



ESCUELA DE POSTGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima – 2014

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORES

Br. IVETTE ROSSANA ARTUNDUAGA VARGAS

Br. OSCAR MISHA BUSTAMANTE

ASESOR

Mg. JOSÉ ALBERTO PERALTA PISFIL

SECCIÓN

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO HUMANO

PERÚ - 2015

Dedicatoria

Dedicado a Dios, fuente de vida, por concederme salud para llegar a disfrutar estos momentos y reconocer siempre tu presencia en mi vida.

A mi madre, un ser maravilloso, con una energía inagotable que siempre está dispuesta para mí

Ivette

Dedicado a mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación; tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo durante todo este tiempo.

Oscar

Agradecimiento

A Dios quien nos ha dado fuerza para enfrentar los problemas y nos ha llenado de bendiciones, siendo una de ellas el culminar nuestra maestría.

A mi madre quien a lo largo de toda mi vida ha apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mí en todo momento, sin dudar de mis habilidades.

A mis docentes asesores José Alberto Peralta Pisfil y Silvia Alza Salvatierra por su apoyo, comprensión y oportunas sugerencias en la elaboración de la presente tesis.

Ivette

A Dios por darme fuerzas para enfrentar los obstáculos que se presentaron para culminar nuestra maestría.

A la universidad César Vallejo por brindarnos todas las facilidades necesarias para el enriquecimiento de nuestro conocimiento y desarrollo Profesional.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mí en todo momento, sin dudar de mis habilidades.

Oscar

Declaración Jurada

Yo, Ivette Rossana Artunduaga Vargas, estudiante del Programa. Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 41478752, con la tesis titulada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima - 2014” declaro bajo juramento que:

1. La tesis pertenece a mi autoría compartida con el coautor, Sr. Oscar Misha Bustamante.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
4. De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
5. Si, la tesis fuese aprobada para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lima, 10 de Abril del 2015

Firma.....

Nombres y apellidos: Ivette Rossana Artunduaga Vargas

DNI: 41478752

Declaración Jurada

Yo, Oscar Misha Bustamante, estudiante del Programa. Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado(a) con DNI 10356940, con la tesis titulada “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima - 2014” declaro bajo juramento que:

1. La tesis pertenece a mi autoría compartida con la coautora, Srta. Ivette Rossana Artunduaga Vargas.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para alguna revista.
4. De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.
5. Si, la tesis fuese aprobada para su publicación en la Revista u otro documento de difusión, cedo mis derechos patrimoniales y autorizo a la Escuela de Postgrado, de la Universidad César Vallejo, la publicación y divulgación del documento en las condiciones, procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Lima, 10 de Abril del 2015

Firma.....

Nombres y apellidos: Oscar Misha Bustamante

DNI: 10356940

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, presento la tesis titulada: “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima - 2014”, para obtener el grado de Magíster en Gestión Pública.

La presente tesis tiene como finalidad, determinar si existe relación entre La cultura tributaria y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014.

El documento consta de cinco capítulos, los mismos que se presentan en detalle en la introducción del presente trabajo de investigación.

Los resultados que se obtengan de la presente investigación, beneficiarán no solo al Servicio de Administración Tributaria de Lima, donde se llevó a cabo el estudio, sino a todas aquellas Administraciones o Gobiernos Locales, que deseen servirse de la experiencia, con lo cual el trabajo habrá logrado con creces su cometido.

Los Autores.

Contenido

	Página
Página del Jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad	iv
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRATC	xi
I. Introducción	12
Antecedentes	14
Justificación	39
Problema	40
Problema General	40
Problema Específico	40
Hipótesis	41
Hipótesis General	41
Hipótesis específica	41
Objetivos	41
Objetivo General	41
Objetivos Específicos	41
II. Marco Metodológico	42
2.1. Variables	43
Definición conceptual	43
Variable 1: La Cultura Tributaria	43
Variable 2: El Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias	43
2.2. Operacionalización de Variables	43
Definición operacional	44
2.3. Metodología	46
2.4. Tipo de estudio	47
2.5. Diseño	47
2.6. Población, muestra y muestreo	48
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
2.8. Métodos de análisis de datos	53
III. Resultados	55
IV. Discusión de Resultados	68
V. Conclusiones	71
VI. Recomendaciones	73

VII. Referencias Bibliográficas	76
VII. Anexos	79
1 Matriz de consistencia	80
2 Instrumento de medición de variables	81
3 Validación de Instrumentos	85
4 Base de Datos	89
5 Resultados SPSS	92

Lista de Tablas

	Página
Tabla 1:	Segmentación de los Contribuyentes del Impuesto Predial y Arbitrios 36
Tabla 2:	Segmentación de los Contribuyentes del Impuesto Vehicular 37
Tabla 3:	Recaudación de Tributos - Campaña Masiva 2014 38
Tabla 4:	Operacionalización de la variable: Cultura Tributaria 44
Tabla 5:	Operacionalización de la variable: Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias 45
Tabla 6:	Población establecida para el Estudio 48
Tabla 7:	Muestra Estratificada de Contribuyentes 49
Tabla 8:	Resumen del procesamiento de casos de la variable Cultura Tributaria y sus correspondientes dimensiones 52
Tabla 9:	Resumen del procesamiento de casos de la variable Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias y sus correspondientes dimensiones 53
Tabla 10:	Resumen del procesamiento de casos del cuestionario y sus correspondientes variables 53
Tabla 11:	La Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT. 56
Tabla 12:	El Conocimiento de Obligaciones, en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 57
Tabla 13:	La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT. 58
Tabla 14:	La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 59
Tabla 15:	El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 60
Tabla 16:	La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 61
Tabla 17:	El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 62
Tabla 18:	La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT 63
Tabla 19:	Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Cultura Tributaria y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias 64
Tabla 20:	Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Conocimiento y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias. 65

Tabla 21:	Coeficiente de correlación de Spearman entre las variables Comunicación y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias	66
Tabla 22:	Coeficiente de correlación de Spearman entre las variables Conducta y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.	67

Lista de Figuras

	Página
Figura 1: Recaudación acumulada de Enero - Septiembre 2000 a 2014	21
Figura 2: Proceso Cuantitativo	45
Figura 3: La Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	56
Figura 4: El Conocimiento de Obligaciones en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.	57
Figura 5: La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	58
Figura 6: La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	59
Figura 7: El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.	60
Figura 8: La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	61
Figura 9: El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	62
Figura 10: La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT	63

Resumen

El objeto de esta Investigación fue determinar la incidencia de la cultura tributaria en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima – 2014, en ella se procedió a evaluar a la citada Administración como un caso de éxito debido a su labor de fomentar el cumplimiento de las obligaciones en sus contribuyentes.

Para el estudio se empleó el tipo de investigación correlacional con un diseño no experimental transversal descriptivo. Se analizó la población de 100 personas que asisten a realizar sus pagos en la sede principal.

Para la correlación de datos se empleó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario con escala de medición tipo Likert, por lo que se administró a la muestra 80 personas seleccionadas al azar de acuerdo a la fórmula estándar de muestreo.

Concluyendo que la cultura tributaria está relacionada directamente con el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, según la correlación de Spearman de 0.730, p -valor = .000 < .05 siendo un resultado significativo que nos confirmó la Hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula.

Palabras Claves: Cultura Tributaria – Cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias.

Abstract

The purpose of this investigation was to determine the incidence of the tax culture in timely compliance with tax obligations in the Tax Administration Service of Lima - 2014, it proceeded to evaluate the Administration cited as a success story due to its work of promoting compliance with the obligations in their taxpayers.

Type of correlational research with a cross-sectional descriptive not experimental design was used for the study. We examined the population of 100 people attending to make their payments at Headquarters.

Data correlation was used to survey technique through a questionnaire with Likert-type scale, so it was administered to the sample 80 people selected randomly according to the standard formula of sampling.

Concluding that tax culture is directly related with the timely fulfillment of tax obligations, according to the highly significant $.730$, $p\text{-value} = .000 < .05$ Spearman correlation was confirmed the alternative hypothesis and the null hypothesis is rejected.

Keywords: Culture-tax - Timely fulfillment of tax obligations.

I. Introducción

La representación social conforma el elemento primordial de las manifestaciones culturales que moldean la actitud del hombre en su desempeño como miembro de la sociedad. En ese sentido, se exponen algunos de los principales elementos que caracterizan a la cultura, como expresión social, punto de partida para poder abordar la cultura tributaria, herramienta necesaria para lograr el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias por parte del contribuyente.

Esta necesidad forma parte de la visión de las administraciones tributarias modernas mundiales, cuando se habla de cumplimiento de obligaciones tributarias, varios autores e instituciones lo asocian a factores intervinientes como la falta de cultura tributaria, lo que significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado en cualesquiera de sus manifestaciones.

En el presente estudio se busca conocer la incidencia que presenta la cultura tributaria en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias para ello, se presenta la experiencia del Servicio de Administración Tributaria de Lima en su labor de fomentar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en sus contribuyentes; así también se realiza la revisión de la bibliografía existente sobre las teorías que explican el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias basadas en un fomento de la cultura tributaria.

Con ello, se busca brindar herramientas e indicadores que constituyan una base sólida para plantear el fomento de la cultura tributaria para el logro del cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias, en los gobiernos locales fortaleciendo y mejorando el efecto de sus acciones en beneficio del desarrollo local.

La estructura del trabajo de investigación consta de seis capítulos, los cuales son presentados de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se presenta los antecedentes del tema de estudio, basados en la revisión de la literatura sobre la cultura tributaria y su incidencia en el sistema tributario, y los

enfoques conductuales relacionados con el comportamiento tributario tanto nacionales como internacionales, en los cuales se basa el presente estudio.

En el Capítulo II se expone el procedimiento metodológico seguido en la investigación.

En el Capítulo III se presentan los resultados desagregados de la encuesta aplicada y valida sus resultados utilizando diversas herramientas estadísticas.

En el Capítulo IV se muestra la discusión de los resultados obtenidos en el presente trabajo.

En el Capítulo V se expone las conclusiones a que se llega con la presente investigación.

Finalmente, en el capítulo VI se presentan las recomendaciones para futuros estudios sobre el tema.

Antecedentes

Después de haber realizado una investigación respecto de estudios relacionados a la cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias para el caso de los Gobiernos Locales, no se han encontrado estudios que hacen referencia al cumplimiento de las obligaciones tributarias en el ámbito local; sin embargo se han identificado estudios relacionados a la cultura y su incidencia tanto en el cumplimiento tributario, como con la evasión fiscal, a nivel nacional; por lo cual se consideró importante tomar como referencia dichos trabajos de investigación que guardan relación con el presente tema de estudio:

Nacionales:

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria –SUNAT, en el año 2012 la evasión fiscal fue la más alta de América Latina: ascendió al 50% en el caso del impuesto a la renta (IR) y al 35% en el del impuesto general a las ventas (IGV). Esta situación demuestra el bajo nivel de conciencia tributaria (cultura tributaria) existente en el país, así como la informalidad en la economía, causante de fomentar la competencia desleal entre personas y empresas formales y de afectar el crecimiento económico al no proveer al Estado de financiamiento sostenible para los bienes y servicios públicos.

Según TIMANA Y PAZO (2014 p, 42) en su estudio realizado: "Pagar o no Pagar es el dilema" Las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana, menciona que basados en las investigaciones sobre el comportamiento tributario se puede verificar que el cumplimiento o el incumplimiento en el pago de impuestos es el resultado de considerar opciones y decisiones conscientes, de hacer lo que es más fácil o simplemente no actuar ante una decisión deliberada. Se destaca que los factores que más pueden influir en la toma de decisiones de cumplimiento o incumplimiento tributario son: la cultura tributaria, la influencia social, la percepción de riesgo de ser detectado y sancionado, el conocimiento de las normas que regulan el sistema tributario, la confianza en el Estado (gobierno e instituciones) y la percepción de la equidad del sistema tributario.

Asimismo, respecto a los factores que influyen en el comportamiento del contribuyente menciona que los que más afectan el cumplimiento fiscal son: la cultura tributaria, el riesgo de ser detectado y sancionado por la administración tributaria y las normas sociales.

En este punto, respecto a la cultura tributaria, menciona que esta se ve afectada por otros factores como el conocimiento de las normas tributarias, la equidad percibida del sistema tributario y la confianza en el Estado, por lo que estas definiciones ayudarán en el análisis con el fin de determinar en qué medida el conocimiento de las normas tributarias, la confianza en el Estado (gobierno e instituciones) y la equidad percibida del sistema tributario pueden influir en la aceptación por parte del contribuyente de sus responsabilidades y, sobre todo, si motivan su sentido de responsabilidad para pagar impuestos.

Según ALVA MATTEUCCI (1995) en su artículo: "La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla" publicado en la revista "Análisis Tributario" define a esta como la "interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados".

Esta definición incluye varios elementos:

El primero, es la interiorización de los deberes tributarios. Este elemento alude necesariamente a que los contribuyentes poco a poco y de manera progresiva, busquen

conocer de antemano qué conductas deben realizar y cuáles no, que estén prohibidas respecto del sistema tributario. Aquí es donde normalmente se percibe el factor de riesgo, los contribuyentes observan que es mejor cumplir que faltar a la normatividad tributaria.

El segundo, consiste en cumplir de manera oportuna y voluntaria, que se refiere a que los contribuyentes deben, sin necesidad de coacción, verificar cada una de las obligaciones tributarias que les impone la Ley. Lo importante es que el contribuyente, en ejercicio de sus facultades, desea hacerlas. La coacción no debe intervenir aquí.

Tercero, es que el cumplir acarreará un beneficio común para la sociedad.

Siendo el contribuyente un ser humano, el cual debe pertenecer a una comunidad y disfrutar de los beneficios que ésta le brinda; por ello, cuando se paguen los tributos en el monto y tiempo respectivo, todo contribuyente necesariamente percibirá que se podrán solventar los servicios públicos, se mejorará asimismo su funcionamiento. El Estado podrá dar un eficaz cumplimiento a los servicios dirigidos a la sociedad en general.

Según VALENCIA GUTIERREZ (2013, p 133), en su estudio: ¿Cómo internalizar la cultura tributaria para la gestión exitosa de los tributos? define a la cultura tributaria como aquella que consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario, que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo: los hospitales, colegios, etc.). La falta de cultura tributaria lleva a la evasión. Como es entendible, la cultura tributaria todavía no es comprensible para los operadores tributarios, por lo que tenemos que internalizar el significado de la conciencia tributaria.

Menciona que para la existencia de una cultura tributaria, se debe generar una conciencia tributaria, la cual se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar y tomar posición frente al tributo. La conciencia tributaria tiene dos dimensiones:

- Como proceso: está referido a cómo se forma la conciencia tributaria en el individuo; es decir, a lo que denominamos formación de la conciencia tributaria en el cual concurren

varios eventos que le otorgan justificación al comportamiento del ciudadano respecto de la tributación.

- Como contenido: está referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores del comportamiento del ciudadano respecto de la tributación. Rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que los contribuyentes, las mujeres y los hombres, actúan.
- El resultado del proceso de formación de conciencia tributaria lleva a que la persona adopte una gama de posiciones.
- Desde tolerar la evasión y el contrabando.
- Hasta no tolerar en absoluto la evasión ni el contrabando.

En otras palabras, el proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva y personas con conciencia tributaria negativa.

La diferencia dependerá del entorno familiar y social en el que se ha socializado desde su primera infancia y que lo ha expuesto a un conjunto de valores específicos de su grupo socio-cultural (cultura tributaria de su entorno), especialmente en lo que respecta a la forma particular en que han experimentado su relación la sociedad con el Estado". SUNAT (2012, p.175, 176).

Internacionales:

Para ROBLES, A.(2002), en su tesis titulada " Cultura Tributaria, algunas pautas a seguir en América Latina" evidencia que el contribuyente de América Latina no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía. Si bien para ellos existe una norma socialmente aceptada como lo es la obligatoriedad del pago de impuestos por mandato de Ley, esta norma por diversas razones puede saltarse o desconocerse. Por otro lado, la gran mayoría de los ciudadanos latinoamericanos posee una concepción negativa, desfavorable de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados.

Sin embargo, los Estados están obligados a reformar sus instituciones y sus marcos legales, al mismo tiempo que procurar una formación cívica en los ciudadanos que no sea transitoria y circunstancial. Los Estados deben arrancar desde la temprana edad, con la

niftez en edad escolar, para consolidar sus fines. Inculcar hábitos capaces de formar a los ciudadanos responsables, al hombre responsable para con el Estado y con su familia.

Lo fundamental es que las Administraciones Tributarias deben promocionar e incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, brindándole un amplio abanico de servicios gratuitos en los que se busque acercar herramientas e información, aprovechando al máximo los recursos disponibles y, en este caso, los tecnológicos, que sin duda redundan en un beneficio mutuo para el contribuyente y la Autoridad Fiscal, con la sencillez y la simplificación de los procesos de cumplimiento.

Finalmente, la estrategia para fomentar el cumplimiento voluntario de los contribuyentes debe apoyarse en la vigencia de un sistema tributario simplificado y en una organización interna dinámica, cuyo objetivo sea disminuir los costos administrativos y de cumplimiento tanto para los contribuyentes como para la Administración Tributaria, a través de mejores facilidades tecnológicas y de infraestructura, mayor información, orientación y educación. Todo ello sin dejar de estimular al contribuyente cumplido mediante una eficaz labor de recaudación y fiscalización.

Para ARMAS A.-COLMENARES (2009) en su trabajo de investigación titulado “Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria” señala que, la cultura como hecho social está presente en el quehacer cotidiano del hombre, que aprende y aprehende de su diario interactuar con los miembros de la sociedad, no es hereditaria, sino aprendida, en la medida que se expone a procesos de aprendizaje, en la cual está implícita valores éticos y morales. Ahora bien, la cultura tributaria se debe entender como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y voluntario de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias.

Para PECHO TRIGUEROS, PELAEZ LONGINOTTI Y SANCHEZ VECORENA (2012) en su estudio titulado “Estimación del Incumplimiento Tributario en América Latina 2000-2010” señala el mayor interés reciente de los países de América Latina por medir el

incumplimiento tributario. Si bien, hace algunos años sólo eran trabajos de entidades públicas, universidades, organismos internacionales o instituciones privadas, hoy día es creciente el interés de las Administraciones Tributarias por estas tareas, tal es así, que en un 50% de los países latinoamericanos, sus Administraciones Tributarias tienen experiencia en la medición del incumplimiento tributario de por lo menos un tributo.

En la medición del incumplimiento tributario se hace relevante la influencia de la cultura tributaria de la población y las estrategias que cada país o comunidad aplica para su concientización en su población. Asimismo, no existe un método perfecto ni único, siendo necesario evaluar la aplicación de cada uno (p.e. metodología tributos por obras) en el contexto que se enfrente. Es importante analizar adecuadamente los resultados obtenidos y, más que prestar atención solo al resultado puntual, se hace recomendable observar las tendencias en el tiempo para lo cual es deseable contar con series anuales (históricas) que puedan permitir establecer las mejores políticas tributarias, para poder ampliar de forma efectiva la base tributaria y asegurar la eficiencia recaudatoria.

De acuerdo a CORREDOR Y DÍAZ (2007) define que la importancia de la cultura tributaria está en la propia persona quien es la que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, por lo cual, desarrolla un sentido de solidaridad para con los demás. Asimismo, el cumplimiento de esas obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones; sin embargo, hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y que toma años alcanzar y desarrollar

Adicionalmente, se puede decir que con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar al Estado los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes

Situación Contextual

La participación del ciudadano en materia fiscal municipal como función de la administración tributaria forma parte de la nueva visión de estas instituciones a nivel

mundial enmarcada en la modernidad, donde el cumplimiento oportuno y la concepción del contribuyente como cliente, juegan un papel relevante a la hora de ejercer sus funciones. Así pues, la administración tributaria municipal no debe escapar de esta situación y para ser cada día más eficiente y eficaz en la ejecución de sus funciones debe incluir al ciudadano como eje central de su funcionamiento para de este modo mejorar sus niveles de recaudación y poder contar con más recursos económicos no solo para cubrir sus gastos de funcionamiento, sino también para invertir en proyectos que desarrollen la localidad a la cual representan.

En el Perú, las finanzas públicas tuvieron permanentes déficit, debido a la profunda crisis económica y a las restricciones crediticias internacionales por la moratoria del pago de la Deuda Externa, en apoyo a la política macroeconómica, se pusieron en marcha una serie de reformas estructurales con el objetivo de abatir los déficit crónicos y dotar a la economía de una mayor eficiencia. Razón por la que se descuidó la estructuración del sistema fiscal como un todo, por ello uno de los tantos efectos de este fenómeno ha sido la debilidad en la cultura tributaria de la población en general.

Sin embargo esta situación se intenta revertir en los últimos años, al insertar a las administraciones tributarias en un proceso de modernización que les otorgue un papel más representativo dentro de las políticas fundamentales, para lograr el desarrollo económico y social del país.

En tal sentido, cada municipalidad trata de modernizar y hacer más racional y útil el sistema tributario, todo ello a tono con los cambios revolucionarios que se vienen sucediendo y considerando la necesidad de desarrollar en la población el sentido de la responsabilidad ciudadana compartida y el orgullo de sentirse no solo sujeto y objeto de las transformaciones sino también un agente importante de los cambios que se producen en la realidad peruana.

Como contraparte a esta situación, la mayoría de las municipalidades peruanas, presentan ciertas debilidades en cuanto a recaudación tributaria, modernización tributaria y concepción del contribuyente como cliente, ya que se evidencian aspectos como la conformación de una cultura no contributiva, fallas en la administración del recaudo por tener estructuras administrativas arcaicas e ineficientes, inexistencia de penalidades

fiscales, obsolescencia de las ordenanzas tributarias y ausencia de conciencia tributaria entre los ciudadanos y entre los propios agentes del gobierno local.

Estos aspectos provocan la dependencia económica de los municipios, de los recursos transferidos del Estado, bajo desempeño fiscal y debilidad institucional para liderar procesos de desarrollo con alto nivel de endogeneidad.

El diagnóstico de las municipalidades en general era que los niveles de recaudación en las Oficinas de Rentas de estos órganos eran bajos y las tasas de morosidad elevadas; por otro lado, existían focos de corrupción de algunos funcionarios que imposibilitaban un adecuado registro y la consiguiente fiscalización; adicionalmente los sistemas informáticos para la sistematización eran obsoletos o inexistentes. Como una alternativa a la administración tradicional a través de las Oficinas de Rentas se crea el Servicio de Administración Tributaria –SAT, la creación de un SAT implica la modernización drástica de estos sistemas e implica también personal capacitado que tenga conocimientos técnicos y tributarios.

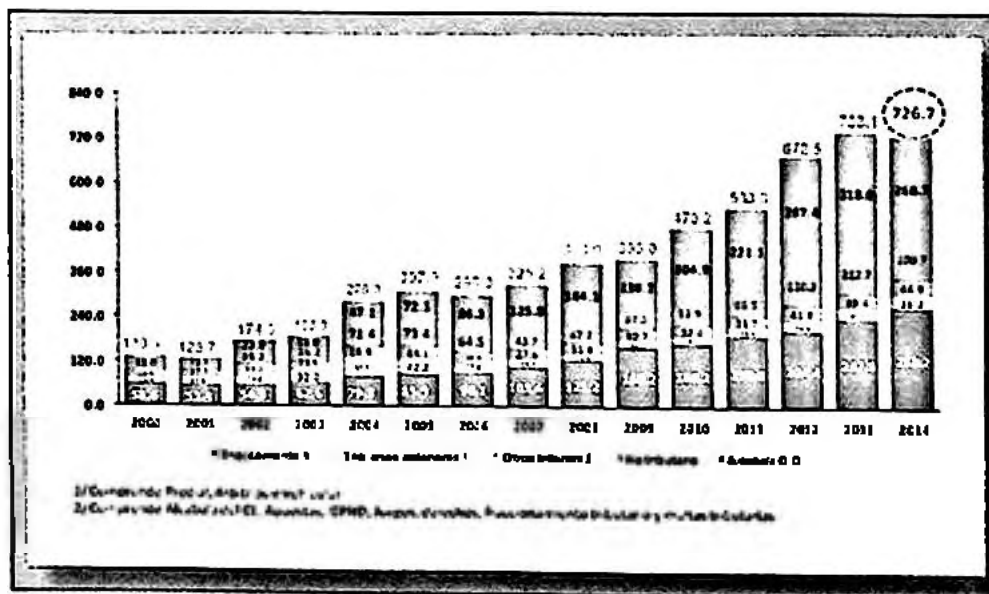


Figura 1: Recaudación acumulada de Enero 2000 – Setiembre 2014 (En millones de Nuevos Soles)

En la figura 1, se observa el incremento consecutivo en los niveles de recaudación en los últimos años, ello producto de la gestión realizada y también de la aplicación de las estrategias de cobranza que han repercutido en la conducta tributaria de los contribuyentes (cultura tributaria).

Los SATs utilizan diferentes estrategias para combatir no solo el incumplimiento de las obligaciones tributarias, sino también para transformar su institucionalidad y visión del ciudadano como su principal aliado a través de planes y/o mecanismos de educación, difusión, asistencia al ciudadano, fiscalización y modernización institucional, dirigidos a minimizar los niveles de incumplimiento.

El SAT de Lima, anualmente ejecuta la estrategia “Masiva – 2014” (para cada año respectivamente) la cual es la más importante del año, ya que tiene por finalidad la de lograr comunicar de manera oportuna a los ciudadanos la determinación correcta y actualizada de los tributos sujetos a su control, el objetivo es incrementar los ingresos de fuente local y para ello debe promover el pago oportuno, garantizando a los ciudadanos, conocimientos en el ámbito tributario para que desarrollen una conciencia en el pago oportuno de sus obligaciones.

Las políticas municipales se convierten cada vez más en mejores instrumentos para crear y estimular el desarrollo local, por lo que se hace de gran importancia la participación e integración del pueblo y el gobierno en estos ámbitos territoriales y de poder, para desde adentro gestar juntos el desarrollo de las localidades del país.

Ahora bien, para definir el término de cultura tributaria, primero se debe empezar por entender que es la cultura, luego introducir el concepto de tributación que es sinónimo de la palabra tributo y así relacionar ambas concepciones para obtener la definición del término que nos interesa.

La cultura

Para definir el término de cultura tributaria, primero se debe empezar por entender que es la cultura, luego introducir el concepto de tributación que es sinónimo de la palabra tributo y así relacionar ambas concepciones para obtener la definición del término que nos interesa.

Etimológicamente el término cultura tiene su origen en el latín, al principio, significó cultivo, agricultura e instrucción y sus componentes eran el *cultus* (cultivado) y la *ura* (resultado de una acción). La cultura, se puede definir como el conjunto de rasgos

distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social, engloba no solo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

En cuanto al término cultura CHINOY (1994, p. 27), la define así: tal como lo usan los sociólogos, tiene un significado mucho más amplio que el común. En su uso más generalizado se refiere a las cosas superiores de la vida – pintura, música, poesía escultura, filosofía-, el adjetivo culto se halla muy próximo a cultivado o refinado. Pero en su acepción sociológica, cultura se refiere a la totalidad de lo que aprenden los individuos como miembros de una sociedad.

A la cultura se le ha relacionado con la civilización, entendida en su sentido etnográfico amplio, según Taylor citado por ROCHER (1996, p. 107) es “ese conjunto complejo que abarca los conocimientos, las creencias, el arte, el derecho, la moral, las costumbres y los demás hábitos y aptitudes que el hombre adquiere en cuanto miembro de la sociedad.”

ROCHER (1996, p.111), inspirado en la definición que hace Taylor y otros autores de la cultura, se inclina por presentarla como: Un conjunto trabado de maneras de pensar, de sentir y de obrar más o menos formalizadas, que aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo objetivo y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta.

Por su parte, HERRERO (2002, p.1) define la cultura como “el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos” En el mismo orden, MENDEZ (1.996, p.1) sostiene: “la cultura es el conjunto de significados y comportamientos compartidos, desarrollados a través del tiempo por diferentes grupos de personas como consecuencia de sus experiencias comunes, sus interacciones sociales y sus intercambios con el mundo natural.”

La cultura debe verse como un conjunto de condiciones de creación y recepción de mensajes y de significaciones mediante los que el individuo se apropia de las formas que le permiten estructurar su lenguaje y su visión de mundo. Por esta razón, tiene un doble rol en la estructuración de los sistemas sociales y de las lógicas institucionales, pues ofrece

representaciones generales que sirven como instrumentos de interpretación para todos los temas relacionados con la agenda pública o la vida político-institucional.

En tal sentido, la cultura es aprendida y compartida, el hombre no hereda la mayor parte de sus modos habituales de comportamiento, lo adquiere en el curso de su vida. Los hábitos adquiridos en la niñez siguen las pautas de niños, los padres, maestros y demás responsables de la educación y formación de los nuevos miembros de la sociedad les transmiten sus propias pautas de conducta, trasladando a cada nueva generación los conocimientos, habilidades, valores, creencias y actitudes. Las definiciones antes citadas guardan relación entre sí, en cuanto manejan elementos comunes, tales como: conocimientos, comportamientos, sociedad, donde el actor principal es el hombre

Para efectos del presente documento, se define cultura como aquel rasgo que caracteriza a una sociedad específica en cuanto a su comportamiento y modo de pensar.

El Tributo

De acuerdo con VILLEGAS (1992), el Tributo es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

Citando a ROBLES MORENO, en su artículo la Eficiencia de la Administración Tributaria, Identificación del Incumplimiento (S/F), cuando el Estado en ejercicio de su Potestad Tributaria crea tributos mediante las normas legales debidas, es necesario que antes de la idealización de estos, “imagine y plasme la hipótesis de incidencia tributaria en la Ley”, es decir, debe tener claro cómo se va a administrar el tributo creado, pues una vez dada la Ley, los hechos económicos que coincidan con el supuesto de incidencia darán origen a hechos imposables, que la Administración Tributaria debe regular.

El Código Tributario Peruano

Según el Texto Único Ordenando del Código Tributario peruano, aprobado por Decreto Supremo No. 135-99-EF, establece que el término “Tributo” es una prestación de dinero que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una ley, y para cubrir los gastos que le demande el cumplimiento de sus fines.

Asimismo, señala que el término “Tributo” comprende: impuestos, contribuciones y tasas.

- **Impuesto:** Es el tributo cuyo pago no origina por parte del Estado una contraprestación directa en favor del contribuyente. Tal es el caso del Impuesto a la Renta.
- **Contribución:** Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.
- **Tasa:** Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo los derechos arancelarios de los Registros Públicos. No es tasa el pago que se recibe por un servicio de origen contractual.

Las Tasas, entre otras, pueden ser:

1. **Arbitrios:** son tasas que se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público.
2. **Derechos:** son tasas que se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso o aprovechamiento de bienes públicos.
3. **Licencias:** son tasas que gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas a control o fiscalización.

El rendimiento de los tributos distintos a los impuestos no debe tener un destino ajeno al de cubrir el costo de las obras o servicios que constituyen los supuestos de la obligación.

La ley establece la vigencia de los tributos cuya administración corresponde al Gobierno Central, los Gobiernos Locales y algunas entidades que los administran para fines específicos.

Por tanto, la tributación se entiende como el pago o la contribución a la que está obligado el individuo a dar al Estado, por mandato constitucional, para cubrir las necesidades públicas. Es una prestación pecuniaria, exigida a las personas físicas o morales de derecho privado o de derecho público, de acuerdo con su capacidad contributiva, autoritariamente, a título definitivo y sin contrapartida determinada, con la finalidad de cubrir las cargas públicas del Estado y de las demás colectividades territoriales o de una intervención del poder público.

La Ley de Tributación Municipal

Finalmente, conforme lo dispone la Ley de Tributación Municipal, aprobada por el Decreto Legislativo N° 776, se establece en el literal a) de su artículo 68° que las municipalidades pueden imponer Tasas por servicios públicos o arbitrios; determinando que éstas son las tasas que se paga por la prestación o mantenimiento de un servicio público individualizado en el contribuyente.

En la Ley de Tributación Municipal, cuyo texto fue aprobado mediante el Decreto Legislativo N° 776, se establece en el artículo 68° la definición de tasa por servicio público o arbitrio como *“las tasas que se debe pagar por la prestación o mantenimiento de un servicio público individualizado en el contribuyente”*.

La Cultura Tributaria

Luego de haber definido lo que es cultura y tributación, se tiene que la cultura tributaria es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido por una sociedad respecto de la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto de la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

Acerca de la cultura tributaria GOLÍA (2003, p.1) señala que es “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de

creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación.”

Si la cultura es el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes de un determinado grupo social, la cultura tributaria se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria.

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias. RIVERA Y SOJO (2002) expresan que: la cultura tributaria no se puede entender como el conjunto de conocimientos que tienen los ciudadanos sobre las obligaciones y responsabilidades contributivas sino, la forma en que construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencias sobre la acción y el desempeño del Estado.

La cultura tributaria es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que le lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributarias. De igual forma, la cultura tributaria es la conciencia o conocimiento de la norma, establecida constitucionalmente, que obliga a todos los individuos integrantes de la Nación a contribuir, mediante el pago de tributos, en la satisfacción de las necesidades de la colectividad.

A efectos de nuestro interés se considera cultura tributaria, aquella cultura que deben tener o poseer los ciudadanos de un determinado entorno para concebir las obligaciones tributarias para con la Nación como un deber propio, es decir, se refleja en la percepción que tienen las personas del cumplimiento fiel de sus obligaciones tributarias contraídas bien sea con el Estado o los municipios.

Características de la cultura tributaria

En las anteriores definiciones se puede evidenciar características particulares de la cultura tributaria, tales como las referidas a valores, conocimiento y actitud hacia un hecho determinado, el tributo, que a su vez está relacionado con la observación de normas legales que involucran deberes y derechos para los sujetos que intervienen en la relación jurídico-tributaria.

Elementos de la Cultura Tributaria

Se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la cultura tributaria, éstos son:

- a) Valores
- b) Normas Legales y Sanciones
- c) Tecnología

a) Los valores más importantes y sobre los cuales hay que crear y acumular una cultura tributaria son:

- **Pacto social:** las instituciones sociales, los estados, los poderes, los gobiernos, los partidos, los sistemas tributarios, que no se mueven en la dirección de crear un nuevo modelo de sociedad, se ven a sí mismo crecientemente aislados, faltos de credibilidad y legitimidad, ya que los ciudadanos comunes se resisten a solo ser administrados y aspiran ser actores responsables de la nueva sociedad.
- **La sociedad como proyecto:** un segundo rasgo estructural, estrechamente relacionado con el anterior es la percepción creciente de la sociedad como proyecto, puesto que a la misma se le percibe como un proyecto de todos y entre todos sus miembros sin exclusión.
- **Dinámica:** percibir la realidad como un proyecto implica percibirla como una realidad no construida, sino en continua construcción. La dinámica de la información, del control, de la gestión y de la participación no se detendrá y esto es lo que hace ver que la sociedad como proyecto tenga una nueva dinámica.
- **La información y el conocimiento:** los anteriores rasgos estructurales no se darían sin la existencia de la multiplicación de la información y del conocimiento, puesto que los ciudadanos modernos demandan tener más y mejor información y

conocimientos, con ellos se sienten en mayor capacidad de reivindicar y garantizar sus derechos.

- **Participación:** tiene que ver con la participación que deben tener los ciudadanos en la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita.

b) Las Normas Legales y Sanciones, son disposiciones contenidas en algún texto legal de obligatorio cumplimiento, cuya inobservancia acarrea una sanción.

- La sanción es una pena o multa que se impone a una persona por el quebrantamiento de una ley o norma.
- En el Perú, la normativa legal relacionada con la tributación municipal está contenida en el Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal, aprobado por Decreto Supremo N.º 156-2004-EF, publicado el 15 de noviembre de 2004 y modificatorias.

c) Las innovaciones tecnológicas, tienen su aplicación en materia tributaria, permitiéndole al contribuyente presentar las declaraciones de sus impuestos a través de la Internet. Así mismo, las administraciones tributarias utilizan nuevas tecnologías para mejorar los procesos.

Dimensiones de la Cultura Tributaria

Dimensión Cognoscitiva

ÁLVAREZ Y HERRERA (2004) sostienen que el nivel de cultura tributaria en una sociedad, está relacionado con el nivel de conocimiento de los ciudadanos, respecto a la información o la desinformación que tienen los contribuyentes acerca de las normas legales que regulan el sistema tributario, el cual se ve afectado cuando el contribuyente carece por completo de conocimientos fiscales, no los comprende o simplemente no los conoce.

Dimensión Comunicacional

O'SULLIVAN nos propone dos definiciones generales: "la comunicación es un proceso en virtud del cual A envía un mensaje a B, que provoca en este un efecto. La segunda definición ve en ella una negociación y un intercambio de sentido, donde mensajes, gente perteneciente a una cultura y realidad interactúan para que se produzca un sentido o un entendimiento" (P.66)

La comunicación es un elemento primario para establecer la interrelación de los seres humanos en forma efectiva y productiva. Tradicionalmente hemos manejado el concepto de comunicación como un modelo, el cual establece un proceso con actores diversos, en el que se distingue a un orador que emite una idea, la cual es transferida por un medio a algún o algunos receptores con la intención de producir un cambio. El cambio que se busca puede incluir, la adquisición de un conocimiento o modificación en la actitud. Bajo estos criterios se ha manejado la comunicación en el ámbito tributario municipal. Transmisión de órdenes, informes, ideas, mensajes, de parte de la Administración, sin llegar a ser transparente y claro en sus mensajes y sin considerar en sus decisiones a los ciudadanos contribuyentes.

Dimensión Conductual

Está conformado por la moral, la ley y la costumbre y se materializa a través de valores, normas y actitudes. Es así, como el ser humano conoce las reglas del juego, es decir, sabe que conducta es considerada bueno o mala, que acciones son deseables o rechazadas, que serán premiadas o castigadas.

La teoría de la influencia social propone que el comportamiento humano se ve afectado por la sociedad en que se desenvuelven los individuos. ASCH (1958) señala que la necesidad de aprobación social es de tal magnitud que los individuos aceptan las opiniones mayoritarias y ceden sus propias opiniones, inclusive siendo conscientes de que pueden ser equivocadas, con el único fin de pertenecer a un grupo y no ser rechazados socialmente.

De esta manera, existe una repercusión en la Cultura Tributaria por la influencia social que puede ser informativa y normativa. La primera ocurre cuando los individuos sienten la necesidad de estar informados y la segunda cuando los individuos modifican su

comportamiento adaptándolo a las expectativas de los otros con la finalidad de ser aceptados por ellos.

El Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias

El cumplimiento oportuno suele definirse como la declaración correcta de la obligación tributaria en el momento apropiado y de acuerdo a las regulaciones tributarias. Esta definición no asume nada *a priori* sobre las motivaciones de los contribuyentes, por lo que el incumplimiento incluye una sub-declaración de ingresos debido tanto a un acto intencional como a una desinformación, confusión, negligencia o descuido.

A pesar que en la práctica es muy difícil establecer qué parte del incumplimiento es intencional o qué parte no lo es, la Administración Tributaria utiliza estrategias diferentes para combatir estos tipos de incumplimiento. El énfasis en la educación, la difusión y la orientación al contribuyente está dirigido a minimizar esa parte del incumplimiento de carácter no intencional. Mientras que el uso de la fiscalización está más bien dirigido a combatir el incumplimiento intencional.

En estricto, el cumplimiento tributario oportuno se da cuando el contribuyente cumple correctamente con pagar sus obligaciones en la fecha adecuada.

Algunos de los factores que influyen en el cumplimiento tributario serían por ejemplo:

- i) El marco económico: La situación económica de un país es el punto de partida y el marco dentro del cual se desarrolla la relación entre el contribuyente y la Administración Tributaria. La literatura existente sobre incumplimiento tributario ha afirmado la existencia de una relación directa entre el nivel de ingresos de una economía y el cumplimiento tributario. Aún cuando exista todavía una discusión sobre la validez de esta proposición, lo cierto es que la experiencia empírica muestra que los esfuerzos que debe realizar la Administración Tributaria para fomentar el cumplimiento tributario oportuno son mayores en un contexto de recesión que en uno de bonanza y viceversa.

- ii) **Un Sistema Tributario eficaz:** Los contribuyentes evalúan su decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias en función a sus términos de intercambio con el Estado y en función de su posición relativa respecto a otros contribuyentes. En ese sentido, si los contribuyentes perciben una desigualdad entre el intercambio de su poder de compra en el mercado versus los servicios que reciben por parte del Estado, o si perciben un trato desigual y perjudicial respecto a otros contribuyentes, estarán más inclinados a evadir.

- iii) **La eficiencia de la Administración Tributaria:** Mientras más efectiva sea la Administración Tributaria en el control y fiscalización del cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, menos evasión fiscal habrá.

- iv) **Servicios a los contribuyentes:** El cumplimiento oportuno sería más efectivo y eficiente, en el sentido de tener menores costos administrativos y de cumplimiento, si la Administración Tributaria pusiera mayor énfasis en la asistencia a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones. El acceso a la información así como la posibilidad de recibir orientación y educación tienen una gran influencia en el cumplimiento tributario en tanto disminuyen los costos administrativos y de cumplimiento, fomentan el pago oportuno y desarrollan conciencia tributaria.

Un factor decisivo para lograr los propósitos enunciados, es una debida asistencia a los Contribuyentes de forma tal que se actúe como un servidor público, informando, esclareciendo, alertando, convenciendo y propiciando el desarrollo de la necesaria cultura tributaria.

Es necesario crear las condiciones para lograr el pago oportuno de manera que ante actitudes de incumplimiento exista un verdadero riesgo.

El pago oportuno dependerá de dos elementos fundamentales:

1. Crear un ambiente de facilidad, esclarecimiento, de justicia y equidad que convenga de hacer el pago de forma natural.
2. Crear un verdadero riesgo al incumplimiento que sea perceptible en la sociedad y en el contribuyente para que lo compulse a pagar de forma natural.

Así pues, dentro del proceso de modernización tributaria que se vive actualmente en el país, las Administraciones Tributarias deben perfeccionarse para aumentar la recaudación de sus ingresos propios y de esta manera promover, facilitar e incentivar a través de la participación del ciudadano el pago oportuno de los tributos por parte de los contribuyentes, de este modo dicho nivel territorial tendrá indudablemente más recursos económicos para invertir en proyectos de desarrollo local.

El Servicio de Administración Tributaria y la recaudación de tributos Municipales

El Servicio de Administración Tributaria –SAT es un modelo de gestión pública en la administración de tributos de los gobiernos locales del Perú, que busca fortalecer el manejo de la gestión de la cobranza a través de una institución técnica y sólida que genere confianza entre sus ciudadanos y que colabore con el cambio de imagen de las instituciones municipales y de las entidades públicas en general.

El modelo SAT surge con la finalidad de modernizar la gestión del gobierno municipal y así incrementar sus ingresos, se creó en Lima en 1996 y a partir de 1998 se crearon los SAT's en otras provincias del Perú. Estas administraciones tributarias son autónomas respecto a su gestión financiera, personal, inversiones y organización interna, y se financian a través de una comisión que oscila entre un 4.5 y 10% de lo que recaudan

En este contexto, este nuevo enfoque profundiza el proceso de modernización, eleva la calidad de su desempeño y se afirma como principal protagonista del proceso de producción de políticas institucionales, la búsqueda constante de implementar nuevas alternativas y estrategias de gestión, dejando atrás el tradicional modelo de entidad recaudadora y pasando a ser un eficiente gestor de cobranza.

La representación social conforma el elemento primordial de las manifestaciones culturales que moldean la actitud del hombre en su desempeño como miembro de la sociedad. En ese sentido, se exponen algunos de los principales elementos que caracterizan a la cultura, como expresión social, punto de partida para poder abordar la cultura tributaria, herramienta necesaria para lograr el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias por parte del contribuyente.

Esta necesidad forma parte de la visión de las administraciones tributarias modernas mundiales, cuando se habla de cumplimiento de obligaciones tributarias, varios autores e instituciones lo asocian a factores intervinientes como la falta de cultura tributaria, lo que significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado en cualesquiera de sus manifestaciones.

Experiencia SAT - Estrategia de fomento al pago oportuno – Masiva 2014

Potenciar el pago oportuno y voluntario e incrementar la satisfacción del ciudadano respecto de los servicios brindados son los dos ejes de actuación del SAT de Lima, durante la determinación anual de los tributos mecanizados del Impuesto Vehicular, Impuesto Predial y Arbitrios Municipales. Para esta campaña, se ha potenciado la aplicación de nuevas tecnologías, se ha dotado de eficacia y agilidad a los procesos de atención al ciudadano, además de mejorar los costes por transacción y elevar la seguridad y fiabilidad de los procedimientos de control; todo esto con la finalidad de facilitar al ciudadano el cumplimiento de sus obligaciones ante la Municipalidad Metropolitana de Lima.

A continuación se detallan las estrategias de cobranza aplicadas por el SAT para el cumplimiento de los objetivos definidos y las metas trazadas, las cuales serán evaluadas en el primer vencimiento tributario realizado en febrero 2014 – Masiva 2014

1.- Estrategia de Control de calidad de la información en la Base de datos

La información es el instrumento esencial para el ejercicio del control fiscal por parte de las administraciones tributarias. De esta manera, el sistema tributario debe apuntar a realizar los mayores esfuerzos posibles en la consecución y logro de un esquema de control eficiente de inconsistencias generadas por actuación de la propia administración tributaria. Este proceso debe ser continuo ya que las transacciones de los ciudadanos en los diferentes canales que brindamos se están incrementando, por ello es importante que se depure continuamente la información que se captura a través de herramientas informáticas.

Para dar inicio a esta etapa se convoca a personal de las áreas operativas a fin de que identifiquen la casuística a depurar en la Base de datos del Sistema Informático para la Administración Tributaria – SIAT.

2.- Estrategia de Comunicación

El SAT desarrolla un enfoque de cobranza que hace énfasis en diferentes acciones que buscan acercar al ciudadano a la gestión a través de incentivos y premios por el buen cumplimiento de sus obligaciones, dejando de ser así solo una entidad recaudadora y de cobranza. En ese sentido se han establecido facilidades a los ciudadanos tales como:

- Trato personalizado.
- Suficientes canales de atención.
- Fomento del pago oportuno.
- Reconocimiento al cumplimiento.

3.- Estrategia de Incentivo para el pago oportuno

El SAT encargó a la empresa Arellano Marketing el estudio del nivel de satisfacción de los ciudadanos respecto de los servicios que brinda el SAT y de su gestión. Ante la pregunta: ¿Considera que los sorteos logran motivar a los ciudadanos a cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias? El 67% de los ciudadanos respondieron afirmativamente.

En razón de fomentar el pago oportuno a través del reconocimiento del esfuerzo de los ciudadanos, se vio pertinente realizar un sorteo con premios que puedan mejorar la calidad de vida de los mismos y su familia.

4.- Estrategia de Campaña de fidelización por segmentos

Fidelización es, probablemente, uno de los términos más utilizados en el universo del marketing, la idea de retener al ciudadano que paga oportunamente sus tributos y lograr que no abandone esa conducta de pago es muy importante. A través del Marketing Relacional se intenta lograr que sus transacciones anónimas y automatizadas se conviertan en un intercambio de valor agregado y no una simple transacción, logrando una completa cooperación e integración del ciudadano con la administración tributaria.

El presupuesto de fidelización no debe ser invertido indiscriminadamente, sino en los ciudadanos de mayor valor para la institución: **los ciudadanos puntuales.**

Elaboración, diseño e imagen de los productos para los ciudadanos:

La Elaboración, el diseño y la imagen se realizó a través de la conexión entre marketing relacional y fidelización, para tal efecto se crearon productos que incidan sobre los valores

emocionales del ciudadano y que tendrá como contrapartida su lealtad en el pago voluntario.

a) Para los Contribuyentes del Impuesto Predial y Arbitrios:

Para el desarrollo de esta estrategia diferenciada se ha tomado en cuenta tanto el perfil del ciudadano como su comportamiento de pago, identificándose grupos prioritarios de notificación de la cuponera. El principal objetivo es satisfacer las necesidades de los grupos de ciudadanos, el objetivo es más cualitativo que cuantitativo y está orientado a satisfacer a aquellos a los que se dirige la estrategia.

Tabla 1:

Segmentación de los Contribuyentes del Impuesto Predial y Arbitrios:

Segmento	Cantidad	Forma de notificación	Recursos Asignados	Estrategia de Fidelización
Principales contribuyentes: puntuales anuales y trimestrales	701	Personalizada	6 sectoristas	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación personalizada de los sectoristas con los encargados. • Curso de capacitación en tributación municipal.
Medianos y Pequeños contribuyentes puntuales con registro de pagos en enero	3,228	Personalizada	19 gestores domiciliarios 4 sectoristas	<ul style="list-style-type: none"> • Cierre puertas exclusivo con la tienda por departamentos Ripley para el mes de marzo. • Calendario de pared con circuito turístico y gastronómico.
Nuevos contribuyentes	3,641	Personalizada e incluye verificación de datos.	19 gestores domiciliarios 4 sectoristas 1 supervisor	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de Kit de bienvenida. • Programa de orientación en condominios y edificios residenciales. • Calendario de pared con circuito turístico y gastronómico.
Medianos y Pequeños contribuyentes puntuales con registro de pagos en febrero. (Montos de pago mayores)	2,112	Personalizada	19 gestores domiciliarios 4 sectoristas	<ul style="list-style-type: none"> • Cierre puertas exclusivo con Ripley para el 5 de marzo.
Medianos y Pequeños contribuyentes puntuales con registro de pagos en febrero. (Montos de pago menores)	19,017	Personalizada	50 vecinos notificadores	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de acercamiento "El SAT visita tu barrio" en casas municipales con módulos de orientación de servicios SAT y módulo de corte de cabello, medida de vista, presión a vecinos y desparasitación de mascotas
Medianos y Pequeños contribuyentes no puntuales ubicados en el Cercado de Lima.	40,519	Personalizada	50 vecinos notificadores	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de acercamiento "El SAT visita tu barrio" en casas municipales con módulos de orientación de servicios SAT y módulo de corte de cabello, medida de vista, presión a vecinos y desparasitación de mascotas
Medianos y Pequeños contribuyentes no puntuales ubicados en otros distritos que no se encuentren incluidos en los segmentos anteriores	14,350	Empresa que brinda el servicio de notificación.	Empresa courier	<ul style="list-style-type: none"> • Notificación por Courier

Nota. Fuente: Elaboración Propia

b) Para Contribuyentes del Impuesto Vehicular:

Para el desarrollo de esta estrategia se ha tomado en cuenta tanto el perfil del ciudadano como su comportamiento de pago, identificándose grupos prioritarios de notificación de la cuponera.

Tabla 2:

Segmentación de los Contribuyentes del Impuesto Vehicular:

Segmento	Cantidad	Forma de notificación	Recursos	Estrategia de Fidelización
Principales contribuyentes: puntuales anuales y trimestrales	119	Personalizada	6 sectoristas	<ul style="list-style-type: none">• Coordinación personalizada de los sectoristas con los encargados.• Curso de capacitación en tributación municipal.
Medianos y Pequeños contribuyentes puntuales con registro de pagos en enero	45,000	Personalizada	19 gestores domiciliarios 4 sectoristas	<ul style="list-style-type: none">• Difusión a través de notas de prensa del Inicio de la Campaña para el pago voluntario anual del IV.• Entrega de aromatizador para su vehículo.
Nuevos contribuyentes	12,000	Personalizada e Incluye Empresa Courier	19gestores domiciliarios Empresa Courier	<ul style="list-style-type: none">• Entrega de aromatizador para su vehículo• Entrega de Kit de bienvenida.
Medianos y Pequeños contribuyentes puntuales con registro de pagos en febrero.	44,000	Personalizada	19 gestores domiciliarios 4 sectoristas	<ul style="list-style-type: none">• Descuento para adquisición de SOAT (25%), el mismo que se otorgará siempre y cuando cumpla con el pago anual del IV 2010.

Nota. Fuente: Elaboración Propia

5.- Estrategia de Canales de pago personalizados

A través de la segmentación de canales de pago por zonas de influencia, se logró asignar a cada ciudadano 5 lugares de pago más cercanos a su domicilio fiscal. Asimismo, por transparencia de información se incluyó el costo por transacción en los diferentes canales de pago. Cabe señalar, que para el mes de vencimiento se negoció a fin de que los agentes bancarios de Interbank y Banco de Crédito, no le cobren comisión al ciudadano.

6.- Estrategia de Ubicación de agencias en lugares céntricos

A fin de que los ciudadanos puedan realizar sus trámites de declaraciones juradas, presentación de documentos, liquidación de tributos, entre otros, se incluyó la dirección y referencias para ubicación de las agencias descentralizadas en las cuponeras tanto del impuesto predial como vehicular.

7.- Estrategia de Comunicación del destino de los tributos

Con la finalidad de mantener informado al contribuyente respecto del destino de sus tributos, el SAT informa en la cuponera cuales son las obras que se están financiando con el pago de sus tributos, como una manera de comunicación transparente sobre el uso de los tributos.

8.- Estrategia de incentivo al Ahorro por pago oportuno

Es otra estrategia de cobranza aplicada por el SAT la cual incentiva al pago total de la deuda en la primera cuota, pudiendo el contribuyente de esta manera ahorrar el 5% por pago anual de Arbitrios Municipales y el reajuste por el Índice de Precios al por Mayor por el pago del Impuesto Predial.

Recaudación de Tributos en Campaña Masiva – Febrero 2014

Después de haber realizado las estrategias de cobranza antes mencionadas, se realiza la evaluación de su impacto, para ello se analiza los resultados de la recaudación obtenida en el primer vencimiento de los tributos (Impuesto Predial, Arbitrios Municipales e Impuesto Vehicular) en el Servicio de Administración Tributaria –SAT.

Tabla 3:

Recaudación de Tributos - Campaña Masiva 2014

Año Deuda	Tipo Puntual	Tipo Contribuyente	Cantidad Contribuyentes	Deuda Emitida	Deuda Pagada
2014	Impuntual Sin Pagos	Grande	1,968	33,785,254.82	0.00
2014	Impuntual Sin Pagos	Mediano	5,984	3,935,304.58	0.00
2014	Impuntual Sin Pagos	Pequeño	118,037	60,444,356.16	0.00
2014	Puntual Anual	Grande	753	17,542,382.52	17,223,634.89
2014	Puntual Anual	Mediano	4,117	2,402,237.83	2,345,381.88
2014	Puntual Anual	Pequeño	47,124	25,914,288.45	25,698,468.57
2014	Puntual Trimestral	Grande	876	22,710,858.97	8,836,590.90
2014	Puntual Trimestral	Mediano	2,272	2,009,512.84	620,065.10
2014	Puntual Trimestral	Pequeño	45,990	27,793,341.72	7,808,889.67
2014	Impuntual con algún pago	Grande	870	106,498,306.02	69,680,827.69
2014	Impuntual con algún pago	Mediano	822	1,084,864.32	312,651.60
2014	Impuntual con algún pago	Pequeño	4,996	4,953,835.77	1,534,808.32
Total de Contribuyentes			233,809		134,061,319
Total de Contribuyentes Puntuales Anuales			51,994		45,267,485
% de Representación de los Contribuyentes Puntuales			22%		34%

Nota. Fuente: Base de Datos Abierta SAT

En la tabla 3 se observa que la cantidad de contribuyentes puntuales representa un 22% respecto del total; Asimismo, en términos de montos de recaudación, el aporte que realizan los contribuyentes es del 34% respecto del monto total recaudado.

En ese sentido, se observa el impacto positivo que tienen las acciones de cobranza realizadas por el Servicio de Administración Tributaria en sus contribuyentes, lo cual se refleja en el cumplimiento oportuno del pago de las obligaciones tributarias, siendo este un monto muy significativo respecto del monto total de recaudación realizado.

Justificación:

Esta investigación busca determinar en qué medida la cultura tributaria contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, para ello se realiza el estudio en el Servicio de Administración Tributaria de Lima, entidad en la cual se desarrollan actividades relacionadas a la cultura tributaria con el fin de incentivar el pago oportuno de los tributos en sus contribuyentes.

Con ello, se busca brindar tanto a los gobiernos locales como a aquellas instituciones relacionadas con la cobranza de tributos, las herramientas e indicadores que les permitan constituir una base sólida para plantear el fomento de la cultura tributaria para el logro del cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias.

De esta manera busca fortalecer y mejorar el efecto de sus acciones tanto de gestión como de cobranza en beneficio del desarrollo local.

Así también, pretende brindar tanto a la población como a futuros investigadores de este tema, de mayores conocimientos sobre los factores que influyen en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y comprendan la importancia de sus responsabilidades tributarias y los beneficios que de ella provienen cuando los realizan a tiempo; tomando conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado, para que este pueda financiar y brindar de servicios públicos a la ciudadanía.

Planteamiento del Problema

En todo Estado, los impuestos son fuente económica importante para el cumplimiento de sus principales funciones. Las instituciones encargadas de recaudarlos han utilizado diversos métodos y estrategias que van desde los coercitivos hasta los más persuasivos con el fin de crear incentivos para el pago de impuestos. Al no establecerse una política de cambio desde la educación en cultura tributaria, la evasión fiscal continúa siendo hasta ahora uno de los grandes problemas del Estado.

Las ciencias del comportamiento humano demuestran que la forma de actuar de un individuo está fuertemente asociada con sus actitudes hacia ese comportamiento o acción; por la misma razón, las actitudes de los contribuyentes hacia el pago de impuestos podrían influir en su decisión de cumplir o no su obligación.

Problema General:

¿En qué medida el fomento de la cultura tributaria contribuye al cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima?

Problemas Específicos:

1. ¿Cómo el nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?
2. ¿En qué medida el nivel de Comunicación Externa se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?
3. ¿De qué manera la conducta de los ciudadanos se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?

Hipótesis

Hipótesis General

El fomento de la cultura tributaria, contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima

Hipótesis Específicas

- 1. El nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno del pago de los Contribuyentes.**
- 2. El nivel de Comunicación Externa se relaciona directamente con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.**
- 3. Existe relación significativa entre la conducta tributaria de los ciudadanos y el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.**

Objetivos

Objetivo general:

Determinar en qué medida el fomento de la cultura tributaria contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima?

Objetivos específicos:

- 1. Determinar en qué medida el nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.**
- 2. Determinar en qué medida el nivel de Comunicación Externa se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.**
- 3. Determinar la relación entre la conducta de los ciudadanos y el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.**

II. Marco Metodológico

2.1 Variables

Variable Independiente: La Cultura Tributaria

La Cultura Tributaria

A efectos de nuestro interés se considera a la Cultura Tributaria como el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones en un determinado entorno, para concebir las obligaciones tributarias para con la Nación como un deber propio.

Dicha concepción de las obligaciones tributarias como un deber, se refleja en la percepción que tienen las personas del cumplimiento fiel de sus obligaciones tributarias contraídas bien sea con el Estado o con los municipios.

Variable Dependiente: Cumplimiento oportuno de las Obligaciones Tributarias

Cumplimiento Oportuno de la Obligación Tributaria

Como sabemos, la Obligación Tributaria es la relación jurídica establecida entre un sujeto acreedor y un sujeto deudor, que se genera como consecuencia del acaecimiento del hecho imponible, cuyo objeto es el cumplimiento de la prestación tributaria, que es justamente el pago de la deuda tributaria. Así, el artículo 1 del Código Tributario (CT) vigente establece que “La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente”.

Para efectos del presente estudio, se define **Cumplimiento oportuno de las Obligaciones Tributarias** como la acción de realizar el pago de las deudas tributarias dentro de los plazos establecidos por ley.

2.2 Operacionalización de Variables

La Operacionalización de variables consiste en determinar el método a través del cual las variables serán medidas o analizadas.

Tabla 4:

Operacionalización de la variable: Cultura Tributaria

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala	Intervalos
Componente Cognoscitivo	• Conocimiento de Obligaciones	10	Bajo	10 - 22
	• Creencias		Moderado	23 - 36
	• Percepción		Alto	37 - 50
Componente de Comunicación	• Campañas de Difusión	9	Bajo	09 - 20
	• Medios de Comunicación		Moderado	21 - 32
	• Canales de Comunicación		Alto	33 - 45
Componente Conductual	• Reclamos Presentados	6	Bajo	06 - 13
	• Quejas Presentadas		Moderado	14 - 21
			Alto	22 - 30
Cultura Tributaria		25	Bajo	30 - 60
			Moderado	61 - 93
			Alto	94 - 125

Nota. Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5:

Operacionalización de la variable: Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias

Dimensiones	Indicadores	Número de ítems	Escala	Intervalos
Componente de Recaudación	• Cumplimiento Oportuno	9	Bajo	09 - 20
	• Nivel de Morosidad de las Obligaciones Tributarias		Moderado	21 - 32
	• Efectividad de la Recaudación		Alto	33 - 45
Componente de Control de Gestión	• Resultados de Gestión	9	Bajo	09 - 20
	• Resultados de la Gestión de Cartera Morosa		Moderado	21 - 32
	• Resultados de Evasión Tributaria		Alto	33 - 45
Componente de Difusión	• Cumplimiento de Metas	6	Bajo	06 - 13
	• Satisfacción del Contribuyente		Moderado	14 - 21
Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias		24	Alto	22 - 30
			Bajo	30 - 61
			Moderado	62 - 93
			Alto	94 - 125

Nota. Fuente: Elaboración Propia

2.3 Metodología

La investigación realizada es de tipo cuantitativo explicativo, de corte transversal y correlacional. Es de tipo cuantitativo, según HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA (2010) porque se usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías; de corte transversal porque se recolectó datos en un solo momento y tiempo determinado, con el fin de describir las variables para su posterior análisis de incidencia o interrelación con las actitudes del contribuyente hacia el cumplimiento oportuno del pago de sus obligaciones; y correlacional porque relaciona las variables, lo que permite conocer su grado de influencia sobre el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias.

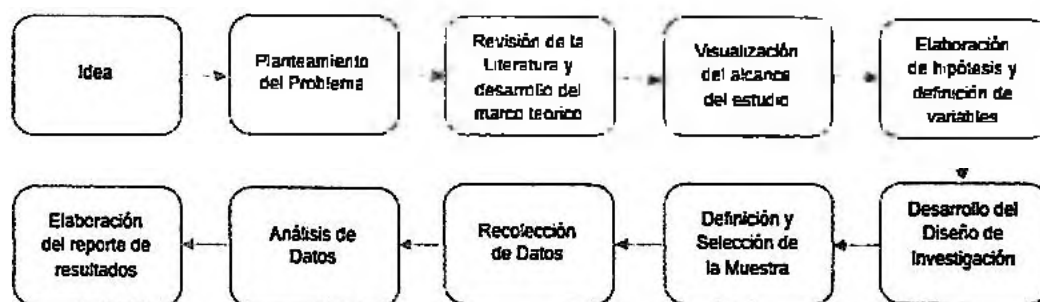


Figura 2: El Proceso Cuantitativo

El método de investigación es hipotético deductivo porque parte de dos etapas fundamentales que son la formulación de la hipótesis y deducción de consecuencias que deberán ser contrastadas con la experiencia. Al respecto KARL POPPER (1994) afirma que las leyes generales son hipótesis que formula el científico, y que se utiliza el método deductivo a partir de esas hipótesis de carácter general para elaborar predicciones de fenómenos individuales.

Cada una de las variables y dimensiones son agrupadas por escalas con sus correspondientes baremos o intervalos.

Se realizaron las contrastaciones de las variables con su correspondiente análisis descriptivo de cada una de las variables y dimensiones de investigación, generándose previamente las tablas y figuras correspondientes.

2.4 Tipo de estudio

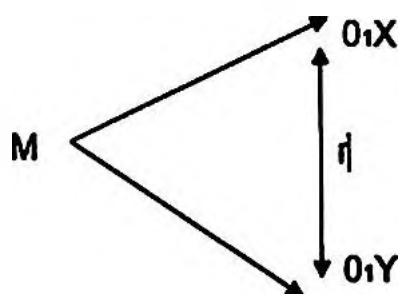
El tipo de investigación desarrollada es cuantitativa, explicativa, no experimental y correlacional ya que tiene como propósito conocer la relación que existe entre La Cultura Tributaria y El cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima.

2.5 Diseño

El diseño de la investigación es no experimental, transversal y correlacional.

Es no experimental, ya que se basó en las observaciones de los hechos en estado natural sin la intervención o manipulación de los investigadores. Al respecto HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA (2010) afirman que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Es transversal porque su propósito fue describir las variables: La Cultura Tributaria y el cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias, en un momento dado. Asimismo HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA (2010) afirman que los diseños transaccionales (transversales) son investigaciones que recopilan datos en un momento único. Gráficamente se denota:



Dónde:

M: Muestra de Estudio

X: La Cultura Tributaria

Y: El cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

O1: Coeficiente de Relación

r: Correlación

2.6 Población, muestra y muestreo

Población:

La población del presente estudio está constituida por 100 contribuyentes que asisten a realizar el pago de sus obligaciones tributarias, al Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014.

En la siguiente tabla se detalla la población establecida:

Tabla 6:

Población establecida para el Estudio:

Vínculo con la Institución	Total
Contribuyentes Mepecos ¹ - SAT	78
Contribuyentes Pricos ² - SAT	22
Total	100

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT
1 Medianos y Pequeños Contribuyentes
2 Principales Contribuyentes

Muestra:

La muestra seleccionada es aleatoria simple; y su tamaño(n), según Bernal (2006, p.171), se puede calcular aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

- Z (1,96) : Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de (1 – α)
- P (0,5) : Proporción de éxito.
- Q (0,5) : Proporción de fracaso (Q = 1 – P)
- (0,05) : Tolerancia al error
- N (100) : Tamaño de la población.
- N : Tamaño de la muestra.

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5) \times 100}{0,05^2(100-1) + 1,96^2 \cdot (0,5)(0,5)} = 80$$

Es decir, aplicaremos el cuestionario a 80 contribuyentes que asisten a realizar el pago de sus obligaciones tributarias al Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014.

La fracción muestral = $\frac{n}{N} = \frac{80}{100} = 0.80$

Para aplicar el cuestionario a los contribuyentes que asisten a realizar el pago de sus obligaciones tributarias, obtenemos una muestra estratificada utilizando la fracción muestral.

Tabla 7:

Muestra Estratificada de Contribuyentes:

Vínculo con la Institución	Población	Muestra Estratificada
Contribuyentes Mepecos - SAT	78	(0.80*78) = 62
Contribuyentes Pricos - SAT	22	(0.80*22) = 18
Total	100	80

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

En la tabla 7, se señala la muestra estratificada de Contribuyentes, la cual se determina multiplicando la fracción muestral (0.80) con cada uno de los segmentos de la población (22 pricos y 78 mepecos)

2.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnica.

Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta por lo que se administraron a la muestra de contribuyentes que asisten a realizar el pago de sus obligaciones tributarias con una escala de medición de tipo Likert.

Instrumentos.

Cuestionario de Cultura Tributaria

- Nombre Original** : Cuestionario sobre los aspectos de la Cultura Tributaria.
- Autor** : Ivette Rossana Artunduaga Vargas
Oscar Misha Bustamante
- Procedencia** : Santiago de Surco - Perú - 2014
- Objetivo** : Conocer los aspectos que involucra la Cultura Tributaria y su Influencia en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima”.
- Administración** : Individual.
- Duración** : Sin límite de tiempo aproximadamente de 25 a 30 minutos
- Significación** : El cuestionario está referido a determinar la relación entre la Cultura Tributaria y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

Estructura :

La escala consta de 25 ítems, con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, y cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuestas, como: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre y 5) Siempre. La calificación se dio en cinco puntos con una dirección positiva y negativa. Asimismo, la escala está conformada por 03 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre la Cultura Tributaria.

Cuestionario del Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias:

Nombre Original	: Cuestionario sobre los aspectos de la Cultura Tributaria.
Autor	: Ivette Rossana Artunduaga Vargas Oscar Misha Bustamante
Procedencia	: Santiago de Surco - Perú - 2014
Objetivo	: Conocer los aspectos que conllevan a los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, a realizar sus pagos dentro de los plazos establecidos por ley.
Administración	: Individual.
Duración	: Sin límite de tiempo aproximadamente de 25 a 30 minutos
Significación	: El cuestionario está referido a determinar la relación entre la Cultura Tributaria y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias

Estructura:

La escala consta de 24 ítems, con alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, y cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuestas, como: 1) Nunca, 2) Casi nunca, 3) A veces, 4) Casi siempre y 5) Siempre. La calificación se dio en cinco puntos con una dirección positiva y negativa. Asimismo, la escala está conformada por 03 dimensiones, donde los ítems se presentan en forma de proposiciones con dirección positiva y negativa sobre el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

Validez y confiabilidad

Validez

La escala de Actitudes hacia la cultura tributaria y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias fue sometida a criterio de Expertos, quienes informaron acerca de la aplicabilidad del cuestionario de la presente investigación.

Confiabilidad

Para establecer la confiabilidad del cuestionario, se utilizó la prueba estadística de fiabilidad alfa de Cronbach, aplicado a una muestra de 80 contribuyentes que se acercaban a realizar sus pagos al SAT. Luego se procesaron los datos, haciendo uso del Programa Estadístico SPSS versión 22.0.

Tabla 8:

Resumen del procesamiento de casos de la variable Cultura Tributaria y sus correspondientes dimensiones.

Casos	Variable / Dimensión	Alfa de Cronbach	Elementos
80	Cognoscitiva	.913	10
	Comunicacional	.973	9
	Conductual	.837	6
	Cultura Tributaria	.975	25

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

En la tabla 8, se muestra el primer resultado que nos ha ofrecido el SPSS en el análisis de fiabilidad tras completar el proceso anterior con los datos con una prueba piloto de 80 contribuyentes y de acuerdo a nuestra escala para la primera variable Cultura Tributaria, es de .975 mayor al alfa mínimo aceptable, el cual debe ser alrededor de .70.

Tabla 9:

Resumen del procesamiento de casos de la variable Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias y sus correspondientes dimensiones.

Casos	Variable / Dimensión	Alfa de Cronbach	Elementos
80	Recaudación	.974	9
	Gestión	.980	9
	Difusión	.973	6
Cumplimiento Oportuno		.992	24

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

En la tabla 9, se muestra el segundo resultado que nos ha ofrecido el SPSS en el análisis de fiabilidad tras completar el proceso anterior con los datos con una prueba piloto de 80 contribuyentes y de acuerdo a nuestra escala para la segunda variable Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias es de .992 mayor al alfa mínimo aceptable, el cual debe ser alrededor de .70.

Tabla 10:

Resumen del procesamiento de casos del cuestionario y sus correspondientes variables.

Casos	Variable / Dimensión	Alfa de Cronbach	Elementos
80	Cultura Tributaria	.975	25
	Cumplimiento Oportuno	.992	24
Cuestionario		.992	49

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

En la tabla 10, se muestra los resultados del procesamiento de los datos cuestionario y sus correspondientes variables, obtenidos mediante el SPSS en el análisis de fiabilidad realizado.

2.8 Métodos de análisis de datos

En primer lugar, se procedió a encuestar a la muestra aleatoria seleccionada, que estuvo conformada por 80 contribuyentes que asisten a realizar el pago de sus obligaciones tributarias al Servicio de Administración Tributaria de Lima (62 personas pertenecientes al grupo de los Medianos y Pequeños Contribuyentes – Mepecos y 18 pertenecientes al grupo de los Principales Contribuyentes - Pricos). En una sesión de 30 minutos aproximadamente, se les aplicó el instrumento de estudio, con el objetivo de recolectar la información acerca de las dimensiones y variables correspondientes.

Posteriormente, se procedió a la calificación y tabulación de los datos en la Hoja de Cálculo Excel.

Finalmente, se analizaron los datos a través del programa estadístico SPSS versión 22.0 en español para obtener los resultados pertinentes al estudio, los cuales han sido mostrados mediante tablas, con su correspondiente interpretación, de acuerdo a los objetivos e hipótesis planteados en la presente investigación.

Para la prueba de la hipótesis general, e hipótesis específicas y teniendo en cuenta la naturaleza de las variables y los datos ordinales, se aplicó en cada caso la prueba estadística de Spearman para establecer su relación.

Este estudio tiene como finalidad determinar la relación entre la cultura tributaria y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, en el Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

III. Resultados

3.1 Descripción de resultados

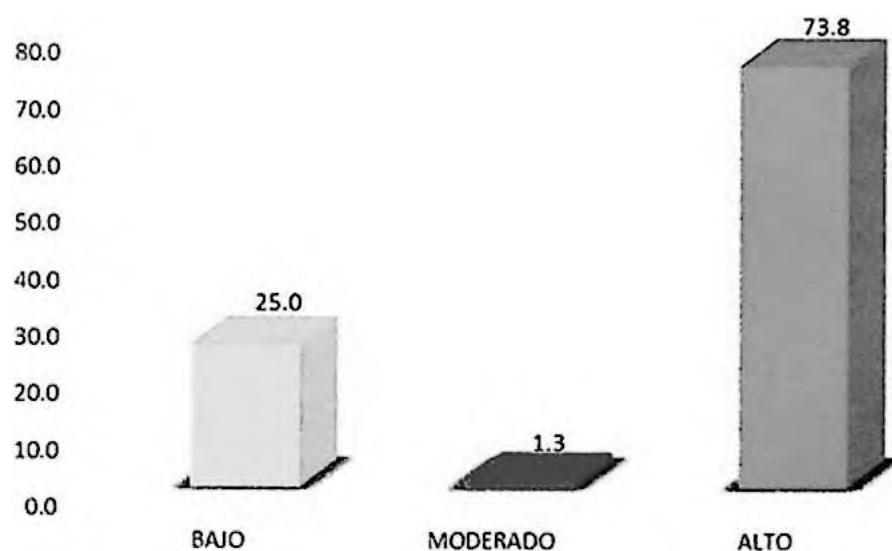
Primera Variable: La Cultura Tributaria

Tabla 11:

La Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	20	25.0	25.0	26.3
MODERADO	1	1.3	1.3	1.3
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 3: La Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 11 y figura 3, podemos afirmar que el 73.8% de los encuestados sostienen que la Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, se encuentra en un nivel alto; mientras que el 1.3% en un nivel moderado y un 25% se encuentra en un nivel bajo.

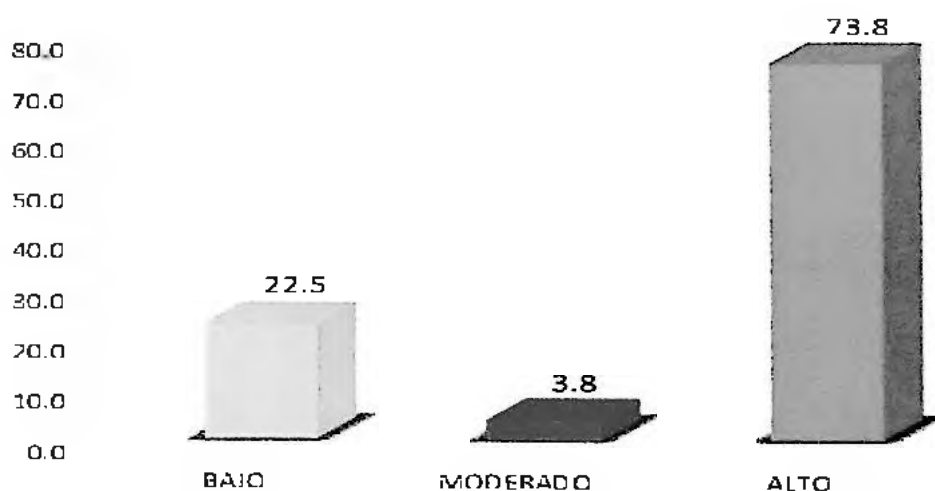
Dimensión Cognoscitiva

Tabla 12:

El Conocimiento de Obligaciones, en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 4: El Conocimiento de Obligaciones en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 12 y en la figura 4, podemos afirmar que el 73,8% de los encuestados sostiene que el conocimiento de las obligaciones en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, se encuentra en un nivel alto; mientras que el 22.5% en un nivel bajo y solo un 3.8% se encuentra en un nivel moderado.

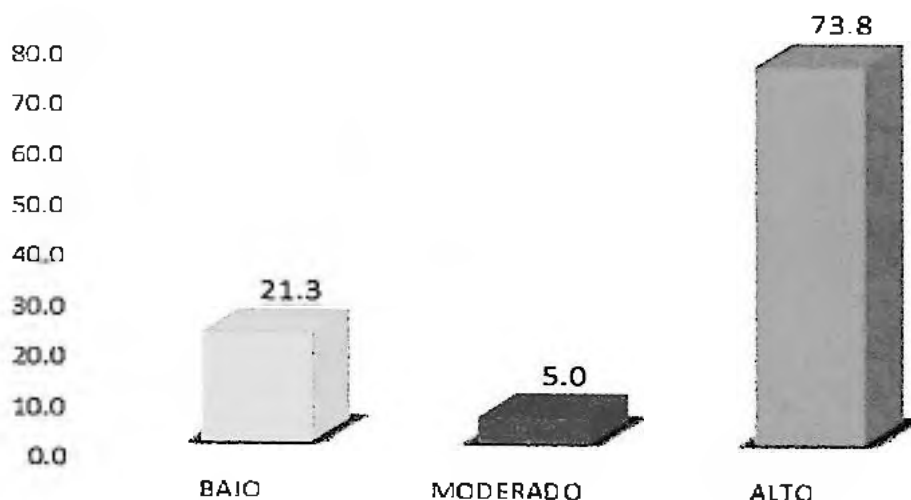
Dimensión Comunicación

Tabla 13:

La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	17	21.3	21.3	26.3
MODERADO	4	5.0	5.0	5.0
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 5: La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 13 y en la figura 5, podemos afirmar que el 73,8% de los encuestados sostiene que la comunicación en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, se encuentra en un nivel alto; mientras que el 21.3% en un nivel bajo y solo un 5% se encuentra en un nivel moderado.

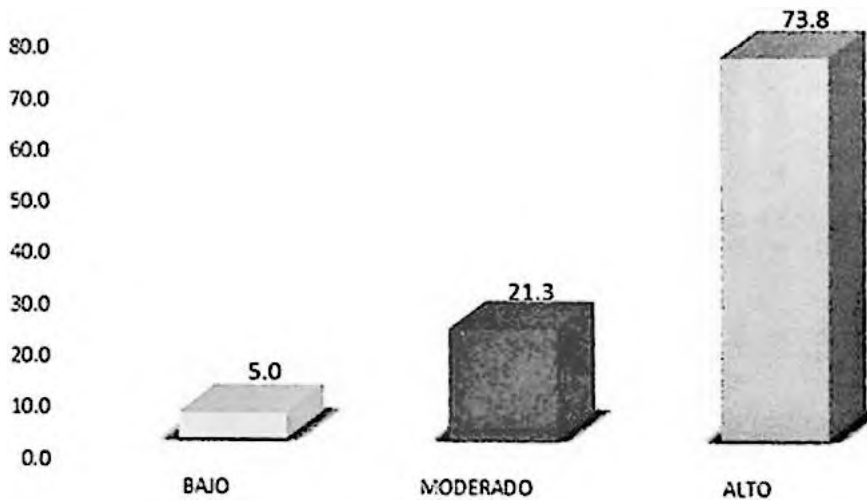
Dimensión Conductual

Tabla 14:

La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	4	5.0	5.0	26.3
MODERADO	17	21.3	21.3	21.3
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 6: La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 14 y en la figura 6, podemos afirmar que el 73,8% de los encuestados sostienen que el componente conductual es lo más representativo en el aspecto de la cultura tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, encontrándose de esta forma en un nivel alto; mientras que el 21,3% en un nivel moderado y solo un 5% se encuentra en un nivel bajo.

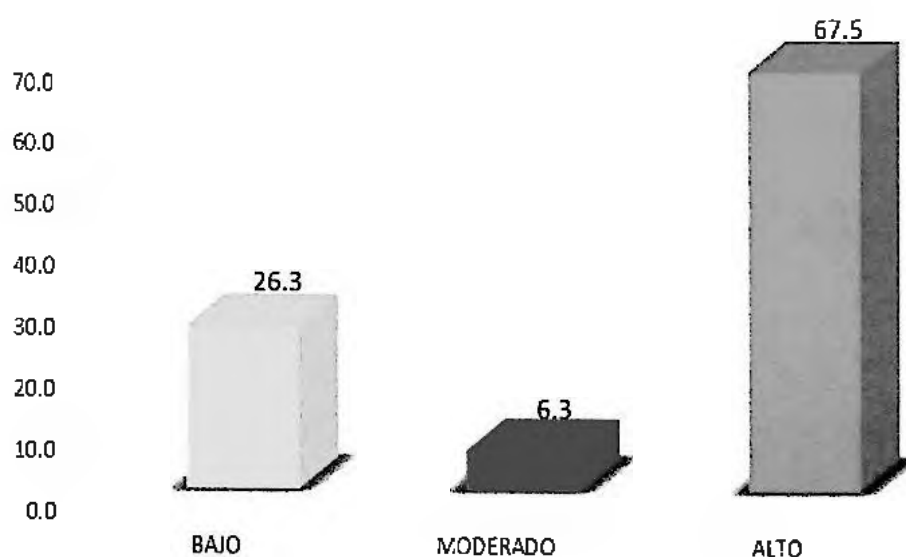
Segunda Variable: El Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias

Tabla 15:

El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	21	26.3	26.3	32.5
MODERADO	5	6.3	6.3	6.3
ALTO	54	67.5	67.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 7: El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 15 y en la figura 7, podemos afirmar que el 67.5% de los encuestados sostiene que el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, se encuentra en un nivel alto; mientras que el 26.3% en un nivel bajo y solo un 6.3% se encuentra en un nivel moderado.

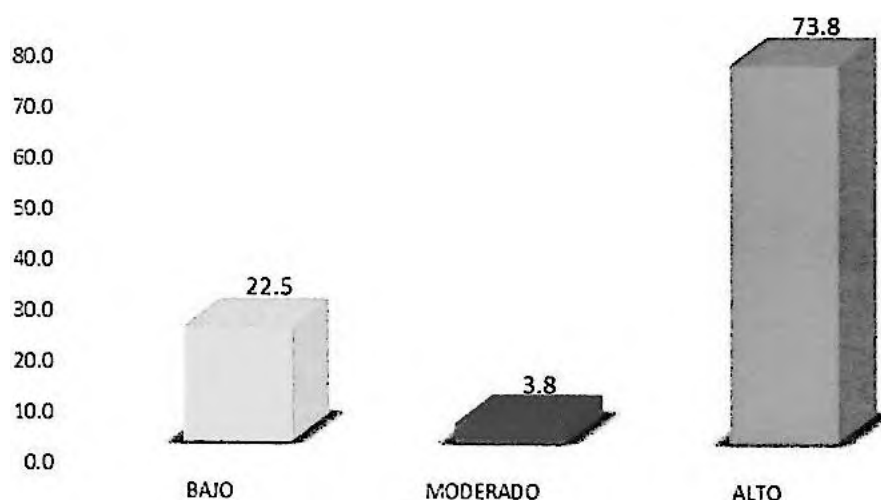
Dimensión Recaudación

Tabla 16:

La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 8: La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT

De lo observado en la tabla 16 y en la figura 8, podemos afirmar que el 73,8% de los encuestados considera que la recaudación se encuentra en un nivel alto en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT; mientras que el 22,5% en un nivel bajo; y solo el 3.8% en un nivel moderado.

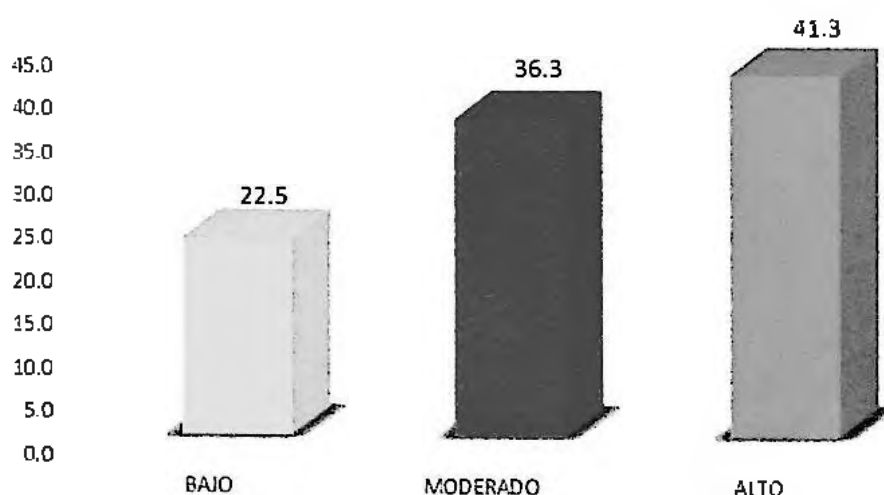
Dimensión Control de Gestión

Tabla 17:

El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	58.8
MODERADO	29	36.3	36.3	36.3
ALTO	33	41.3	41.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 9: El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

De lo observado en la tabla 17 y en la figura 9, podemos afirmar que el 41.3% de los encuestados sostiene que el Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT se encuentra en un nivel alto; mientras que el 36.3% en un nivel moderado; y solo un 22.5% en un nivel bajo.

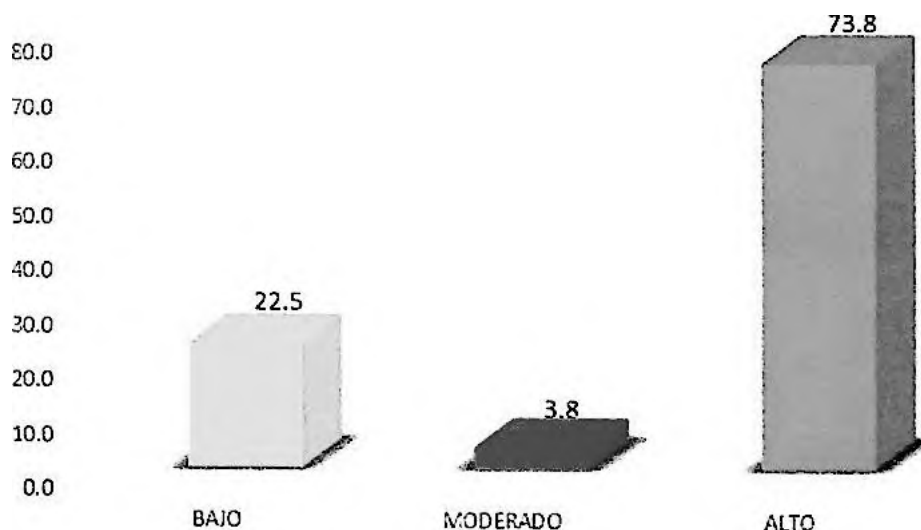
Dimensión Difusión

Tabla N° 18:

La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT



Nota. Fuente: Servicio de Administración Tributaria – SAT

Figura 10: La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT

De lo observado en la tabla 18 y en la figura 10, podemos afirmar que el 73,8% de los encuestados sostiene que la Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT, se encuentra en un nivel alto; mientras que el 22,5% en un nivel bajo; y solo el 3,8% en un nivel moderado.

Prueba de hipótesis

Para determinar la prueba de hipótesis se ha previsto las siguientes medidas:

Nivel de confianza al 95%

Nivel de significancia α ,05

Hipótesis General

H_0 : El fomento de la cultura tributaria, No contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima.

H_1 : El fomento de la cultura tributaria, contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima.

Tabla 19:

Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Cultura Tributaria y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

		Cultura Tributaria	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1,000	,730**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	80	80
	Coefficiente de correlación	,730**	1,000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	80	80

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

Como se observa en la tabla 19, podemos concluir que: existe relación positiva entre las variables Cultura Tributaria y el Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias en los contribuyentes el Servicio de Administración Tributaria de Lima - SAT, 2014. (p -valor = .000 < .05; Rho = .730). Por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Hipótesis Específica N° 1

H_0 : El nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias NO contribuye en el cumplimiento oportuno de pago, en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima.

H_1 : El nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno de pago, en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima.

Tabla 20:

Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Conocimiento y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

		Conocimiento	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	,718**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	80	80
	Coefficiente de correlación	,718**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	80	80

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

Como se observa en la tabla 20, podemos concluir que: existe relación positiva entre el conocimiento de las obligaciones y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima. (p -valor = .000 < .05; Rho = .718). Por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Hipótesis Específica N° 2

H_0 : El nivel de Comunicación Externa NO se relaciona directamente con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria.

H_1 : El nivel de Comunicación Externa se relaciona directamente con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria.

Tabla 21:

Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Comunicación y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

		Comunicación	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Comunicación		
		Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.779**
		N	80
	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias		
		Coefficiente de correlación	.779**
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	80	

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

Como se observa en la tabla 21, podemos concluir que: existe relación positiva entre la comunicación y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima. (p -valor = .000 < .05; Rho = .779). Por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Hipótesis Específica N° 3

H₀: NO existe relación significativa entre la conducta tributaria de los contribuyentes y el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.

H₁: Existe relación significativa entre la conducta tributaria de los contribuyentes y el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.

Tabla 22:

Coefficiente de correlación de Spearman entre las variables Conducta y Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias.

		Conducta	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias
Rho de Spearman	Conducta	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.712**
		N	.000
	Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias	Coefficiente de correlación	80
		Sig. (bilateral)	.712**
		N	.000
		80	80

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

Como se observa en la tabla 22, podemos concluir que: existe relación positiva entre la conducta y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima. ($p\text{-valor} = .000 < .05$; $Rho = .712$). Por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

IV. Discusión de Resultados

En el presente estudio se ha realizado el análisis estadístico de carácter descriptivo correlacional sobre la cultura tributaria y el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima.

Dicho análisis se llevó a cabo con el propósito de determinar el nivel de apreciaciones predominante respecto a cada una de las variables de estudio y detectar la relación que existe entre las dimensiones de la variable cultura tributaria y la variable cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, brindando herramientas e indicadores que constituyan una base sólida para plantear el fomento de la cultura tributaria para el logro del cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los gobiernos locales, fortaleciendo y mejorando el efecto de sus acciones en beneficio del desarrollo local.

Con referencia a la hipótesis general, los resultados detectados con la prueba de correlación de Spearman, indica una relación positiva entre la Cultura Tributaria y el Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014 (p -valor = $.000 < .05$; $Rho = .730$). Un resultado similar fue el que describe Timana y Pazo (2014), en su estudio realizado “Pagar o no Pagar es el dilema” documento donde se demostró que el cumplimiento o incumplimiento en el pago de los impuestos es el resultado de considerar opciones y decisiones conscientes, de hacer lo que es más fácil o simplemente no actuar ante una decisión deliberada; tomando mayor notoriedad como factores en la toma de decisiones de cumplimiento o incumplimiento tributario : la cultura tributaria, el riesgo de ser detectado y sancionado por la Administración Tributaria y las normas sociales.

Por otro lado, Valencia (2013), en su estudio ¿Cómo internalizar la cultura tributaria para la gestión exitosa en los tributos? hace referencia a la importancia, que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria, situación que sólo se puede lograr con el pleno conocimiento y comprensión que los tributos son recursos que recauda el Estado para retornarlos a través de prestaciones de servicios públicos como por ejemplo: Salud, Educación, entre otros. Hecho que se evidencia en la relación significativa entre el

Conocimiento de las Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014 (p-valor=.000<.05;Rho=.718).

Robles, A. (2002), quien en su tesis titulada “Cultura Tributaria, algunas pautas a seguir en América Latina” demostró que lo fundamental es que la Administraciones Tributarias promocionen e incentiven a través de los adecuados canales de comunicación el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias brindándoles a los contribuyentes una amplia gama de servicios gratuitos en los que busque acercar a las Administraciones Tributarias con los contribuyentes; lo que concuerda con los resultados obtenidos en nuestra tesis al obtener una relación positiva entre la Comunicación y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014 (p-valor = .000 < .05; Rho = .779).

Frente a lo que plantean Armas y Colmenares (2009), en su trabajo de investigación titulado “Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria”, se demuestra que, la cultura como hecho social está presente en el quehacer cotidiano del hombre, que aprende y aprehende de su diario interactuar con los miembros de la sociedad, no es hereditaria, sino aprendida, en la medida que se expone a procesos de aprendizaje, en la cual está implícita valores éticos y morales. Ahora bien, la cultura tributaria se debe entender como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, que conducen al cumplimiento permanente y voluntario de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias por ende, hecho que refuerza lo evidenciado en nuestra tesis, donde se obtiene una relación positiva entre la Conducta y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014 (p-valor = .000 < .05; Rho = .712).

V. CONCLUSIONES

PRIMERA:

Existe relación significativa entre la Cultura Tributaria y el Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014. El valor del coeficiente de correlación obtenido es de $r = 7,30$ ($0 < r < 1$) lo cual demuestra una correlación fuerte y directa, con una $p=.000$ ($p < .05$).

SEGUNDA:

Existe relación significativa entre el Conocimiento de las Obligaciones y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014. El valor del coeficiente de correlación obtenido es de $r = 7,18$ ($0 < r < 1$) lo cual demuestra una correlación fuerte y directa, con una $p=.000$ ($p < .05$).

TERCERA:

Existe relación significativa entre la Comunicación y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014. El valor del coeficiente de correlación obtenido es de $r = 7,79$ ($0 < r < 1$) lo cual demuestra una correlación fuerte y directa, con una $p=.000$ ($p < .05$).

CUARTA:

Existe relación significativa entre la Conducta y el Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima, 2014. El valor del coeficiente de correlación obtenido es de $r = 7,12$ ($0 < r < 1$) lo cual demuestra una correlación fuerte y directa, con una $p=.000$ ($p < .05$).

VI. Recomendaciones

- 1. El Estado Peruano debe involucrarse e incentivar el tema referente a la cultura tributaria, aprobando normativas relacionadas a la enseñanza de la Cultura Tributaria desde la etapa escolar, con la finalidad de empezar a generar conciencia y sensibilizar a la población respecto del sistema tributario, de las funciones del Estado y de los gobiernos locales, respecto de brindar mayores y mejores servicios públicos a la ciudadanía, así como del grado de responsabilidad que conlleva el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos, para que el Estado o gobiernos locales puedan cumplir con dichas funciones.**
- 2. A los gobiernos locales, que tengan en consideración dentro de sus planes de Desarrollo así como en los de Gestión de la Cobranza, el incentivo a las actividades que conlleven a un fomento de la cultura tributaria, dado que se ha demostrado que esta se convierte en una herramienta de doble entrada, por un lado beneficia al desarrollo de la ciudadanía aumentando su conocimiento sobre el sistema tributario, y por otro; beneficia a la Administración, toda vez que repercute en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias, evitando mayores gastos a la Administración en continuar un proceso de cobranza coactiva de la deuda.**
- 3. A los gobiernos locales, considerar el presente trabajo y repetir el estudio en sus respectivos grupos sociales y sectores económicos, incluyendo variables como educación, profesión, ingresos, creencias religiosas, fuente de ingresos, las cuales influyen en el comportamiento de los contribuyentes al momento de decidir “cumplir” o “incumplir” con sus obligaciones tributarias; así como la referida a la complejidad de las normas, para contar con mayor evidencia empírica. Los nuevos estudios también deberían incluir a los funcionarios de la administración tributaria en su relación con los contribuyentes, con el fin de determinar si son conscientes de su labor como servidores públicos y no como autoridades a las que se debe temer; pero, sobre todo, si su capacitación es coherente con los cambios normativos que son naturales en el sistema tributario para no inducir a error a los que solicitan su orientación. Todo ello permitiría**

mejorar la capacidad explicativa de los modelos de comportamiento tributario con el objetivo de incentivar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los contribuyentes.

4. A los Gobiernos Locales, realizar convenios con el Servicio de Administración Tributaria de Lima, entidad que presenta estudios y avances en el tema de cultura tributaria, solicitando capacitaciones e intercambio de información con los gobiernos provinciales, con la finalidad de adecuar e implementar el modelo SAT a sus realidades y obtener similares resultados en políticas de gestión y recaudación.

VII. Referencias Bibliográficas

- Alva, M. (julio 1995). La definición de conciencia tributaria y los mecanismos para crearla. *Análisis Tributario*, VIII (90), 37-38. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/item/90381/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla>
- Álvarez, S., y Herrera, P.M. (2004). La ética en el diseño y aplicación de los sistemas tributarios, *Revista Instituto de Estudios Fiscales*, Num.16/04, Madrid, España.
- Armas, A., y Colmenares, M. (2009). *Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria* 4(6). Caracas, Venezuela.
- Chinoy, Ely. (1966). *La Sociedad – Una introducción a la Sociología*, México: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Corredor, M. y Díaz, W. (2007). *La Cultura Tributaria Municipal. Diagnostico en la Parroquia El Valle del Municipio Bolivariano del Distrito Capital*. (Tesis de Maestría inédita). Universidad Central Marta Abreu de las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Golia, J. (2003). Evasión Cero. *Revista Dinero* 180. 6(12), 15-16. Caracas, Venezuela. Recuperado de <http://www.dinero.com.ve/portada/tributos>
- Hernández, J. (2004). La Equidad Tributaria. *Acciones para promover el cumplimiento*. Recuperado de http://www.dgii.gov.do/equidad_tributaria.htm.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F. Editorial Mc. Graw Hill.
- Herrero, J. (2002). ¿Qué es Cultura? Recuperado de <http://pnqlanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>
- Ley de Tributación Municipal. Decreto Legislativo N° 776, Ministerio de Economía y Finanzas (2004). Lima, Perú.
- Servicio de Administración Tributaria de Lima. (2014). *Memoria Institucional del Servicio de Administración Tributaria*. Lima, Perú.

- O'sullivan, Tim. (2010). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.
- Méndez, M. (1996). Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs Constitución de 1999 *Revista Espacio Abierto*, Vol. 13 N°1. Mérida.
- Pecho, M; Peláez, F y Sánchez J. (2012) "Estimación del Incumplimiento Tributario en América Latina 2000-2010" CIAT. *Dirección de Estudios e Investigaciones Tributarias*, Documento de Trabajo N° 3, 2012.
- Servicio de Administración Tributaria de Lima. (2010). *Plan Estratégico 2010-2014 del Servicio de Administración Tributaria*. Lima, Perú.
- Rivera, R y Sojo, C. (2002). *La Cultura Tributaria en Costa Rica*. Recuperado de: http://web.media.mit.edu/~barahona/main/publications/EI%20Sistema%20Tributario%20Costarricense%20-%20Contribuciones%20a%20debate%20nacional_files/cap7.pdf
- Rocher, G. (1996). *Introducción a la Sociología General*. Barcelona, España: Editorial Herder.
- Robles, Armando (2002). Asociación Nacional de Empleados Públicos y Privados (ANEP). *Cultura Tributaria. Algunas pautas a seguir en su creación*. Recuperado de: <http://www.democraciadigital.org/etc/arts/0206cultura>
- Robles, C. (S/F) Eficiencia de la Administración Tributaria. *Identificación del Incumplimiento*. Recuperado de: http://www.congreso.gob.pe/biblio/artic_21
- Texto Único Ordenando del Código Tributario, aprobado por Decreto Supremo No. 135-99-EF. Ministerio de Economía y Finanzas (1999). Lima, Perú.
- Timaná, Juan; Pazo, Yulissa (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Ediciones ESAN.

Valencia Gutierrez, A. (2013). ¿Cómo internalizar la cultura tributaria para la gestión exitosa de los tributos? *Revista de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 21(40).

Villegas, Héctor. (1992). *Curso de Finanzas, Derecho Tributario y Financiero*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Depalma,

ANEXOS

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	DEFINICION CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	METODO								
<p>Problema general: ¿En qué medida el fomento de una cultura tributaria genera una conciencia en el ciudadano y contribuye a que cumpla oportunamente con sus obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima?</p>	<p>Objetivo general: Determinar en qué medida la cultura tributaria contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima</p>	<p>Hipótesis general: El fomento de una cultura tributaria contribuye favorablemente en los objetivos estratégicos para sensibilizar al contribuyente en el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima</p>	<p>Definición conceptual de la variable X: Independiente La Cultura Tributaria: La cultura tributaria consiste en el nivel de conocimiento que tienen los individuos de una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones</p>	<p>Tipo de Estudio: El tipo de investigación desarrollada es cuantitativa, explicativa y no experimental correlacional ya que tiene como propósito conocer la relación que existe entre La Cultura Tributaria y El cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima.</p>								
<p>Problemas específicos: ¿Cómo el nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?</p>	<p>Objetivos específicos: Determinar en qué medida el nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias contribuye en el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>Hipótesis específicas: El nivel de conocimiento de las obligaciones tributarias concientiza al ciudadano y reconoce que tiene su obligación de contribuyente y llega a cumplir oportunamente con sus obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>Definición conceptual de la variable Y: Dependiente El Cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima: Es la acción de realizar el pago de las deudas tributarias dentro de los plazos establecidos por ley.</p>	<p>Diseño: El diseño de la investigación es no experimental, transversal y correlacional.</p>								
<p>Problemas específicos: ¿En qué medida el nivel de Comunicación Externa se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?</p>	<p>Determinar en qué medida el nivel de Comunicación Externa se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>El nivel de Comunicación Externa es una estrategia que refuerza la conciencia tributaria y tiene una relación con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>Variable (X): La Cultura Tributaria</p> <table border="1" data-bbox="546 551 746 1113"> <thead> <tr> <th data-bbox="546 952 639 1113">Dimensiones</th> <th data-bbox="546 551 639 952">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="639 952 685 1113">Componente Cognoscitivo</td> <td data-bbox="639 551 685 952"> <ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de sus obligaciones por parte de los contribuyentes. Ciencia Percepción </td> </tr> <tr> <td data-bbox="685 952 746 1113">Componente de Comunicación Externa</td> <td data-bbox="685 551 746 952"> <ul style="list-style-type: none"> Cantidad de Campañas de Difusión de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias Cantidad de Medios de Comunicación Cantidad de Canales de Comunicación. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="746 952 823 1113">Componente Conductual</td> <td data-bbox="746 551 823 952"> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de Reclamos presentados por desconocimiento de la Normativa Tributaria. Nivel de Quejas presentadas en la Delensoría de Ciudadano. </td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Componente Cognoscitivo	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de sus obligaciones por parte de los contribuyentes. Ciencia Percepción 	Componente de Comunicación Externa	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de Campañas de Difusión de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias Cantidad de Medios de Comunicación Cantidad de Canales de Comunicación. 	Componente Conductual	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Reclamos presentados por desconocimiento de la Normativa Tributaria. Nivel de Quejas presentadas en la Delensoría de Ciudadano. 	<p>Muestreo: Se ha tomado como universo la población asistente al SAT de Lima en el mes posterior al vencimiento para el pago de los tributos municipales.</p> <p>Población: 1000 personas que asisten a realizar sus pagos en la sede del SAT</p> <p>Muestra Representativa: 80 personas seleccionadas al azar de acuerdo a la formula estándar de muestreo.</p> <p>Muestra Probabilística: Aleatoria simple.</p> <p>Técnicas: Muestreo, Observación y Revisión documental (período de alcance 02 años).</p>
Dimensiones	Indicadores											
Componente Cognoscitivo	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de sus obligaciones por parte de los contribuyentes. Ciencia Percepción 											
Componente de Comunicación Externa	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de Campañas de Difusión de Cumplimiento de Obligaciones Tributarias Cantidad de Medios de Comunicación Cantidad de Canales de Comunicación. 											
Componente Conductual	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Reclamos presentados por desconocimiento de la Normativa Tributaria. Nivel de Quejas presentadas en la Delensoría de Ciudadano. 											
<p>Problemas específicos: ¿De qué manera la conducta de los ciudadanos se relaciona con el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria?</p>	<p>Determinar la relación entre la conducta de los ciudadanos y el cumplimiento oportuno de las obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>Existe relación significativa entre la conducta tributaria de los ciudadanos y el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria.</p>	<p>Variable (Y): El cumplimiento Oportuno de las Obligaciones Tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima</p> <table border="1" data-bbox="1047 551 1416 1113"> <thead> <tr> <th data-bbox="1047 952 1201 1113">Dimensiones</th> <th data-bbox="1047 551 1201 952">Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1201 952 1278 1113">Componente de Recaudación</td> <td data-bbox="1201 551 1278 952"> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. Nivel de Morosidad de las Obligaciones Tributarias Nivel de efectividad de la Recaudación </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1278 952 1355 1113">Componente de Control de Gestión</td> <td data-bbox="1278 551 1355 952"> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de Gestión de la Cobranza Tributaria. Nivel de gestión de la Cultura Tributaria Nivel de Evasión Tributaria. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1355 952 1416 1113">Componente de Difusión</td> <td data-bbox="1355 551 1416 952"> <ul style="list-style-type: none"> Cuantificación y modo de institucionalización de difusión. Nivel de satisfacción del contribuyente respecto a los canales y forma de pago. </td> </tr> </tbody> </table>	Dimensiones	Indicadores	Componente de Recaudación	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. Nivel de Morosidad de las Obligaciones Tributarias Nivel de efectividad de la Recaudación 	Componente de Control de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Gestión de la Cobranza Tributaria. Nivel de gestión de la Cultura Tributaria Nivel de Evasión Tributaria. 	Componente de Difusión	<ul style="list-style-type: none"> Cuantificación y modo de institucionalización de difusión. Nivel de satisfacción del contribuyente respecto a los canales y forma de pago. 	<p>Instrumentos: Ficha de Investigación y de Campo, guías de observación, cuestionarios y entrevistas.</p> <p>Análisis Estadístico: Descriptivo SPSS</p>
Dimensiones	Indicadores											
Componente de Recaudación	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. Nivel de Morosidad de las Obligaciones Tributarias Nivel de efectividad de la Recaudación 											
Componente de Control de Gestión	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Gestión de la Cobranza Tributaria. Nivel de gestión de la Cultura Tributaria Nivel de Evasión Tributaria. 											
Componente de Difusión	<ul style="list-style-type: none"> Cuantificación y modo de institucionalización de difusión. Nivel de satisfacción del contribuyente respecto a los canales y forma de pago. 											

ANEXO: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA CULTURA TRIBUTARIA

Estimado Contribuyente:

Mediante este instrumento de medición se busca recolectar información sobre la cultura tributaria de los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima - SAT.

Su colaboración consiste en leer cada uno de los ítems y marcar su respuesta con una "X" de acuerdo a lo que considera.

El instrumento es totalmente anónimo razón por la cual solicitamos no redactar su nombre y se guardara total reserva.

El valor de cada alternativa es el siguiente:

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: De 20 a 30 () 31 a 40 () 41 a 50 () 51 a 60 () 61 a más

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	OPCION DE RESPUESTA				
		Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
	Conocimiento	1	2	3	4	5
1	¿Cumple con sus obligaciones Tributarias que mantiene con el SAT, de acuerdo a lo establecido en la Ley de Tributación Municipal?					
2	¿Ha recibido información por parte del SAT sobre sus obligaciones tributarias?					
3	¿Realiza Ud. los pagos de sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos por Ley?					
4	¿Se le brinda información sobre los beneficios que puede obtener por el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias en el SAT?					
5	¿Realiza Usted los pagos de sus obligaciones tributarias pensando en su deber como ciudadano?					
6	¿Realiza Usted los pagos de sus obligaciones tributarias pensando en el beneficio que pudiera obtener de ello?					
7	¿Considera Usted que el pago de sus obligaciones tributarias en el SAT son destinados para los servicios públicos de la Ciudad?					
8	¿Percibe Usted que la atención e información brindada es oportuna y correcta para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en el SAT?					

9	¿Considera Usted que el SAT promueve la cultura tributaria entre sus contribuyentes?					
10	¿En el último año, ha percibido Ud. mejoras en los servicios público que brinda el SAT?					
Comunicación						
11	¿Se le ha informado sobre las campañas de difusión que realiza el SAT referentes al cumplimiento de las Obligaciones Tributarias como: SAT visita a tu barrio, Infomovil, Infoplaya, otras.					
12	¿Se debe de realizar campañas de difusión sobre las obligaciones tributarias en el SAT?					
13	¿Las campañas de difusión realizadas por el SAT sensibilizan e incentivan a los ciudadanos a cumplir con sus obligaciones tributarias					
14	¿Los medios de comunicación que utiliza el SAT para con los contribuyentes son los más apropiados? (escrito, informático, voz)					
15	¿Utiliza los diferentes medios de pago que brinda el SAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?					
16	¿Realiza los pagos de sus obligaciones tributarias solamente en las agencias del SAT?					
17	¿Recibe información por radio, correo electrónico, llamadas telefónicas, correo electrónico sobre las fechas de vencimiento de sus obligaciones tributarias?					
18	¿Los canales de comunicación que utiliza el SAT favorecen al cumplimiento de las obligaciones tributarias?					
19	¿Le resulta de fácil uso y acceso a tecnología puesta al servicio del Contribuyente tal como el Servicio de Atención Remota Asistida – SARA?					
Conducta						
20	¿Presenta comúnmente un reclamo en el SAT debido a que no considera justa la determinación del impuesto?					
21	¿Son atendidos los reclamos presentados en el SAT?					
22	¿Considera que se debe reclamar para que la Administración tome conocimiento del desacuerdo de los ciudadanos con la determinación de los tributos?					
23	¿Ha presentado alguna queja en la defensoría del ciudadano del SAT?					
24	¿Ha obtenido resultados beneficios producto de la queja presentada en el SAT?					
25	¿Considera Ud. que es fácil presentar una queja en el SAT?					

Quedamos muy agradecidos por su participación.

ANEXO: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DEL CUMPLIMIENTO OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Estimado Contribuyente:

Mediante este instrumento de medición se busca recolectar información sobre la cultura tributaria de los contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima - SAT.

Su colaboración consiste en leer cada uno de los ítems y marcar su respuesta con una "X" de acuerdo a lo que considera.

El instrumento es totalmente anónimo razón por la cual solicitamos no redactar su nombre y se guardara total reserva.

El valor de cada alternativa es el siguiente:

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Sexo: Masculino () Femenino ()

Edad: De 20 a 30 () 31 a 40 () 41 a 50 () 51 a 60 () 61 a más

Nº	DIMENSIONES / ITEMS	OPCION DE RESPUESTA				
		Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
	Componente de Recaudación	1	2	3	4	5
26	¿Considera Ud. que los contribuyentes realizan los pagos de sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos?					
27	¿Considera Ud. que las campañas de difusión de las actividades y labores que realiza el SAT inciden en el incremento del nivel de pago oportuno de las obligaciones tributarias?					
28	¿Percibe Ud. que el nivel de contribuyentes puntuales se incrementa cada año?					
29	¿Cumple Ud. con sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos?					
30	¿Tiene establecido un presupuesto fijo mensual para el pago de sus obligaciones tributarias?					
31	¿Considera Ud. que en el SAT se aplican mecanismos para evitar caer en morosidad (llamadas recordatorias, carta, mensajes electrónicos, msn al móvil)?					
32	¿Las campañas de difusión del cumplimiento de obligaciones tributarias realizadas por el SAT repercuten en una mayor recaudación?					

33	¿Considera que los diferentes canales de comunicación repercuten en una mayor recaudación?					
34	¿Espera Ud. a ser notificado antes de pagar sus obligaciones tributarias en el SAT?					
Componente de Control de Gestión						
35	¿Considera Ud que la gestión que realiza el SAT en la recaudación de los tributos, es la más apropiada?					
36	¿Considera Ud que existe un asesoramiento por parte del SAT, para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias?					
37	¿Considera Ud que en la política de gestión realizada por el SAT se tiene considerada la situación económica de los ciudadanos?					
38	¿Para sus consultas respecto a sus tributos, existe una persona asignada para atender/solucionar sus casos?					
39	¿Se brindan facilidades de pago para poder cumplir con las obligaciones tributarias en el SAT?					
40	¿Está de acuerdo con la siguiente afirmación "A mayor cantidad de estrategias de cobranza realizadas por el SAT, los contribuyentes puntuales se incrementan?"					
41	¿El incremento que se realiza cada año de las obligaciones tributarias, sin considerar la situación económica o social de los contribuyentes, incentiva la evasión tributaria?					
42	¿Ante una situación engorrosa/confusa respecto a una deuda tributaria, acude al apoyo de tramitadores para no realizar el pago de dicha deuda?					
43	¿En el SAT, se le brinda información respecto a las consecuencias de la evasión tributaria?					
Componente de Difusión						
44	¿Las herramientas y/o medios con las que cuenta el SAT mejoran el proceso de comunicación con el ciudadano para la información de sus obligaciones?					
45	¿Los programas de difusión desarrollados por el SAT fomentan la cultura tributaria en los ciudadanos?					
46	¿Los incentivos por pago puntual logran incrementar la cantidad de contribuyentes puntuales?					
47	¿Se beneficia Ud por el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias?					
48	¿Se siente bien atendido y orientado en sus consultas cuando asiste al SAT?					
49	¿Percibe que el SAT incentiva al pago oportuno de las obligaciones Tributarias?					

Quedamos muy agradecidos por su participación.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"La Cultura Tributaria"

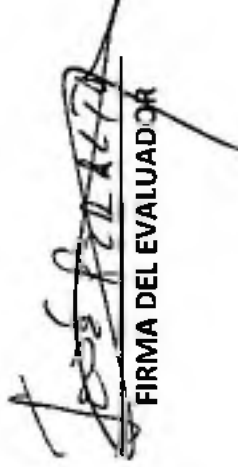
OBJETIVO: "Conocer el nivel de Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria - SAT"

DIRIGIDO A: Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria - SAT

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: _____

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: _____

VALORACIÓN: 98%


FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE: CULTURA TRIBUTARIA

DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS	
Componente Cognoscitiva (a)	Conocimiento de Obligaciones	a1	1. ¿Considera Ud que conoce sobre sus obligaciones tributarias que están establecidas de acuerdo a Ley?
		a1	2. ¿Considera que ha recibido información por parte del SAT sobre sus obligaciones tributarias?
		a1	3. ¿Realiza Ud los pagos de sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos por Ley?
		a1	4. ¿Considera que se le brinda información sobre los beneficios que puede obtener por el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias en el SAT?
	Creencias	a2	5. ¿Realiza Usted los pagos de sus obligaciones tributarias pensando en su deber como ciudadano?
		a2	6. ¿Realiza Usted los pagos de sus obligaciones tributarias pensando en el beneficio que pudiera obtener de ello?
		a2	7. ¿Considera Usted que el pago de las obligaciones tributarias en el SAT son destinados para los servicios públicos de la Ciudad?
	Percepción	a3	8. ¿Percebe Usted que la atención e información brindada es oportuna y correcta para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en el SAT?
		a3	9. ¿Considera Usted que el SAT promueve la cultura tributaria entre sus contribuyentes?
		a3	10. ¿En el último año, ha percibido Ud mejoras en los servicios públicos que brinda el SAT?
Componente de Comunicación (b)	Campañas de Difusión	b1	11. ¿Se le ha informado sobre las campañas de difusión que realiza el SAT referentes al cumplimiento de las Obligaciones Tributarias como SAT-veo a tu barrio, InformoVl, Intégrantse aVos
		b1	12. ¿Considera Ud que se debe de realizar campañas de difusión sobre las obligaciones tributarias en el SAT?
		b1	13. ¿Considera que las campañas de difusión realizadas por el SAT contribuyen e incitan a los ciudadanos a cumplir con sus obligaciones tributarias.
	Medios de Comunicación	b2	14. ¿Considera Ud. que los medios de comunicación que utiliza el SAT para con los contribuyentes son los más apropiados? (escrito, informático, voz)
		b2	15. ¿Utiliza los diferentes medios de pago que brinda el SAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?
		b2	16. ¿Realiza los pagos de sus obligaciones tributarias solamente en las agencias del SAT?
	Canales de Comunicación	b3	17. ¿Recibe información por radio, correo electrónico, llamadas telefónicas, correo electrónico sobre las lecturas de vencimientos de sus obligaciones tributarias?
		b3	18. ¿Considera Ud que los canales de comunicación que utiliza el SAT favorecen al cumplimiento de de las obligaciones tributarias?
		b3	19. ¿Le resulta de fácil uso y acceso a tecnología puesta al servicio del Contribuyente tal como el Servicio de Atención Remota Asistida - SARA?
Componente Conductual (c)	Reclamos Presentados	c1	20. ¿Presenta comúnmente un reclamo en el SAT debido a que no considera justa la determinación del impuesto?
		c1	21. ¿Son atendidos los reclamos presentados en el SAT?
		c1	22. ¿Considera que se debe reclamar para que la Administración tome conocimiento del desacuerdo de los ciudadanos con la determinación de los tributos?
	Quejas Presentadas	c2	23. ¿Ha presentado alguna queja en la defensoría del ciudadano del sat?
		c2	24. ¿Ha obtenido resultados beneficios producidos de la queja presentada en el SAT?
c2	25. ¿Considera Ud que es fácil presentar una queja en el SAT?		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lima”


OBJETIVO: “Conocer el nivel de cumplimiento oportuno en las obligaciones tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima?”

DIRIGIDO A: Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria - SAT

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: _____

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: _____

VALORACIÓN: 98^c/p


FIRMA DEL EVALUADOR

VARIABLE: CUMPLIMIENTO OPORTUNO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

	INDICADOR	ITEMS
Componente de Recaudación (d)	Cumplimiento Oportuno	d1 26 ¿Considera Ud. Que los contribuyentes realizan los pagos de sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos?
		d1 27 ¿Considera Ud. que las campañas de difusión de las actividades y labores que realiza el SAT inciden en el incremento del nivel de pago oportuno de las obligaciones tributarias?
		d1 28 ¿Percibe Ud. que el nivel de contribuyentes puntuales se incrementa cada año?
	Nivel de Morosidad	d2 29 ¿Cumple Ud con sus obligaciones tributarias dentro de los plazos establecidos?
		d2 30 ¿Tiene establecido un presupuesto fijo mensual para el pago de sus obligaciones tributarias?
		d2 31 ¿Considera Ud que en el SAT se aplican mecanismos para evitar caer en morosidad (llamadas recordatorias, carta, mensajes electrónicos, etc. al móvil)?
	Efectividad de la Recaudación	d3 32 ¿Considera Ud. que las campañas de difusión del cumplimiento de obligaciones tributarias realizadas por el SAT repercuten en una mayor recaudación?
		d3 33 ¿Considera Ud que los diferentes canales de comunicación repercuten en una mayor recaudación?
		d3 34 ¿Espera Ud a ser notificado antes de pagar sus obligaciones tributarias en el SAT?
Componente de Control de Gestión (e)	Resultados de Gestión	e1 35 ¿Considera Ud que la gestión que realiza el SAT en la recaudación de los tributos, es la más apropiada?
		e1 36 ¿Considera Ud que en la gestión realizada por el SAT se tiene considerado la situación de los ciudadanos?
		e1 37 ¿Considera Ud que en la política de gestión realizada por el SAT se tiene considerado la opinión de los ciudadanos?
	Resultados de Gestión de Cartera	e2 38 ¿Para sus consultas respecto a sus tributos, existe una persona asignada para atender/resolver sus casos?
		e2 39 ¿Esta de acuerdo con la siguiente afirmación "A mayor cantidad de estrategias de cobranza realizadas por el SAT, los contribuyentes puntuales se incrementan"?
		e2 40 ¿Esta de acuerdo con la siguiente afirmación "A mayor cantidad de estrategias de cobranza realizadas por el SAT, los contribuyentes puntuales se incrementan"?
	Resultados de Evasión Tributaria	e3 41 ¿Considera que existen razones en la determinación de los tributos para realizar una evasión tributaria?
		e3 42 ¿Esta situación ingenua ayuda al apoyo de transacciones para no realizar el pago de sus tributos?
		e3 43 ¿Conoce o ha visto casos referidos a la evasión tributaria en el SAT?
Componente de Difusión (f)	Cumplimiento de Metas	f1 44 ¿Los herramientas y/o medios con los que cuenta el SAT mejoran el proceso de comunicación con el ciudadano para la información de sus obligaciones?
		f1 45 ¿Los programas de difusión desarrollados por el SAT fomentan la cultura tributaria en los ciudadanos?
		f1 46 ¿Los incentivos por pago puntual logran incrementar la cantidad de contribuyentes puntuales?
	Satisfacción del Contribuyente	f2 47 ¿Se beneficia Ud por el cumplimiento oportuno de sus obligaciones Tributarias?
		f2 48 ¿Se siente bien atendido y asesorado en sus consultas cuando acude al SAT?
		f2 49 ¿Percibe que el SAT incentiva al pago oportuno de las obligaciones Tributarias?

ANEXO: BASE DE DATOS

Tesis: La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el Servicio de Administración Tributaria de Lira - 2014

Variable: Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias

MUESTRA	Variable: Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias																																						
	01	012	013	014	021	022	023	031	032	033	041	042	043	051	052	053	061	062	063	071	072	073	081	082	083	091	092	093	101	102	103	111	112	113	121	122	123		
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6	5	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
7	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
8	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
9	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
10	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
12	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
14	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
19	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
20	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
22	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
23	2	2	2	3	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
25	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

ANEXO: RESULTADOS SPSS

Fiabilidad del Instrumento

Dimensión Componente Cognoscitivo

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.991	.993	10

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
a1.1	34.76	127.247	.971	.988	.989
a1.2	34.66	127.771	.973	.986	.989
a1.3	34.55	127.035	.978	.990	.989
a1.4	34.33	135.868	.978	.988	.991
a2.1	35.19	124.964	.935	.913	.990
a2.2	35.24	125.095	.935	.934	.990
a2.3	35.65	125.648	.955	.947	.990
a3.1	34.80	127.504	.973	.985	.989
a3.2	34.78	128.911	.962	.969	.990
a3.3	35.25	121.709	.963	.963	.990

Dimensión Componente de Comunicación

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.989	.990	9

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
b1.1	31.73	102.885	.948	.973	.988
b1.2	32.20	101.985	.901	.849	.990
b1.3	31.78	97.620	.976	.976	.987
b2.1	31.79	97.562	.965	.968	.987
b2.2	32.15	98.357	.931	.891	.989
b2.3	31.88	97.984	.982	.995	.987
b3.1	31.86	97.867	.984	.994	.987
b3.2	32.20	97.656	.944	.947	.988
b3.3	32.33	98.172	.928	.933	.989

Dimensión Componente Conductual

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.974	.981	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
c1.1	20.56	29.490	.880	.821	.973
c1.2	20.89	24.531	.972	.952	.964
c1.3	20.54	29.113	.979	.961	.966
c2.1	20.98	24.987	.953	.915	.966
c2.2	21.34	30.277	.865	.801	.976
c2.3	20.89	24.531	.972	.952	.964

Variable: Cultura Tributaria

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.995	.996	25

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
a1.1	95.79	815.334	.974		.995
a1.2	95.69	816.952	.973		.995
a1.3	95.58	814.627	.984		.995
a1.4	95.35	836.661	.988		.995
a2.1	96.21	809.562	.941		.995
a2.2	96.26	809.892	.941		.995
a2.3	96.68	811.589	.956		.995
a3.1	95.83	816.247	.973		.995
a3.2	95.80	820.365	.954		.995
a3.3	96.28	802.050	.957		.995
b1.1	95.56	827.540	.948		.995
b1.2	96.04	823.606	.925		.995
b1.3	95.61	811.557	.987		.995
b2.1	95.63	812.465	.963		.995
b2.2	95.99	814.848	.930		.995
b2.3	95.71	813.271	.984		.995
b3.1	95.70	812.997	.985		.995
b3.2	96.04	812.619	.945		.995
b3.3	96.16	814.644	.922		.995
c1.1	95.35	841.496	.876		.996
c1.2	95.68	812.551	.985		.995
c1.3	95.33	838.804	.977		.995
c2.1	95.76	815.728	.962		.995
c2.2	96.13	845.351	.867		.996
c2.3	95.68	813.691	.970		.995

Dimensión de Recaudación

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.975	.980	8

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
d1.1	27.45	52.909	.868	.855	.973
d1.2	28.51	50.937	.876	.871	.973
d1.3	28.21	49.131	.870	.848	.975
d2.1	27.16	55.429	.909	.925	.973
d2.2	27.45	50.099	.930	.953	.970
d2.3	27.69	51.230	.924	.922	.970
d3.1	27.03	54.480	.982	.980	.970
d3.2	27.26	50.019	.958	.961	.968

Dimensión de Control de Gestión

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.966	.974	7

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
e1.1	24.76	33.373	.856	.796	.964
e1.2	24.96	29.657	.902	.839	.959
e1.3	25.10	28.547	.917	.916	.959
e2.1	25.15	28.408	.950	.918	.956
e2.2	24.46	35.214	.910	.855	.966
e2.3	24.89	31.772	.868	.776	.962
e3.1	25.50	29.949	.926	.884	.957

Dimensión de Difusión

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.981	.984	6

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
f1.1	19.54	40.176	.974	.965	.974
f1.2	19.75	38.063	.932	.907	.980
f1.3	19.33	44.501	.937	.899	.981
f2.1	19.79	39.461	.961	.932	.975
f2.2	20.35	41.597	.918	.869	.979
f2.3	19.75	39.456	.956	.937	.976

Variable: Cumplimiento Oportuno de Obligaciones Tributarias

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.990	.992	21

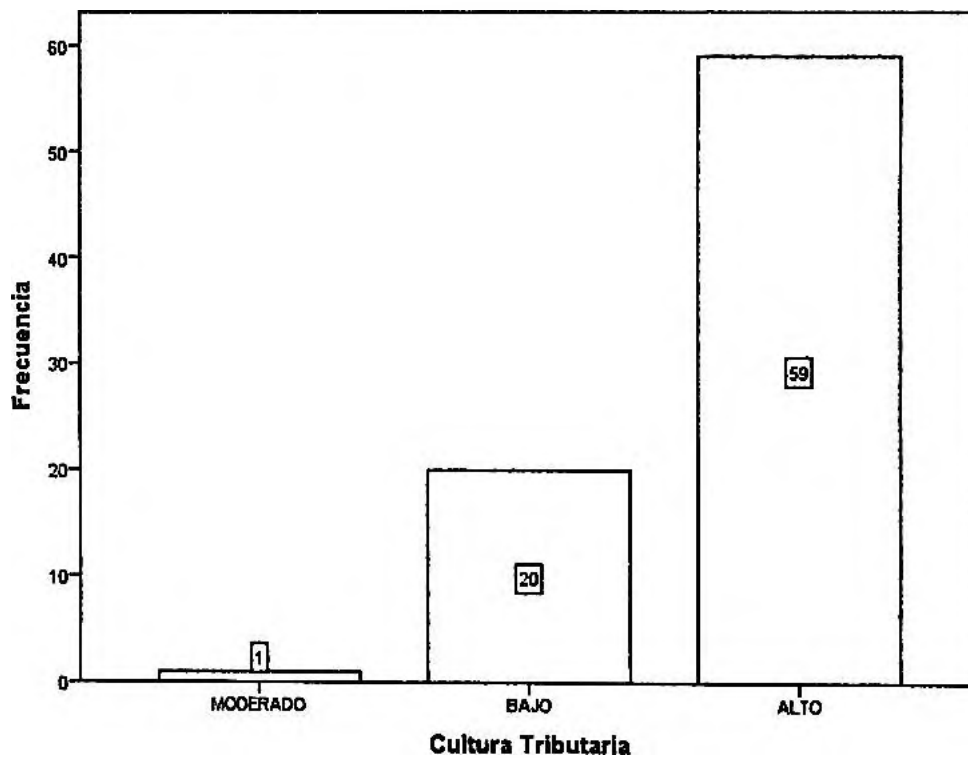
Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
d1.1	80.29	447.397	.883		.990
d1.2	81.35	442.408	.875		.990
d1.3	81.05	435.213	.907		.990
d2.1	80.00	455.823	.887		.990
d2.2	80.29	439.726	.929		.990
d2.3	80.53	442.607	.932		.990
d3.1	79.86	452.095	.984		.990
d3.2	80.10	438.749	.969		.990
e1.1	80.00	458.633	.838		.991
e1.2	80.20	444.238	.899		.990
e1.3	80.34	437.847	.957		.990
e2.1	80.39	439.126	.947		.990
e2.2	79.70	464.162	.924		.991
e2.3	80.13	451.934	.873		.990
e3.1	80.74	444.424	.941		.990
f1.1	80.21	432.701	.979		.989
f1.2	80.43	424.425	.964		.990
f1.3	80.00	446.506	.948		.990
f2.1	80.46	431.923	.939		.990
f2.2	81.03	439.012	.895		.990
f2.3	80.43	431.412	.943		.990

Estadística Descriptiva

La Cultura Tributaria en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima -- SAT.

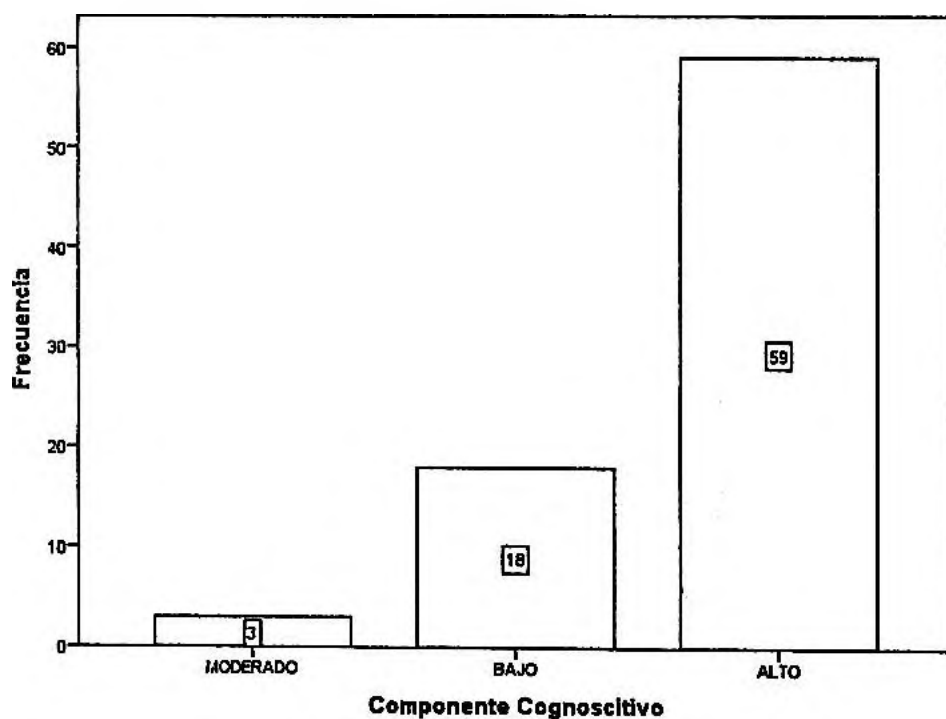
Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	20	25.0	25.0	26.3
MODERADO	1	1.3	1.3	1.3
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	



El Conocimiento de Obligaciones, en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

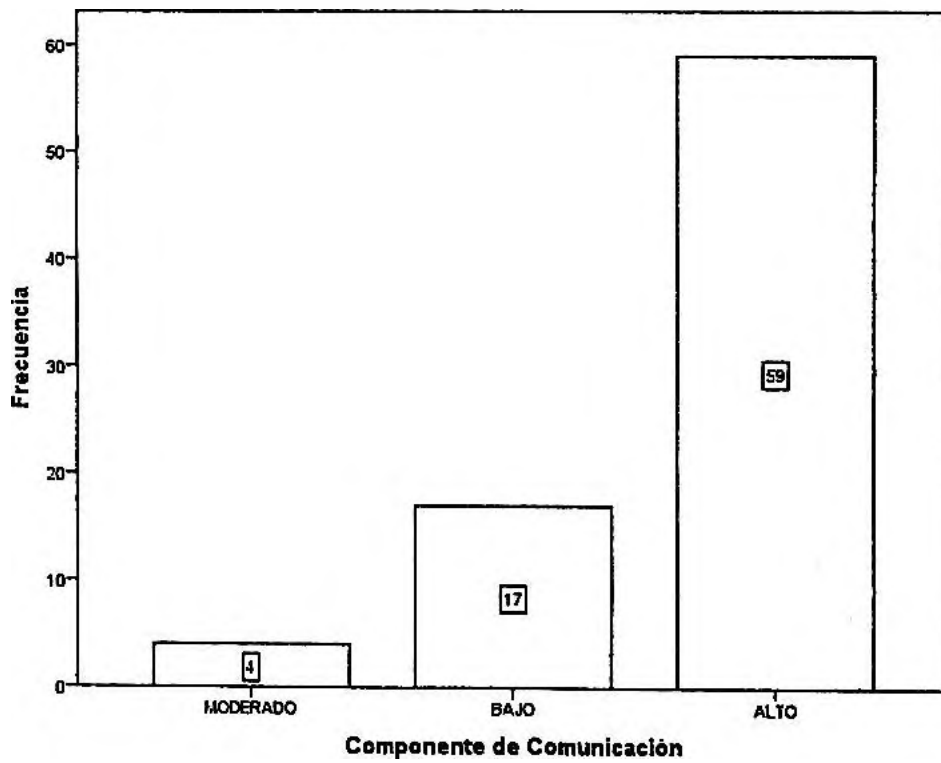
El Conocimiento de Obligaciones en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	17	21.3	21.3	26.3
MODERADO	4	5.0	5.0	5.0
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

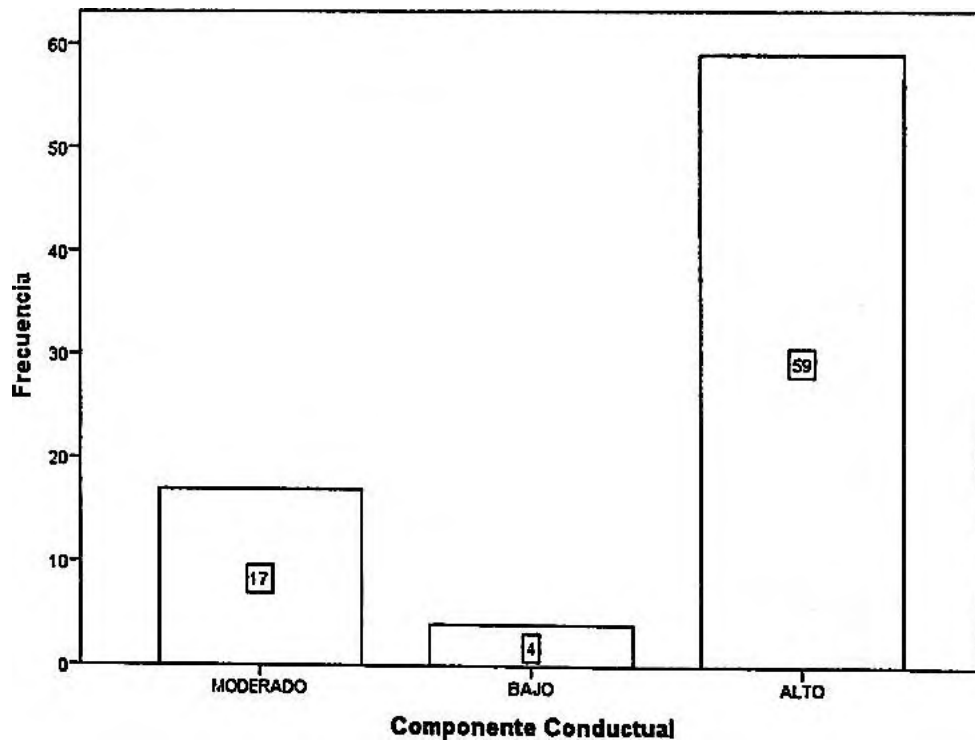
La Comunicación en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	4	5.0	5.0	26.3
MODERADO	17	21.3	21.3	21.3
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

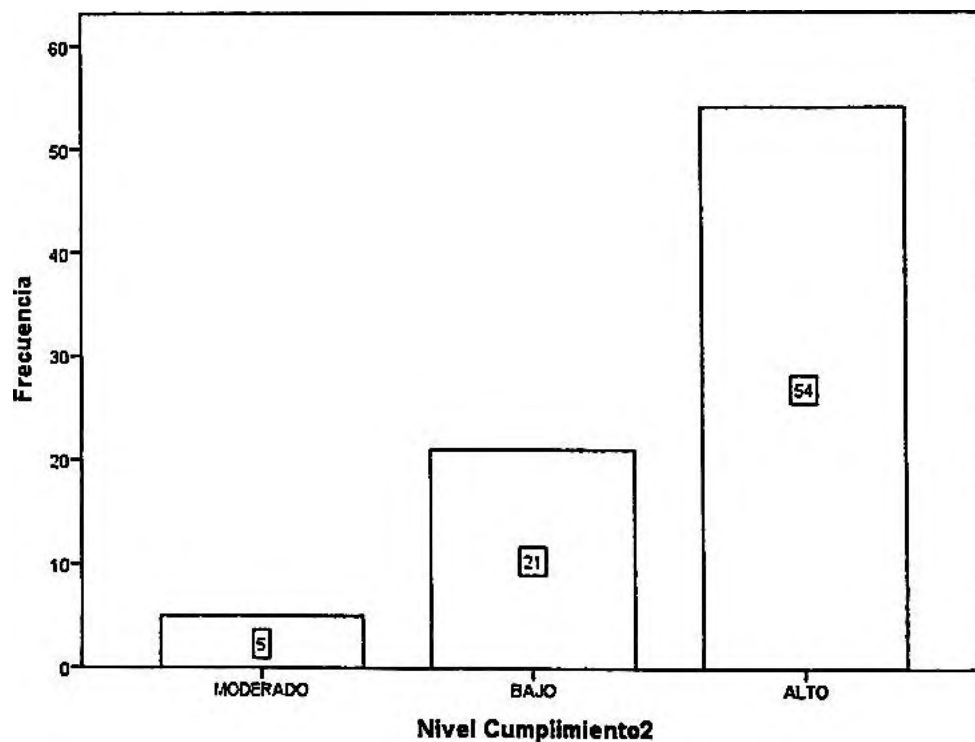
La Conducta en la Cultura Tributaria de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	21	26.3	26.3	32.5
MODERADO	5	6.3	6.3	6.3
ALTO	54	67.5	67.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

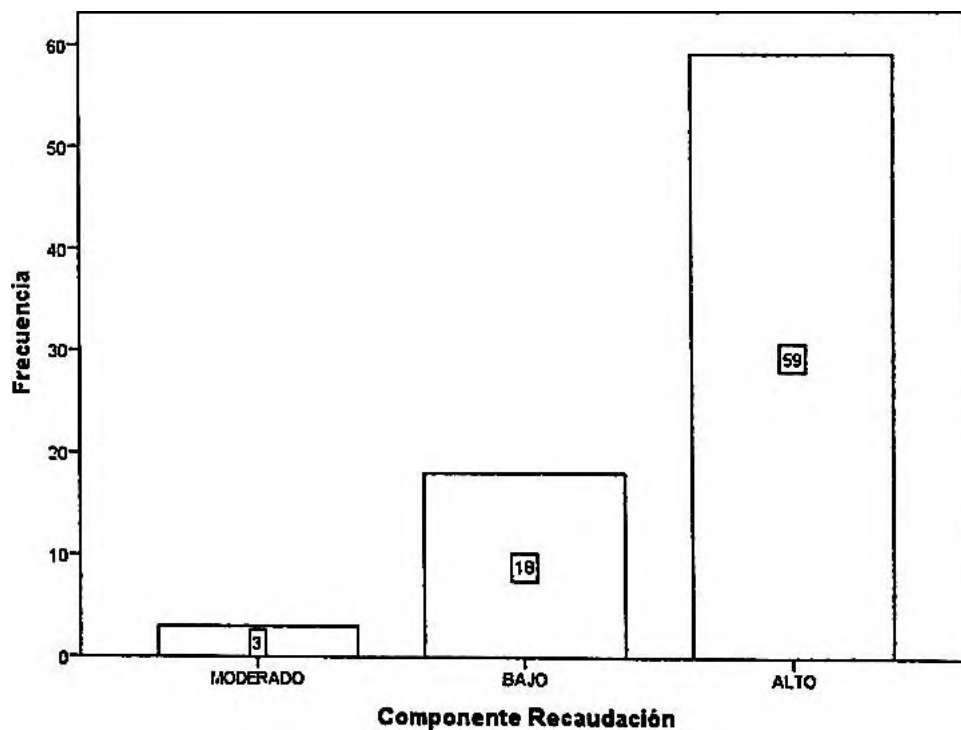
El Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias en los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

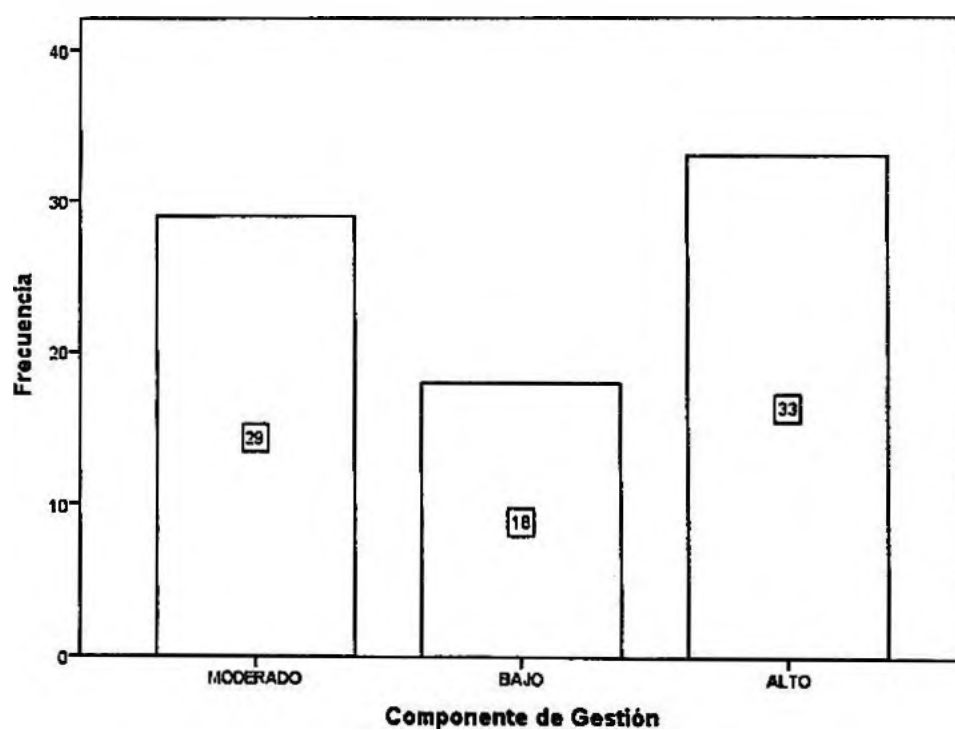
La Recaudación en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	58.8
MODERADO	29	36.3	36.3	36.3
ALTO	33	41.3	41.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

El Control de la Gestión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.



La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BAJO	18	22.5	22.5	26.3
MODERADO	3	3.8	3.8	3.8
ALTO	59	73.8	73.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

La Difusión en el Cumplimiento Oportuno de la Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Servicio de Administración Tributaria de Lima – SAT.

