	Realiza los trámites tributarios en SUNAT de forma directa.	X		X		X		
5	Utiliza la plataforma virtual de la SUNAT para realizar sus trámites de manera online.	X		X		X		
6	Declara y paga de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X		
7	Tiene conocimiento de las sanciones y/o multas por no pagar de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT.	X		X		X		
8	La SUNAT orienta para saber la importancia de emitir el comprobante de pago.	X		X		X		
9	Conoce sobre los tributos que se pagan al emitir comprobantes de pago.	X		X		X		
10	Conoce el reglamento de comprobantes de pago.	X		X		X		
DIMENSIÓN OBLIGACIONES SUSTANCIALES								
11	Elabora un plan tributario dentro de los márgenes de la ley para cumplir con el pago de impuestos.	X		X		X		
12	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a la renta.	X		X		X		
13	Realiza el pago del impuesto a la renta en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X		
14	Presenta oportunamente la declaración jurada del impuesto a las ventas.	X		X		X		
15	El negocio se beneficia con la deducción del IGV como crédito fiscal.	X		X		X		
16	Realiza el pago del IGV en las fechas establecidas por la administración tributaria.	X		X		X		
17	Alguna vez la SUNAT le ha impuesto sanciones y/o multas por no emitir comprobantes de pago.	X		X		X		
18	El pago que se debe efectuar por las tasas le genera algún beneficio.	X		X		X		
19	Las multas y sanciones aplicadas por la SUNAT, evitan el incumplimiento de las obligaciones tributarias.	X		X		X		
20	El fraccionamiento es un mecanismo útil para los contribuyentes con deudas tributarias.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): LOS ITEMS PLANTEADOS, CUENTAN CON SUFICIENCIA
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: HINOJOSA HUARACALLO, CYNTHIA NOHELY **DNI:** 71056510

Especialidad del validador: MAESTRA EN CONTABILIDAD, TRIBUTACIÓN Y AUDITORÍA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

25 de JULIO del 2022


 Cynthia N. Hinojosa Huaracallo
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 I.M.A.T. 13 - 1489

Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 6: Solicitud de permiso para recolección de datos

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

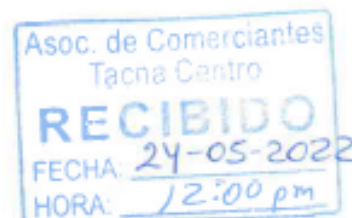
SOLICITUD DE PERMISO PARA UTILIZAR EL NOMBRE DEL CENTRO COMERCIAL
"TACNA CENTRO" Y RECOJO DE INFORMACION PARA UNA INVESTIGACION
ACADEMICA

Tacna, 24 de mayo de 2022

Presidenta

Verónica Casilda Alania Ajalla

Centro Comercial "Tacna Centro"



De mi consideración

Yo, José Luis Dionisio Calderón, con DNI N° 2114033, estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo, solicito a usted el permiso correspondiente para poder utilizar el nombre de la empresa y recojo de información para una investigación académica, que tiene como título, "Difusión Tributaria de SUNAT y Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro, 2021", que tiene como finalidad obtener el título profesional de contador público motivo, por el cual agradezco de forma anticipada las facilidades brindadas. En esa línea, el estudio tiene como objeto analizar en esencia la temática plantada, el cual servirá como guía e informe para que en base a ello se puedan tomar decisiones.

Seguro de su respuesta favorable a la presente, anticipo mis agradecimientos y suscribo.

Atentamente

José Luis Dionisio Calderón

DNI 21140333

Anexo 7: Autorización para recolectar datos



ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES TACNA CENTRO

Inscrita en Libro de Personas Jurídicas de los Registros Públicos N°11005833

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Tacna, 02 de Junio del 2022

CARTA N°005 -2022-A.C.T.C.-C.C.T.C.

Señor

JOSE LUIS DIONISIO CALDERON

Estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad

Universidad Cesar Vallejo

Presente.-

Referencia : Solicitud de fecha 24/05/2022

Es grato dirigirme a usted en referencia a su escrito se le concede el permiso correspondiente para el recojo de información para su investigación académica en nuestro Centro Comercial Tacna Centro con la finalidad de obtener el título profesional del contador público de la Universidad Cesar Vallejo; al término de su investigación académica tenga la amabilidad de dejar una copia de la información recaudada.

Es todo cuanto informo, quedo de usted.

Atentamente,

ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES
"TACNA CENTRO"

FRODICA CASILO MALANIA AJALLA
PRESIDENTE

Anexo 8: Captura de resultados del programa estadístico SPSS

Tabla cruzada difusión tributaria Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias

IBM SPSS Statistics Processor está listo. H-224. W: 1007.0

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Título
 Notas
 Conjunto de datos acti
 Tabla de contingencia

Tablas de contingencia

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO\Documents\resultados.sav

Tabla de contingencia DIFUSION TRIBUTARIA DE SUNAT * OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

			OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
DIFUSION TRIBUTARIA DE SUNAT	BAJO	Recuento	1	1	0	2
		% del total	1,0%	1,0%	0,0%	2,0%
	MEDIO	Recuento	8	10	3	21
		% del total	8,0%	10,0%	3,0%	21,0%
	ALTO	Recuento	2	50	25	77
		% del total	2,0%	50,0%	25,0%	77,0%
Total		Recuento	11	61	28	100
		% del total	11,0%	61,0%	28,0%	100,0%

IBM SPSS Statistics Processor está listo. H-224. W: 1007.0

ES 06:56 p.m. 18/08/2022

Tabla cruzada medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias

IBM SPSS Statistics Processor está listo. H-224. W: 1007.0

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tablas de contingencia
 Título
 Notas
 Tablas de contingencia
 Notas
 Tabla de contingencia MED

Tablas de contingencia

Tabla de contingencia MEDIOS INFORMATIVOS * OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

			OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
MEDIOS INFORMATIVOS	BAJO	Recuento	0	1	1	2
		% del total	0,0%	1,0%	1,0%	2,0%
	MEDIO	Recuento	1	14	32	47
		% del total	1,0%	14,0%	32,0%	47,0%
	ALTO	Recuento	1	6	44	51
		% del total	1,0%	6,0%	44,0%	51,0%
Total		Recuento	2	21	77	100
		% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%

IBM SPSS Statistics Processor está listo. H-224. W: 1007.0

ES 07:19 p.m. 18/08/2022

Tabla cruzada medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias

Tabla de contingencia

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO\Documents\resultados.sav

Tabla de contingencia MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES * OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

			OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES	BAJO	Recuento	1	9	13	23
		% del total	1,0%	9,0%	13,0%	23,0%
	MEDIO	Recuento	1	9	48	58
		% del total	1,0%	9,0%	48,0%	58,0%
	ALTO	Recuento	0	3	16	19
		% del total	0,0%	3,0%	16,0%	19,0%
Total		Recuento	2	21	77	100
		% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%

Tabla cruzada medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias

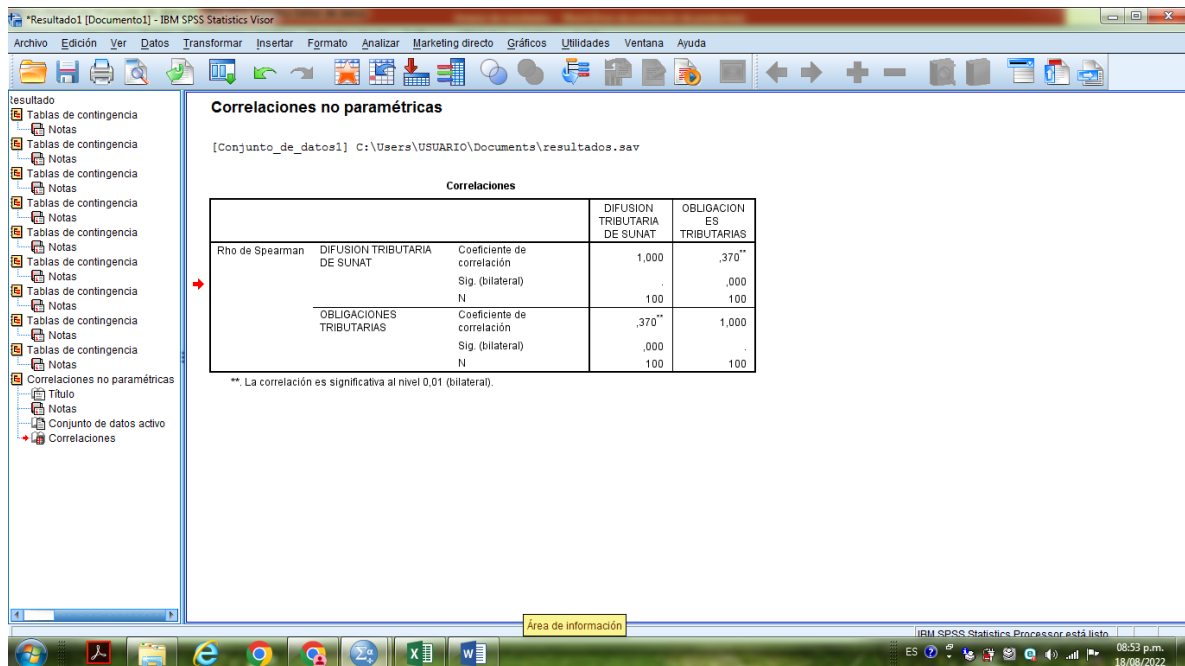
Tabla de contingencia

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\USUARIO\Documents\resultados.sav

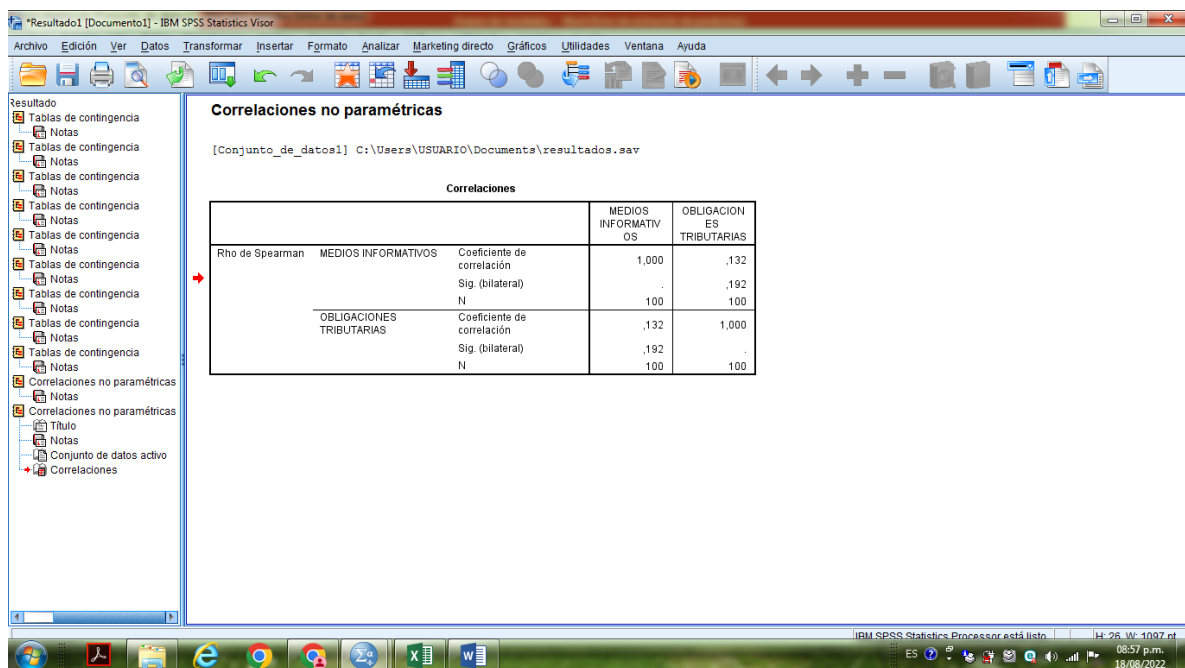
Tabla de contingencia MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES * OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

			OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN VIRTUALES	BAJO	Recuento	1	18	22	41
		% del total	1,0%	18,0%	22,0%	41,0%
	MEDIO	Recuento	1	3	37	41
		% del total	1,0%	3,0%	37,0%	41,0%
	ALTO	Recuento	0	0	18	18
		% del total	0,0%	0,0%	18,0%	18,0%
Total		Recuento	2	21	77	100
		% del total	2,0%	21,0%	77,0%	100,0%

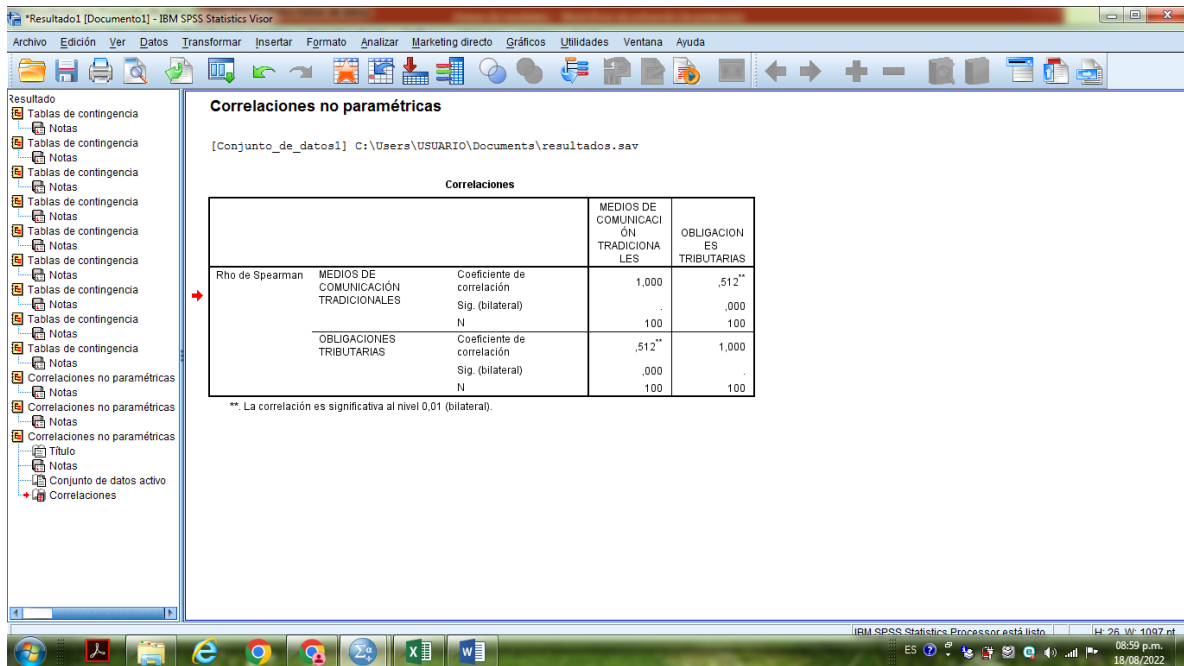
Correlación entre difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de obligaciones tributarias



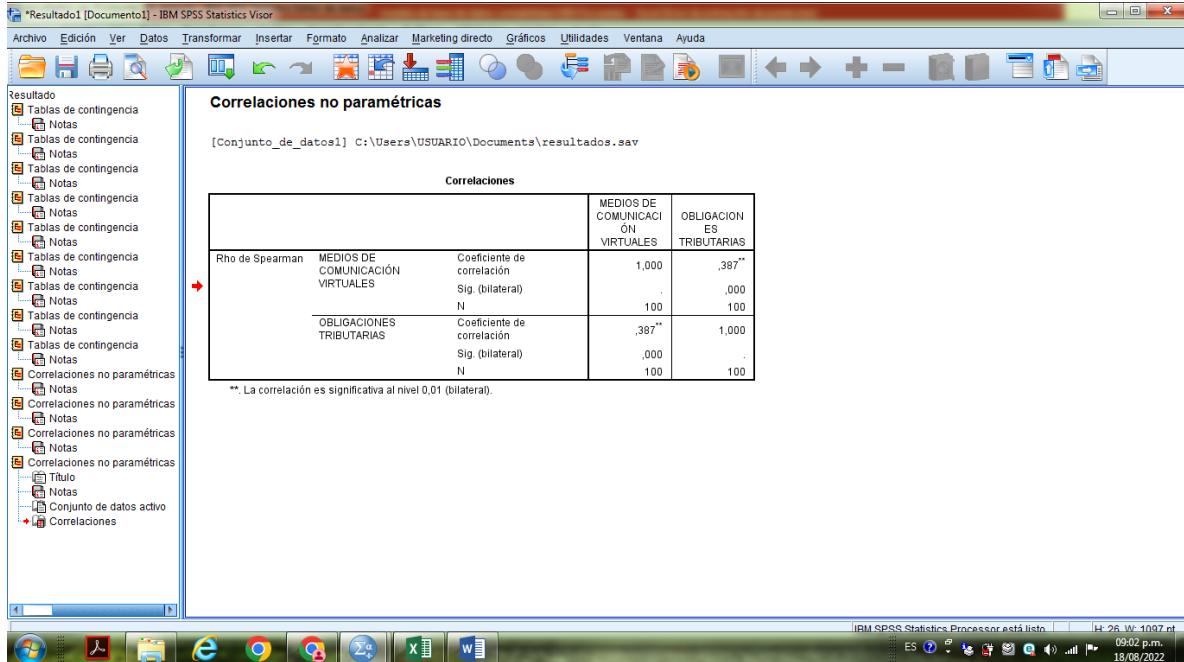
Correlación entre los medios informativos y cumplimiento de obligaciones tributarias



Correlación entre los medios de comunicación tradicionales y cumplimiento de obligaciones tributarias



Correlación entre los medios de comunicación virtuales y cumplimiento de obligaciones tributarias



Anexo 9: Galería fotográfica







UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, QUILIA VALERIO JHOANSSON VICTOR MANUEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Difusión tributaria de Sunat y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MyPEs del Centro Comercial Tacna Centro, 2021.", cuyo autor es DIONISIO CALDERON JOSE LUIS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 10 de Octubre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
QUILIA VALERIO JHOANSSON VICTOR MANUEL DNI: 45151436 ORCID: 0000-0001-8255-2578	Firmado electrónicamente por: JQUILIAV el 10-10- 2022 11:14:48

Código documento Trilce: TRI - 0433423