



Cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle
Sagrado del distrito San Juan de Lurigancho 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA

Br. Cabrera Neyra Gladys

ASESORA

Dra. Dora Lourdes Ponce Yactayo

SECCIÓN

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planificación y control financiero

PERÚ - 2017

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

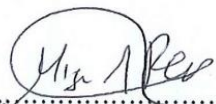
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Gladys Cabrera Neyra** cuyo título es: **Cultura Tributaria y el Comercio Informal del Mercado Valle Sagrado del Distrito San Juan De Lurigancho 2016**

.....

.....

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14 (número) CATORCE (letras).

Lima; San Juan de Lurigancho, 22 de Febrero del 2019



.....
 Dr. Sánchez Díaz Sebastián

PRESIDENTE



.....
 Dr. Gamarra Villa Nueva

SECRETARIO



.....
 Mgtr. Pillman Infanson Rosa Estrella

VOCAL



Elaboró

Dirección de
 Investigación

Revisó

Responsable del SGC



Aprobó

Vicerrectorado
 de Investigación

Dedicatoria

Este escalón en mi vida se los dedico a mis padres papa Armando cabrera huerta, mi mamá Casiona neira juande, a mi hijo Breizthlandher mcklanne a mi hermano Luis, alvieter cabrera, sobrinas(o) Fergie brianna, Reachell megan, Carlos armando; que me brindan todo su amor y comprensión los amo mucho.

Agradecimiento

Doy gracias, a mis padres que siempre están a mi lado y a mis profesores por el apoyo incondicional que me han brindado en todo este proceso de desarrollo académico profesional, por el cual me siento muy orgullosa de haberlos conocido gracias.

Declaración de autenticidad

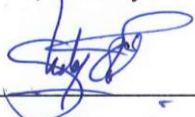
Yo, Gladys Cabrera Neyra; estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 80472771 con la tesis titulada "Cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho 2016".

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, 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 obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

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.

Lima, 27 mayo de 2017



Bach. Gladys Cabrera Neyra

DNI N° 80472771

Presentación

Señores miembros del jurado:

Dando cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y títulos de la sección de Postgrado de la Universidad César Vallejo para optar el grado de magister en Gestión pública, presento el trabajo de investigación denominado: Cultura tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

La investigación tiene la finalidad de determinar la relación que existe entre la cultura tributaria, y el comercio informal del mercado valle sagrado del distrito de san Juan de Lurigancho, 2016, para mejorar el grado de conciencia tributaria, educación cívica tributaria, difusión y orientación tributaria.

La presente investigación está dividida en siete capítulos: El capítulo I, se consideró la introducción que contiene los antecedentes, fundamentación científica, justificación, problema, hipótesis y objetivos; el capítulo II, referido a las variables de estudio, la operacionalización de las variables, tipo y diseño de investigación, las técnicas e instrumentos; el capítulo III, lo conforma los resultados de la investigación; el capítulo IV la discusión de los resultados; el capítulo V las conclusiones de la investigación, el capítulo VI las recomendaciones , el capítulo VII las referencias bibliográficas y finalmente los anexos.

Espero señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la Universidad y merezca su aprobación.

La autora.

Índice

	Pg
Carátula	I
Página del Jurado	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Declaratoria de autenticidad	V
Presentación	VI
Índice	VII
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Antecedentes	14
1.2. Fundamentación científica, técnica o humanística	24
1.3. Justificación	43
1.4. Problema	45
1.5. Hipótesis	50
1.6. Objetivos	51
II. MARCO METODOLÓGICO	52
2.1. Variables	53
2.2. Operacionalización de variables	54
2.3. Metodología	58
2.4. Tipos de estudio	58
2.5. Diseño	59
2.6. Población, muestra y muestreo	60
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	60
III. RESULTADOS	66
IV. DISCUSIÓN	74
V. CONCLUSIONES	79
VI. RECOMENDACIONES	81

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 85**ANEXOS**

Anexo 1:	Matriz de consistencia	91
Anexo 2:	Operacionalización de las variables	94
Anexo 3:	Instrumentos de medición	96
Anexo 4:	Base de datos	100
Anexo 5:	Confiabilidad de los instrumentos	108
Anexo 6:	Certificado de Validez	110
Anexo 7:	Artículo científico	114
Anexo 8:	Bibliografía	121

Lista de tablas

	Páginas	
Tabla 1	Operalización de la cultura tributaria	54
Tabla 2	Operalización de la comercio informal	55
Tabla 3	Operalización de cultura tributaria	56
Tabla 4	Operalización de comercio informal	57
Tabla 5	Fiabilidad de la cultura tributaria	62
Tabla 6	Fiabilidad de la comercio informal	65
Tabla 7	Cuadro niveles de la cultura tributaria	67
Tabla 8	Cuadro de niveles del comercio informal	68
Tabla 9	Prueba de correlación rho de spearman	70
Tabla 10	Determinación de correlación conciencia tributaria	71
Tabla 11	Determinación Correlación educación cívica tributaria	72
Tabla 12	Determinación de correlación difusión orientación tributaria y el comercio	73

Lista de figuras

	Páginas
Figura 1 Dimensión de conciencia tributaria	28
Figura 2 Normas sociales	29
Figura 3 Clasificación de Schwartz	30
Figura 4 Objetivos de la educación cívica tributaria	32
Figura 5 Normas curriculares aprobada 2005.	33
Figura 6 Diagrama del diseño correlacional	59
Figura 7 Descripción de los niveles de la cultura tributaria	67
Figura 8 Descripción de los niveles de la comercio informal	69
Figura 9 Puntos críticos	70

Resumen

La investigación titulada "Cultura tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho 2016". Tuvo como objetivo general de determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado del distrito de san Juan de Lurigancho, 2016, para mejorar el grado de conciencia tributaria, educación cívica tributaria, difusión y orientación tributaria.

La investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo y método hipotético deductivo con un tipo de investigación básica y nivel descriptivo y correlacional. El diseño de investigación fue no experimental; de corte transversal el muestreo fue probabilístico y la muestra estuvo constituida por 100 comerciantes del mercado valle sagrado distrito San Juan de Lurigancho. Se aplicó un cuestionario tipo escala de Likert para medir las variables cultura tributaria y comercio informal, las cuales fueron sometidas a validez y confiabilidad.

Se aplicó el estadístico Rho de Spearman para determinar la correlación entre las variables, donde existen una relación Inversa y significativa entre la cultura tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado, San Juan de Lurigancho-2016, con un nivel de significancia de $p = 0.00 < 0.05$

Palabras clave: Cultura tributaria, comercio informal, Rho de Spearman.

Summary

The research entitled "Tributary culture and informal commerce of the market sacred valley of the district of San Juan de Lurigancho 2016". Its general objective was to determine the relationship between tax culture and informal commerce in the sacred valley market of the district of San Juan de Lurigancho, in order to improve the level of tax awareness, civic tax education, Tax orientation.

The research was conducted under the quantitative approach and deductive hypothetical method with a type of basic research and descriptive and correlational level. The research design was non-experimental; Cross-sectional sampling was probabilistic and the sample consisted of 100 merchants from the sacred valley market district of San Juan de Lurigancho. A Likert scale questionnaire was used to measure the variables tax culture and informal commerce, which were submitted to validity and reliability.

Spearman's Rho statistic was applied to determine the correlation between the variables, where there is an inverse and significant relationship between the tributary culture and the informal trade of the sacred valley market, San Juan de Lurigancho-2016, with a significance level of $p = 0.000 < 0.05$

Key words: Tax culture, informal commerce, Rho de Spearman.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

Antecedentes internacionales

Díaz (2015), en la tesis el comercio informal como una forma de crecimiento económico para la familia de escasos recursos en la ciudad del alto estado de la Feria-Paz Ecuador; con una población de 124 Comerciantes informales en la feria 16 de Julio; del cual tiene como objetivo demostrar que el comercio informal es el campo donde los agentes económicos buscan el sustento económico en la ciudad del Alto estado. Se utilizó el método de descriptivo y exploratorio y el estadístico χ^2 chi cuadrado.

En su base fundamental de Díaz, señaló Según la organización internacional de trabajo (OIT), definió que el comercio informal no existe una relación directa entre la cultura tributaria y el comercio informal. Ya que; hoy en día, no se constituye un fenómeno marginal o residual.

Por lo que; en su investigación manifiesta que debido al crecimiento poblacional ha generado que las familias busquen un medio de subsistencia y este se emplee ya sea en la informalidad.

Conclusión: es una situación persistente, ya que tiene incorporado estrategias de sobrevivencia, que en los últimos años han generado un crecimiento exponencial en las actividades informales, que hoy se constituyen en la principal fuente de ocupación dentro de la feria 16 de Julio; ya que el crecimiento poblacional la migración de las personas de diferentes lugares y los bajos ingresos de los trabajadores asalariados provocan la persistencia de la economía informal en la ciudad de Alto Estado, esta situación lleva a que la población siga desarrollando estrategias de subsistir; y así afrontar el tema de la pobreza.

Villena (2014), en la tesis el comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal la Merced de la ciudad de Ambato en el periodo 2013 – Ecuador, con una población 10 comerciantes informales del cual tiene como objetivo determinar la incidencia del

comercio informal en el nivel socioeconómico. Se utilizó el método descriptivo y el estadístico de X^2 chi cuadrado con el objetivo de comprobar la hipótesis en la presente investigación con el nivel de significancia del 0.05% y un conjunto de frecuencias esperadas.

Villena manifiesta, que la inasistencia de una política de estado de gestión no ha influido en gran parte ya se debe a la clase de miles de desempleados que buscan un medio de subsistencia y llevar un ingreso en la canasta familiar.

Teniendo como base fundamental que; La organización internacional del trabajo (OIT), define: que del comercio informal y en el nivel socioeconómico laboral existe un déficit laboral teniendo en cuenta que funcionan típicamente en pequeñas escalas.

Obteniendo como resultados de 3.84 tubularmente ya que el grado de aceptación es la hipótesis alternante como el comercio incide en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal la merced de la ciudad de Ambato.

En conclusión la situación que atraviesa la mayoría de los comerciantes informales hace que busque alternativas de solución a este problema ya que al establecer un lugar fijo crean desorden en el tránsito peatonal o vehicular polémica con los comerciantes legalmente establecidos la ausencia de oportunidades laborales hace que las personas de escasos recursos económicos busque el sustento diario propio de la familia y a la vez darles las mejores condiciones de vida.

Rivera y Silvera (2012), en la tesis Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del Cantón Milagro - Ecuador; Ubicados a lo largo de la Avenida García Moreno, considerando el incremento descontrolado que se observa en los últimos diez años; logrando identificar el problema entorno a la influencia que tiene en el comerciante la falta de un conocimiento serio y sostenible del proceso de formalización tributaria con una muestra conformada

de 298 comerciantes por el cual el tipo de investigación social, cualitativa - exploratorio ya que busca determinar en forma general el número de comerciantes informales que se encuentran ubicados en la cabecera cantonal de Milagro; debido a su masificación y difícil determinación, es un trabajo de campo en lo que refiere la obtención de datos aplicando las técnicas apropiadas, descritas en esta investigación. Objetivos Reconocer que el proceso de formalización tributaria que influye en el Desarrollo Socioeconómico de los comerciantes informales.

Teniendo en cuenta que la base fundamental de la formalización tributaria; según el Servicio de Rentas Internas (SRI) tiene como objetivo establecer el desarrollo socioeconómico de los comerciantes informales brindándole derechos y obligaciones.

Resultados: El sector financiero nacional no considera sujeto de crédito a los comerciantes informales ya que no tienen ningún sustento de que su negocio tenga estabilidad financiera.

Conclusiones: La falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del Servicio de Rentas Internas.

Medrano (2011), realizó la investigación titulada Estudio del comercio informal organizado en Monterrey Nuevo León; en la investigación trabajo con una población de 14,999 con una muestra de 2500 habitantes de la localidad, tuvo como objetivo conocer la situación del comercio Informal, a partir del comercio ambulante en monterrey Nuevo León. La investigación fue del tipo cuantitativo-descriptivo y el estadístico rho de spearman.

Centralizándose como marco macroeconómico y base fundamental; Que La organización Internacional de Trabajo(OIT). Plantea que el sector informal; no desarrolla tasa de ganancia o utilidad, sino para maximizar el ingreso total familiar para asegurar la sobrevivencia. Por lo que operan sobre una base ilegal, contraria a las regulaciones gubernamentales.

Resultados: la presente investigación los que laboran en el sector informal trabajan menos horas las mujeres y muchas más los varones y reciben menores ingresos. Ya que estas características nos permiten asumir que efectivamente el sector informal es una alternativa de ganar ingresos una vez que los mercados formales de empleo no permiten el ingreso de las personas, por cualquiera sea la razón.

Medrano concluye: Que la formalización de los comerciantes informales y los mercados no serían un camino para mejorar las condiciones de vida de estas personas, toda vez que no están preparados muchos de ellos.

Antecedentes nacionales

Pérez (2015), realizó la investigación titulada Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada Albarracín Trujillo, cuya muestra 69 comerciantes por lo que se realizó un estudio descriptivo porque los datos investigados es por observación directa con técnicas estadísticas (versión 19) para las ciencias sociales con el diseño de investigación correlacional r Pearson por lo que este tipo de investigación persigue determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores concomitantes entre los niveles de cultura tributaria y los niveles de evasión tributaria de los comerciantes denominada Albarracín del cual como objetivo general Determinar la relación entre la cultura tributaria y la evasión tributaria de los comerciantes denominada Albarracín 2015.

Superintendencia Nacional Aduanas Y Administración Tributaria (SUNAT); fundamenta que la cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria menciona que; cualquier acto, que lleve a cometer u omitir la obligación de declarar su ingreso, patrimonio, ganancia o venta y que no sea considerada como base fundamental del cálculo del impuesto de forma parcial o total, ya que esto puede definir como acción ilícita para no cumplir con el pago de las obligaciones tributarias; en cuanto a la cultura tributaria según; la Real Academia Española

(2012) se basa en conocimiento, modo, están enfocados al pago de obligaciones económicas del estado; ya que se puede precisar cómo educación tributaria.

Resultados: existe una correlación inversa fuerte entre la cultura tributaria y la evasión del impuesto a la renta con el estadístico (coeficiente de relación r de Pearson=0.867), significancia del 5% P valor de =0.000 concluyéndose que a menor nivel de evasión tributaria en los comerciantes, tienden a un mayor nivel de evasión de impuesto, esta situación se evidencia en los puntos concluyentes que el nivel de cultura tributaria es bajo en gran porcentaje la evasión tributaria que presentaba tanto en las empresas formales y informales.

En conclusión que la gran envergadura, de valores como la cultura tributaria esto se debe al desconocimiento ya sea por conciencia tributaria; educación cívica tributaria orientación tributaria ha influenciado a los vendedores de comercio fijos formales e informales a no tributar conscientemente esta deficiencia está reflejado según las estadísticas por a análisis de confiabilidad correlación que mide la relación existen entre estos factores relevantes en economía.

Mogollón (2014), realizó la investigación titulada nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012, En la investigación realizada se determinó que era relevante y conveniente investigar el nivel de cultura tributaria en la ciudad de Chiclayo. Presente estudio corresponde al tipo: Descriptivo – Explicativo. con una población de 9,642 y la muestra estudiada estuvo constituida por 313 comerciantes de la ciudad de Chiclayo se tomó en cuenta como objetivo general, determinar el nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012, tipo de investigación, el diseño asumido para la presente investigación es: No-Experimental

Resultados: El nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 es baja con este estudio ha quedado evidenciado, que el contribuyente Chiclayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía.

Conclusión: La gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados. Contamos con ciudadanos con valores altruistas pero que no están dispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias porque perciben que el Estado no cumple con sus funciones adecuadamente. En esta investigación por lo que hemos revisado esta investigación nos lleva a un horizonte de la falta grave de tantos administrativos que están coludidos en no gastar el dinero que la población requiere invertir para que la población tenga mejor posibilidad de orientación informativa.

Calsina (2013), realizó la investigación titulada Cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno y su incidencia en la recaudación tributaria, cuya población de 340 comerciantes y con una muestra de 104 comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno que tiene como objetivo determinar la incidencia de la cultura tributaria de los comerciantes; este tipo de investigación es descriptivo causal con un diseño no experimental utilizando el modelo estadístico del chi cuadrado para analizar la cultura tributaria de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno. Del cual se basa, fundamentalmente que la Real Academia de la Lengua Española; Cobrar O percibir Dinero; SUNAT (SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y ADMINISTRACION TRIBUTARIA) El tributo, recaudación tributaria define Que; prestación en dinero que el estado exige en el ejercicio de su poder 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. SAT (SERVICIO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA), La Cultura Tributaria, conjunto de valores creencias actitudes compartido con una sociedad al respecto a la observancia de las leyes que la rigen.

Obteniendo como resultado: el bajo conocimiento de las normas tributarias donde el 65% desconoce de los comerciantes indica no haber recibido capacitaciones en materia tributaria por parte de la SUNAT incide de manera negativa en la recaudación tributaria por parte de la SUNAT. El incumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los comerciantes del Mercado Internacional Bellavista de la ciudad de Puno es por falta de la cultura tributaria ya que el 76%

de los comerciantes desconocen el carácter imperativo del pago de impuestos, el 85% de los comerciantes no emiten comprobantes por las ventas que realiza y el 93% de los comerciantes no pagan sus impuestos por la obtención de rentas de tercera categoría.

En conclusión: por lo tanto el incumplimiento de las obligaciones por parte de los comerciantes del Mercado Internacional Bella Vista de la ciudad de Puno incide negativamente en la recaudación tributaria.

El autor señala que la incidencia de la recaudación está formando parte desde hace muchos años, ya que población no toma conciencia de cultura tributaria ya que se está fomentándose cada vez más.

Calsina (2013), ha realizado la investigación titulada Evasión Tributaria En Los Comerciantes Del Mercado Santa Rosa De La Ciudad De Azángaro Y Su Incidencia En La Recaudación Tributaria, con una población de 180 muestra de 52 comerciantes ubicados y debidamente organizados en el Mercado Valle Sagrado tuvo como objetivo general evasión tributaria en los comerciantes del mercado Santa Rosa de la ciudad de Azángaro y su incidencia en la recaudación tributaria, y proponer alternativas orientadas a minimizar el nivel de la evasión tributaria tipo descriptivo, método deductivo y estadístico χ^2 chi cuadrado.

Teniendo como resultados: nivel de confianza del 95% y con un error estimado del 5%, que la gran mayoría de la población de los comerciantes del mercado de Santa Rosa de la ciudad de Azángaro Carecen de conocimiento de las normas tributarias y es por dicha razón que no realizan el pago de los impuestos que les corresponde pagar y prefieren mantenerse en la informalidad y evadir sus obligaciones tributarias.

Calsina fundamentalmente se basó en la Organización para la educación, la ciencia y la cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), define: La cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales y afectivos, que se caracterizan a una sociedad o grupo social, engloba no solo en las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones las creencias; como también se fundamentó en

el Centro Interamericano De Administración Tributaria (CIAT), La Cultura Tributaria, es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de tributos, lo que lleva a cumplir natural o voluntariamente con sus obligaciones tributarias; la Superintendencia Tributaria De Administración Tributaria (SUNAT), menciona que con la facultad prerrogativa que le son propias en su calidad de administración tributaria y aduanera, tiene por finalidad de administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos, con excepción de los tributos municipales, y desarrollar las mismas funciones respecto a las aportaciones al Seguro Social de Salud (ESSALUD), y del Oficina de Normalización Previsional (ONP), a la que hace referencia a la norma II del Título Preliminar del Texto Único Ordenado del código tributario facultativamente, respecto también de obligaciones no tributarias de ESSALUD y la ONP, de acuerdo a lo que por convenios interinstitucionales se establezca.

Conclusión: La Falta de Capacitación en materia tributaria en el mercado Santa Rosa de la ciudad de Azángaro, los resultados se muestran así el 15% de la población comercial si reciben orientación por parte de terceros y algunas de universidades de la localidad, pero no han recibido capacitación u orientación alguna por parte de la SUNAT, mientras que el 79% de la población se encuentra desinformada de la normativa tributaria vigente y un 6% no emitió su opinión.

El autor señala que la desorientación en cuanto al manejo de la situación administrativas de sus entidades municipales ya que por ello son las encargadas a fomentar ordenanzas municipales que conlleven políticas de orientación en cuanto a la ubicación de pequeños espacios en base a un periodo corto plazo ya que es el único medio de la canasta familiar para muchos padres o madres de familia.

Hanco (2012-2013), en su tesis titulada nivel de cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, con una población de 3200 con una muestra de 228 comerciantes de diferentes rubros, como objetivo desarrollar conciencia ciudadana

y tributaria en los comerciantes del mercado internacional San José y tengan un buen nivel de cultura tributaria en su investigación el diseño que se ejecuto fue diseño no experimental descriptivo causal se realizó la prueba de correlación con el X^2 chi cuadrado donde la prueba considero 0.751 aceptando la hipótesis.

Como base, fundamental del autor menciona Que; TUO. Texto Único Ordenado de la Ley Del Procedimiento Administrativo 27444 (2013); La Obligación Tributaria; es exigible cuando debe ser determinado por el deudor tributario, desde el día siguiente del vencimiento del plazo fijado en el Art. 29° de este código y deba ser determinada por la administración Tributaria, desde el día siguiente al vencimiento al plazo para el pago que figure en la resolución que contenga la determinación de la deuda tributaria.

Obteniendo como resultado el 51% de los comerciantes no poseen o no tienen cultura tributaria acorde a buen contribuyente, no tienen conocimiento de los impuestos para que sirve y quienes están obligados a pagarlos, no distinguen perfectamente los comprobantes de pago y la mayoría de los comerciantes no se encuentran inscritos con RUC; el nivel de cultura que representan los comerciantes, es muy deficientes y tienen a favorecer a la informalidad comercial, es necesario que los comerciantes tengan una buena cultura tributaria para formalizarse y tributar.

Conclusión: señala que es necesario precisar que la falta de cultura tributaria por lo que podemos observar en esta investigación, es el allanamiento masivo de falta de cultura tributaria es decir el desconocimiento radical la variable investigada ya que por ello se verán afectados ya que este incumplimiento debido a la conciencia o por otro factor educación tributaria no conducirá al desarrollo de su distrito; como sabemos en algunos casos formalizarse les conducirá a procedimientos en la que tomará su tiempo pero necesario para que no tengan ninguna inconveniente en casos de evasiones tributaria o les tengan que cerrar sus establecimientos por semanas meses con UIT excesivos por lo que le surgirán pérdidas económicas; ya que por ello tenemos que ser conscientes que al estar en este rubro como negociante de cualquier producto servicios por lo

que tenemos que producir de lo contrario obtendremos pérdidas económicas debido a que muchos negociantes tienden a trabajar con las entidades financieras - proveedores que les dejan un crédito en mercadería y ellos no esperan - por lo que les cobran intereses, tasas impositivas ya que por ello debemos optar a pasar a las filas de la formalización.

Quispe (2011), realizó la investigación titulada La Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi cuya muestra conformada por 450 comerciantes es un estudio que se realizó se identifica como investigación de tipo descriptivo con diseño no experimental transversal y correlacional (Hernández Sampieri, 2006). como objetivo general determinar si la Política Tributaria influye en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi teniendo como resultado: el nivel de confianza al 95% con un Cuestionario e instrumento dirigido a los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, quienes aportaron datos sobre la Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria.

Obteniendo como base fundamental del Organismo para la Cooperación Del Desarrollo y Comisión Económica para América Latina (OCDE / CEPAL) la educación es un instrumento de igualdad de oportunidades, inclusión social y conformación de capital humano capacitado.

Teniendo como resultado: 1. La Política Tributaria tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a una inadecuada Política Tributaria, carencia de medidas para enfrentar la Evasión Tributaria y deficiente Programa de Educación Tributaria. 2. La comprensión de los lineamientos de Política Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna debido a que no están de acuerdo a la realidad económica del país, se basan en el incremento de los impuestos y al ataque agresivo al sector formal. 3. La evaluación del control de la Evasión Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna,

debido a la inequidad y complejidad del Sistema Tributario, la corrupción de nuestras autoridades de turno y por la deficiente calidad de servicios en la prestación de servicios públicos. 4. La implementación de Programas en Educación Tributaria que se realiza tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna, debido a que la SUNAT no divulga, educa ni promociona la Cultura Tributaria como debe ser.

Conclusión: El autor determina que la política tributaria tiene deficiencias para enfrentar este problema.

1.2. Fundamentación científica de las variables

Fundamentación científica de la variable 1: Cultura tributaria

Definiciones

Cultura tributaria:

Burga (2015), 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” (p.13)

Solórzano (2013), la cultura tributaria, es un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.

Por otro lado armas y colmenares (2010), la cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones.

El uso de la palabra cultura a lo largo de los años han ido rebasándose en estos últimos años ya que no han tomado conciencia es por ello que los medios de información de la superintendencia (SUNAT) se ha manifestado mediante los medios para dar charlas algunas fuentes de información ya que estas medidas

no han ido resultando en algunos casos ya que la población se ha manifestado por la medida del no tributar más que nada es la población de bajos recursos que no tienen facilidades de acceso al financiamiento.

Méndez (2004), sostiene que la cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos 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 la ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes.

Golfa (2003), señaló que la cultura tributaria “es un conjunto de conocimientos valoraciones y actitudes de un determinado grupo social, la cultura se refiere al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos así como el nivel de conciencias respecto a los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos pasivos de esa relación” (p.1).

El comportamiento que adopta los contribuyentes, la manifestación frente la administración tributaria, la forma como enfrenta los contribuyentes sus deberes y sus derechos frente a la administración tributaria. Villegas (2000).

UNESCO (organización de las naciones unidas para la educación la ciencia y la cultura 1996), etimológicamente, el termino cultura proviene del Latín cultus (cultivado) y ura (resultado de una acción), ciencia y la cultura, define a la cultura como un conjunto de rasgos definitivos, materiales, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad y engloba los modos de vida de los derechos fundamentales del ser humano, sus valores tradiciones y creencias. Posteriormente, agrega que también moldea los pensamientos, la imagen y el comportamiento.

Característica de la cultura tributaria

Universidad Beloso (2009) en su revista electrónica edición N°6 año 4. “menciona que la humanidad, educación y comunicación social 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” (p.149).

Importancia de promover la cultura tributaria

Burga (2015), La cultura tributaria “es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria. La obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria” (p.14)

Promover cultura tributaria en la ciudadanía es de mucha importancia ya que nos lleva al desarrollo de la ciudadanía.

Cabrera (2007), si el pueblo sintiera que sus autoridades lo aman, pues les darían mayor confianza y credibilidad al gobierno. En esas condiciones es prudente proponerlos al pueblo una Cultura Tributaria, donde todos paguemos impuestos sin excepción, desde el que tiene una latita y pide limosna hasta la empresa más poderosa, es decir ningún peruano debe estar exceptuado por ninguna razón de pagar sus impuestos. Para llevar adelante esta Cultura Tributaria basada en los valores de vida, se tendrán que cambiar algunas leyes y aprobar otras. Debemos tomar en cuenta que los enemigos de la Cultura Tributaria con valores de vida, por lo general son los que hacen préstamos internacionales, a ellos les conviene que tengamos una sociedad desorganizada, desorientada y sumergida en la corrupción. En esas condiciones nos tienen subyugados a los préstamos, y llegara el momento en que no podremos pagar aumentando así nuestra esclavitud económica a las potencias que nos prestan dinero.

Elementos de la cultura tributaria

Universidad Beloso (2009) en su revista electrónica edición N°6 año 4(p.149), menciona que se encuentran conformados por los atributos que caracterizan la cultura tributaria, estos son:

- Valores. - traducido en honestidad, integridad, solidaridad.
- Normas legales y sanciones.
- disposiciones contenidas en algún texto legal, de obligatorio cumplimiento cuya inobservancia acarrea una sanción
- Tecnología. - las innovaciones tecnológicas tienen su aplicación en la materia tributaria, permitiéndole al contribuyente presentar las declaraciones de sus impuestos a través del internet.

Mecanismos para la creación de conciencia tributaria

Luego de los cambios que han sufrido tanto la normatividad tributaria como la misma Administración Tributaria (SUNAT) en los últimos tiempos, surge la interrogante respecto a si los contribuyentes han asumido realmente una conciencia tributaria.

Pueden emplearse tres mecanismos que permitirán crearla en el contribuyente.

- ❖ Educación Cívica
- ❖ Crear reglas sencillas
- ❖ Uso de sanciones

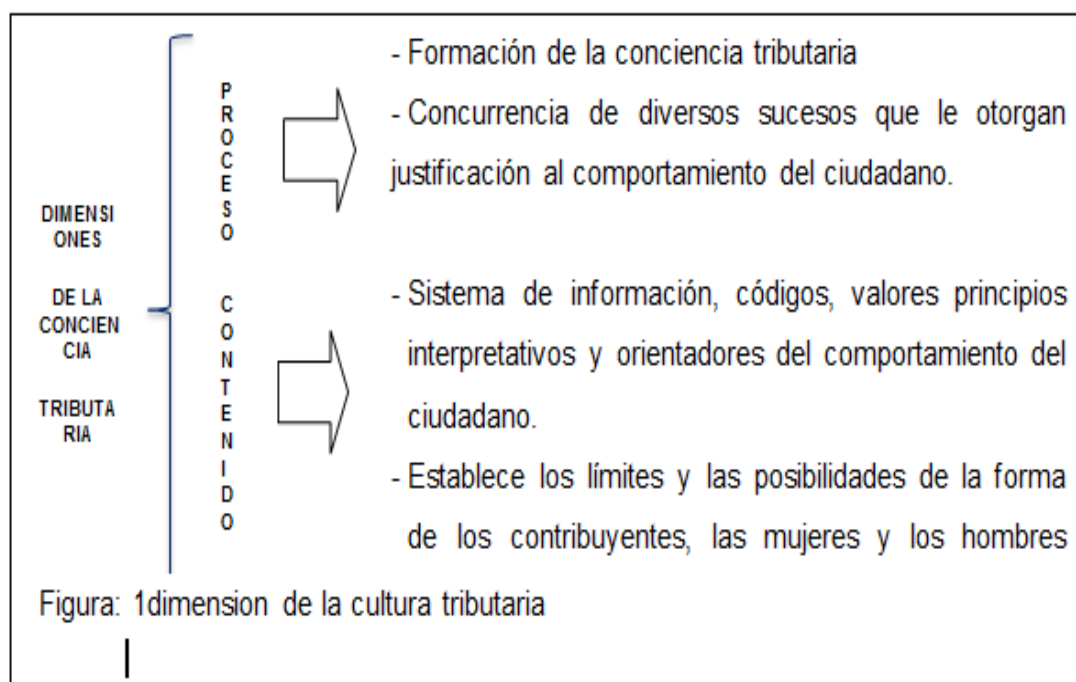
Dimensiones de la variable 1 cultura tributaria

Burga (2015), consideró: las siguientes dimensiones de la cultura tributaria son tales como: “conciencia tributaria, educación cívica tributaria, difusión y orientación tributaria” (p.17).

Dimensión 1 Conciencia tributaria:

Figura: 1 dimensión de la cultura tributaria

motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo. En otras palabras, el proceso de formación de la conciencia tributaria puede dar lugar a personas con conciencia tributaria positiva o personas con conciencia tributaria negativa. La diferencia dependería 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 con la sociedad y el Estado Súper Intendencia Nacional Tributaria-SUNAT (2011). (p.17),



En la figura 1 la conciencia tributaria = es igual que la conciencia social, tiene dos dimensiones. A- como proceso está referido a como 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 a la tributación. B- como contenido está referido a los sistemas de información, códigos, valores, lógicas

clasificadoras, principios interpretativos y orientados del comportamiento del ciudadano respecto a la tributación. “conciencia tributaria constituye los límites y las posibilidades de la forma en que los contribuyentes, las mujeres y los hombres, actúan. Los denominares cultura tributaria” (p.175).

Continuando con la fundamentación teórica de la SUNAT-2011; damos como resultado del proceso de formación de conciencia tributaria lleva a que la persona adopte una gama de posiciones:

- Tolerar la evasión y el contrabando
- No tolerar en absoluto la evasión ni el contrabando.

Ya mencionado con lo citado SUNAT-2011, la conciencia tributaria dependería del entorno familiar 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 ha experimentado su relación con la sociedad y estado” (p.41).

Teorías Procesos y normas sociales internalizados

Tiene relación a la manera en que las personas deben comportarse y son incluidas por sanciones sociales informales (que presentan costos morales). Estas normas sociales afectan positivamente la conciencia tributaria, Fuente: Super Intendencia Nacional Tributaria (2011) entre ellas.

Tenemos:

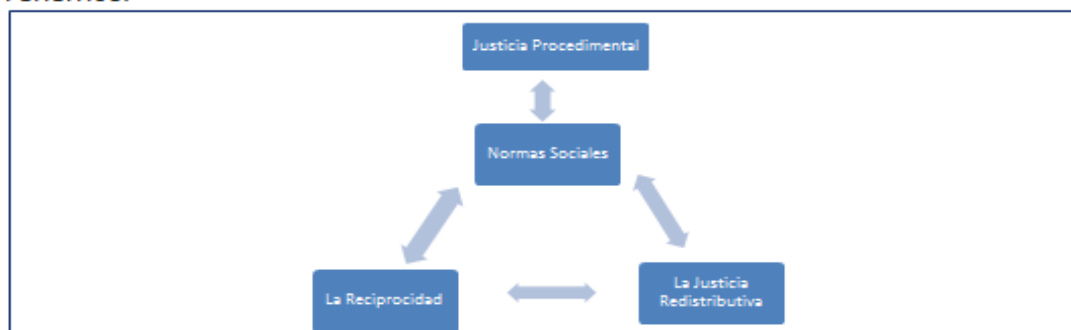


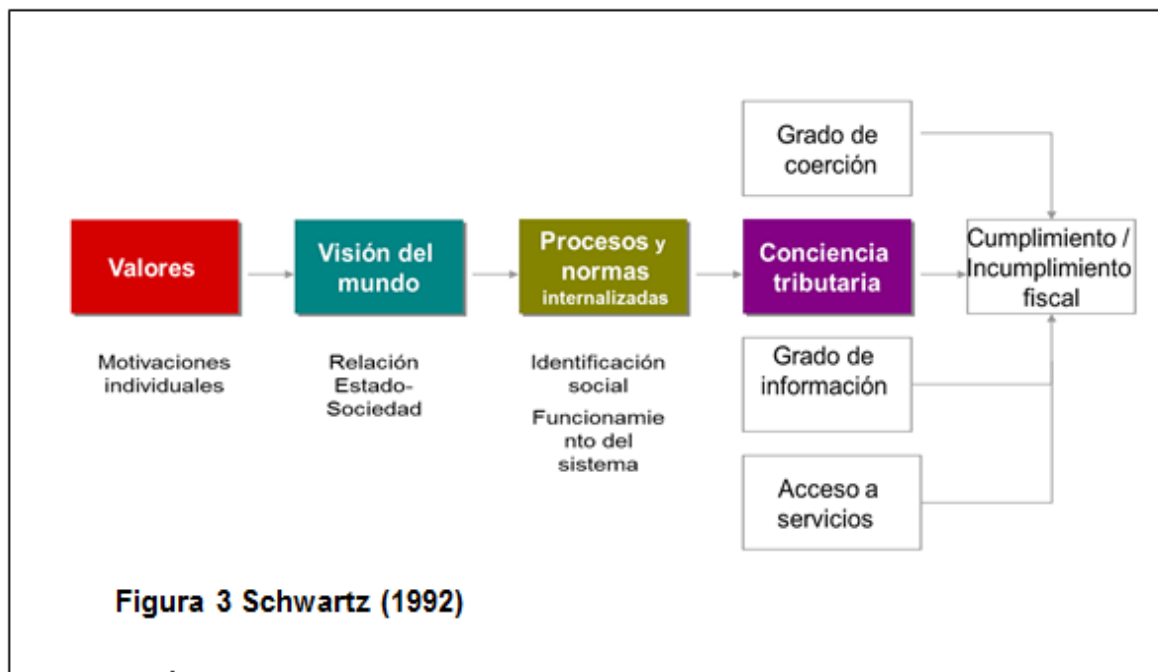
Figura 2. Normas sociales.

Fuente: Superintendencia Nacional Tributaria (2011)

Son reglas de procedimiento que se desarrollan para garantizar que el proceso de toma de decisiones que se desarrollan para garantizar que el proceso de toma de decisiones.

Alva (1995), revista análisis tributario citado por (Schwartz, 1992) mencionó ha venido desarrollando una serie de cambios del cual recibe poca atención; conciencia tributaria es una tarea difícil resulta siempre tratar de dar una definición acerca de algo que no se puede ser descrito sobre las bases descritas por nuestro sentido por el cual consideró que la posición frente al tributo se

Clasifica en: Valores: Universalismo: tolerancia, sabiduría, justicia social, igualdad, un mundo de paz, un mundo de belleza, unidad con la naturaleza y protección del



Fuente: superintendencia nacional tributaria-SUNAT

Ambiente. Benevolencia: Utilidad, honestidad, perdón, lealtad, responsabilidad. Con respecto a la segunda conexión de la Visión del mundo: Rol del Estado: la relación entre la primacía de los intereses de la comunidad y el rol del Estado para atenderlos. Ciudadanía: Ejercicio de los derechos de la ciudadanía en la sociedad. Integración social: Indiferencia política, falta de confianza en los procesos políticos y en los políticos y en las instituciones democráticas. En cuanto a la tercera

conexión de Procesos y normas sociales: Justicia procedimental: Justicia de las reglas y procedimientos que intervienen en la toma de decisiones de política tributaria. Justicia distributiva: Equidad en la distribución de la carga fiscal y la equidad en el intercambio fiscal. Según la investigación de la SUNAT.

Dimensión 2 La educación cívica tributaria

Burga (2015), en este ámbito tributario ha alcanzado un progreso significativo, debido a que la cultura tributaria debe sustentarse en valores que tiendan al bien común, y desde el sistema educativo, se pretende concientizar a los maestros y alumnos en la práctica constante de estos valores referidos a la tributación; de manera que las Instituciones Educativas deben asumir el compromiso de formar ciudadanos capaces de definir, defender y hacer cumplir normas de convivencia, para tener un país en el cual cada peruano sienta y sepa que puede realizar sus aspiraciones personales y sociales. “Esta convicción lleva a sumar esfuerzos hacia la formación de un niño y futuro ciudadano crítico y participativo, con carácter responsable, creativo, tolerante y que sea transparente en sus actos, para que tienda a hacer posible una transformación profunda y real de la sociedad en la que vive” (p.21).

SAT (2010), indico que la educación cívica consiste en ser mejor persona, en alcanzar la madurez plena; educar para la vida es educar para saber ser, saber pensar, saber hacer, saber convivir. La simple transmisión de ideas y conceptos no logrará el alcance de estos fines, se hace necesario hacer un replanteamiento de manera de enseñar pasando de un modelo pedagógico enfocado en los objetivos hacia un fundamento en competencias.

Promover el cumplimiento tributario y aduanero atravez de sencillos mecanismos de sensibilización fiscal y de prevención de delitos fiscales.

- Promover el desarrollo económico y la inclusión social
- Educar a la sociedad sobre el fin social de la fiscalidad, es decir, los beneficios sociales derivados del pago de impuestos.
- Concienciar a los contribuyentes sobre el efecto negativo de los fiscales para el conjunto de la sociedad.
- Según OEDC/FIAPP (2015) señala 4 guías de educación tributaria

Figura 4: Objetivos de la educación cívica tributaria

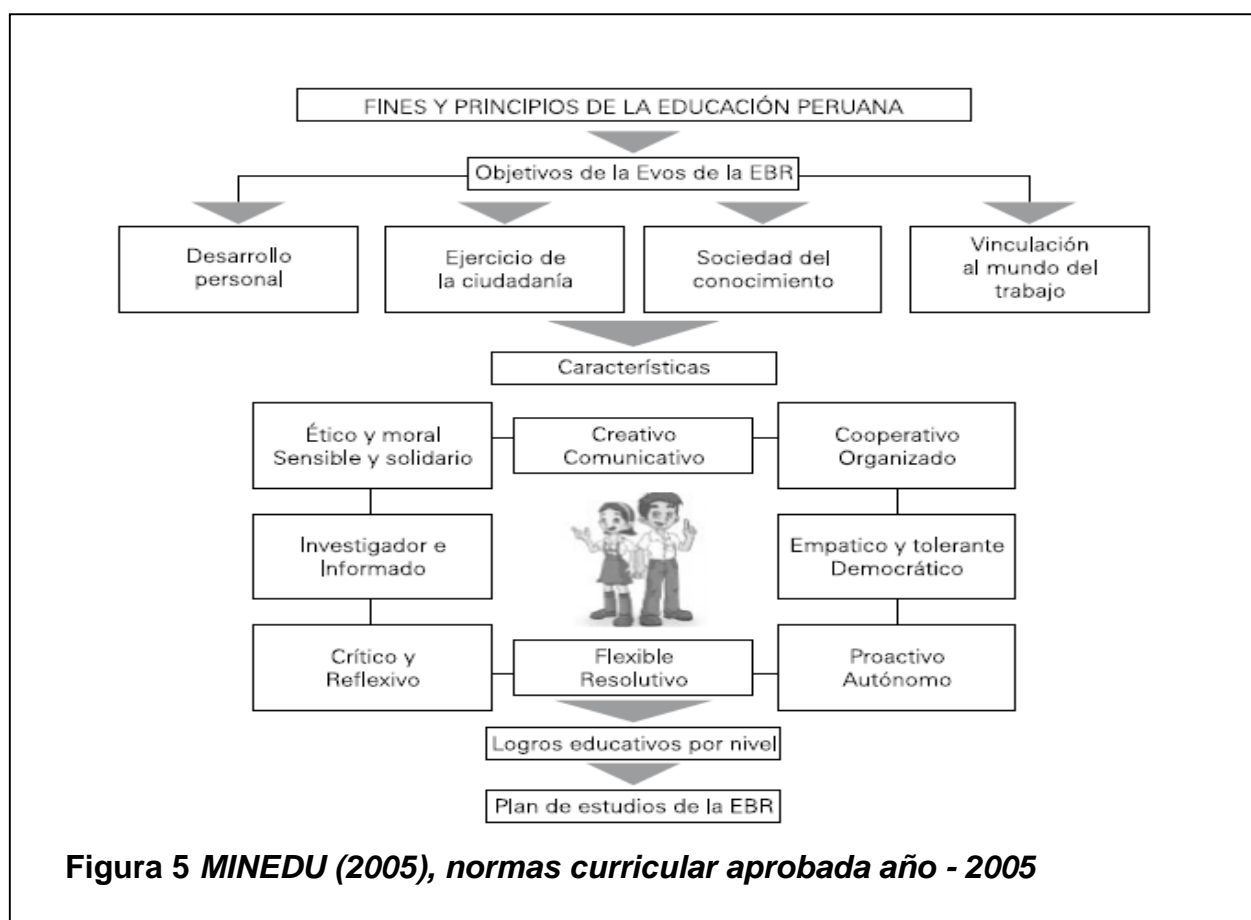
Fuente: súper intendencia nacional de aduanas y administración tributaria

Gómez y Macedo (2008), investigación difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo; “La educación peruana entendida como el conjunto de valores que delinear el perfil del ser peruano, ha incorporado a lo largo del tiempo representaciones sociales, principios y reglas formales y no formales que producen los ciudadanos pasivos respecto a sus derechos y obligaciones” (p.145).

Si bien Gómez y Macedo ya citado SUNAT(2008), por lo que ha propuesto contribuir al modelamiento de una nueva ciudadanía basada en la práctica activa de sus obligaciones y en la adopción de un mínimo principio ético que nuestro país exista una posibilidad de progresar para todos sus integrantes, pero especialmente para los niños y jóvenes; la educación como estrategia de formación de valores y como espacio de futuros ciudadanos de nuestro país, así como sus maestros, es lugar de oportunidades para formar conciencias. Este programa de educación tributaria se desarrolló y validó en Lima desde el año 1994, siendo un objetivo inicial de desarrollar la conciencia tributaria en niños y jóvenes; lo cual para el año 1998 se redefine el objetivo el cual fue contribuir a la formación de actitudes ciudadanas orientadas a la tributación. Ya en los años 2005 el objetivo planteado fue generar mayor conciencia ciudadana y tributaria en la comunidad educativa escolar para promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Por lo que en los años 2006 y 2007, se asumieron como eje primordial, la formación de los

valores/actitudes propios de la vida democrática y su impacto en la realidad educativa; esto se cristaliza al aceptar un compromiso con la realización personal y las perspectivas de una nueva vida en comunidad donde estén garantizados los derechos de la gente.

Uno de los objetivos de la educación básica regular es el ejercicio de la ciudadanía; el programa cultura tributaria aborda contenidos destinados a lograr su cumplimiento, a través de la tributación como una práctica ciudadana.



Fuente: Minedu-ministerio de educación

Burga (2015) mencionó “para mejorar la legitimidad social e introducir y mejorar la cultura tributaria en este país realiza lo siguiente: Transparencia.- Teniendo muy en cuenta que el Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en

que son utilizados, en Perú la principal herramienta está dada por la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública – Ley No. 27806.31 Mediante esta normativa la SUNAT pone a disposición de la ciudadanía en general algunos medios de acceso a dicha información” (p.23)

Vejarano (2008), en su revista Por una nueva cultura tributaria, hizo un recuento de las actividades de la SUNAT en procura de colaborar a la formación de una nueva cultura tributaria donde afirmó lo siguiente: Para asegurar un incremento permanente de la recaudación en el largo plazo, la SUNAT consideró como uno de sus objetivos estratégicos la generación de conciencia tributaria sobre la base del fortalecimiento de los valores ciudadanos. Es indudable que la tributación forma parte de una estructura cultural compleja, que comprende la postura de la sociedad respecto de la evasión y el contrabando, así como el comportamiento de sus integrantes frente a sus obligaciones tributarias.”En consecuencia, sin descuidar sus funciones tradicionales de facilitación de la información y control del incumplimiento, como Administración Tributaria, la institución le está otorgando gran importancia a sus acciones orientadas a promover la conciencia tributaria y, al mismo tiempo, consolidar su rol institucional en la sociedad” (p.27).

Fundamentación científica de la variable 2: Comercio informal

¿ Que se entiende por informalidad ?

CCL. (2017),Cámara de Comercio de Lima señaló: “que las informalidades en el Perú están desprotegidos en términos de empleo y salud” (p.14)

¿ Qué aspectos incentivan la informalidad en el Perú?

CCL (2017) Cámara de Comercio de Lima señaló indicó en su revista peso de la informalidad; señaló que primer lugar los costos de acceso a la formalidad. Las leyes hacen que se vea menos atractiva la formalidad cuando tienes que lidiar con las diversas entidades reguladoras; el otro problema es entender a la informalidad como consecuencia de una baja productividad es decir las pequeñas y medianas MYPES que son poco productivas y que no tiene grandes ganancias no podrán llegar a ser formales por el alto costo que deben pagar.

Teorías del Comercio

Villena (2014), (citado por Jansen y Lee, p.27) El comercio se expande porque las personas y las empresas de todo el mundo exportan cada vez más bienes y servicios, presumiblemente porque les resulta ventajoso. Ya Adam Smith mencionó la propensión de la naturaleza humana a «permutar, trocar e intercambiar una cosa por otra», que llevaría a una división del trabajo ventajosa para todos, ciertamente, la reorganización de los recursos con arreglo al principio de la ventaja comparativa permite utilizarlos de forma más apropiada y eficaz para la producción, la consecuencia es una mayor eficiencia que se refleja en precios más bajos de los insumos y los productos finales. Además, los consumidores y productores tienen a su disposición una mayor diversidad de productos y calidades por todas esas razones, se prevé que la apertura del mercado incrementará las rentas nacionales y, posiblemente también, el crecimiento económico.

Teorías Comercio informal

Loja (2014), (citado por Ochoa 2006, p.12) manifiesta que: para definir la economía informal la OIT (organización internacional de trabajadores) hace especial hincapié en las condiciones laborales de la población lo importante en este enfoque es que existe un déficit de trabajo decente, esto es en condiciones aceptables que puede asemejarse a lo que se llama empleo protegido. Por su parte el empleo no protegido es la condición en la que se encuentra los trabajadores que no cuentan con seguridad social, servicios de salud u otras prestaciones. En esta visión de la economía informal no importa si las personas están laborando para empresas formales, sino que las relaciones de empleo sean informales. “Este mensaje de gran importancia en la economía informal puesto que las relaciones de empleo que se generan son en su gran mayoría empleos no protegidos” (p. 12)

EMEI (2014), Estudio y monitoreo de la economía informal menciona que; en la actualidad, el sector de comerciantes o comercio en la vía pública se rige por la ley orgánica de Municipalidades N° 27972 DE 2003, la cual otorga a las Municipalidades distritales y la Municipalidad metropolitana la facultad de regular

el uso del espacio público y el comercio ambulatorio. “El marco normativo vigente estipula un conjunto de mecanismos y procedimientos para que el comerciante ambulante pague tasas por el uso del espacio público y servicios de la limpieza, pero también reciba protección (Ordenanza-1985)” (p.8).

Soto (2009), mencionó que el “Comercio Informal es el comercio que empezó a ser realizado masivamente al margen hasta encontrar de las normas estatales establecer nominalmente encargadas de regularlo. Surgió así el comercio informal que, en lo esencial se desarrolla en las calles y en mercados construidos específicamente para salir de las mismas” (p.87).

Gestión Tercer Milenio (2007), indicó que la “informalidad como una manifestación de incapacidad de gobierno de generar reglas de juego en el ámbito económico que faciliten las transacciones económicas comerciales que reduzcan los costos de información y transacción y garanticen el derecho dela propiedad“(p.15).

Veleda (2006), en su investigación comercio callejero ya la nueva geografía cultural, el comercio callejero informal “es un fenómeno que se da casi en todas las ciudades del mundo capitalista occidental, que empezó a ser visible en la ciencia social” (p.31).

Según la OIT (Organización internacional del trabajo 1997), “señaló que el empleo informal representaba el 52,9% de la economía que se daba en los países sub desarrollados” (Rosales, 1992).

Mitchell (1993-1994), indicó en su obra: “Los vendedores y vendedoras ambulantes en Perú” estudia las relaciones entre los llamados comerciantes informales en Perú y los contextos institucionales, económicos y sociales. Argumenta que la Informalidad en Perú debe ser contextualizada como un proceso que tiene raíces Históricas y culturales, que, a la vez, interacciona de una forma dinámica con los Hechos contemporáneos, operando a escala local, nacional e internacional. De hecho, los y las ambulantes de Perú, están funcionalmente interrelacionados con los procesos institucionales, sociales y económicos. La autora, al examinar las dimensiones espaciales del comercio informal, documenta y analiza los “patrones de localización y las

preferencias de los y las vendedoras callejeros y las imposiciones hechas por los gobiernos municipales con referencia a estos lugares” (pp.1085-1102).

Hays M. (1993), revisita los lazos que vinculan el sector informal y formal en el comercio ambulante en Perú. Ellos planteaban el fin del trabajo informal a partir de la incorporación del modelo de modernización, es decir cuando los países de la periferia lograsen un desarrollo efectivo los trabajadores serán incorporados al trabajo asalariado y el trabajo informal desaparecería (p.1085).

Continuando con el autor estos planteamientos no ocurrieron y hoy en día existe un gran número de trabajadores que no encuentran sitio en el mundo competitivo ahorrador de la mano de obra del trabajo formal asalariado, pues este mundo (desarrollado o sub desarrollado) está basado en políticas económicas que fomentan la exclusión social.

Feige (1990), señaló que la “economía informal, que abarca las actividades económicas que hacen caso omiso del costo que suponen el cumplimiento de las leyes y las normas administrativas que rigen las relaciones de propiedad, el otorgamiento de licencias comerciales, los contratos de trabajo, los daños, el crédito financiero, y los sistemas de seguridad social” (p.92).

El enfoque propuesto por De Soto (1987)

A partir de un conjunto de investigaciones por (ILD - Instituto de Libertad Y Democracia); Soto (1987), muestra que la informalidad es el producto de la capacidad revolucionaria que tienen los pobres y marginados frente a las trabas legales que le impone el Estado a la economía. En este sentido, es el Estado responsable de la existencia del sector informal en la medida en que este; no posee la capacidad coercitiva suficiente para regularlo y el marco legal vigente impone reglas que exceden el marco normativo socialmente aceptado, no ampara las expectativas, elecciones y preferencias de quien no puede cumplir tales reglas (p.12).

La importancia del comercio informal

Loayza (2005), indicó que la informalidad; es la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Se trata de una respuesta distorsionada porque la informalidad supone una asignación de recursos deficiente que conlleva la pérdida, por lo menos parcial, de las ventajas que ofrece la legalidad: la protección policial y judicial, el acceso al crédito formal, y la capacidad de participar en los mercados internacionales. Por tratar de eludir el control del estado, muchas empresas informales siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo, utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades o sobornar a funcionarios públicos. Por otra parte, la informalidad induce a las empresas formales a usar en forma más intensiva los recursos menos afectados por el régimen normativo. En los países en desarrollo en particular, esto significa que las empresas formales tienen un uso menos intensivo de mano de obra de la que les correspondería tener de acuerdo a la dotación de recursos del país. Además, el sector informal genera un factor externo negativo que se agrega a su efecto adverso sobre la eficiencia: las actividades informales utilizan y congestionan la infraestructura pública sin contribuir con los ingresos tributarios necesarios para abastecerla. Puesto que la infraestructura pública complementa el aporte del capital privado en el proceso de producción: “la existencia de un sector informal de gran tamaño implica un menor crecimiento de la productividad” (p. 46).

Modalidades del comercio informal

Teoría del comercio informal ambulatorio

(Soto 1989) manifiesta que el comercio ambulatorio se puede decir que la gente comenzó a salir y a invadir la vía Pública que es uso de todos para realizar sus actividades comerciales, sin tener permisos, ni pagar impuestos y sin emitir comprobante alguno; es decir: “un comerciante ambulatorio es aquel que recorre las calles ofertando sus productos y servicios a bajo costo sin tener un lugar fijo de trabajo” (p.90).

Teoría del comercio informal fijo

(Soto, 1989), dice: “Que en este grupo se encuentran las personas que han dejado de deambular por las calles y se han establecido en un lugar fijo y estratégico para llevar acabo su actividad económica, por lo que podemos decir que se trata de invasión al espacio público” (p.92).

Teoría del itinerante

(Soto, 1989), dice: es la que desarrollan los que compran pequeñas cantidades de baratijas, golosinas o víveres no perecibles y deambulan por las calles tratando de venderlos entre las personas que se encuentran a su paso. Carecen de una ubicación fija y operan una escala bastante reducida, sus rentas dependen enteramente de la habilidad con que se desplacen en busca de clientes, ya que estos difícilmente irán encontrarlos, a este nivel no son organizados, ya que este tipo de ambulante no posee mayor capital físico ni recibe mayormente crédito, de manera que tiene que asumir su propia financiación y trabajar por lo general al contado.

Al comenzar a trabajar, este ambulante no solo está prestando un servicio, sino también invirtiendo en su capital humano. Mientras deambulan por las calles buscando clientes.

Dimensiones de la Variable comercio informal

Las dimensiones que se consideren en la presente investigación han sido tomadas del libro otro sendero (soto 2009), (a) Lugar fijo en la vía pública, (b) Comercio ambulatorio,(c) itinerante

El uso público genera ingresos para sostener su economía familiar.

El comercio informal no puede verse subordinado de la economía, sino más bien es un sector totalmente funcional para el sistema económico, esto se debe a un proceso de oferta y demanda; la cual juega un papel importante para nuestra economía, al igual que el comercio informal; “se caracteriza por ofertar productos a un bajo costo, esto puede traer complicaciones al comercio formal debido a la fuerte demanda que el comercio informal puede implicar, pero tanto el comercio informal está subordinado al comercio formal, ya que muchas de las mercancías provienen de comercios formales” (p.19).

Dimensión 1: lugar fijo en la vía pública

Soto (2009), según la publicación el otro sendero, mencionó “el comercio previamente ha dejado de deambular, ha identificado un lugar y se ha instalado en el para desarrollar su actividad implica por consiguiente, una invasión en las calles” (p.92).

Vendedores informales con Puestos fijos:

Quintana (2011), Revista: legislación estatal de Quintana Roo mencionó: toda persona que realice cualquier actividad comercial en la vía pública, en un local, puesto o estructura anclado o adherido al suelo o construcción permanente y adecuado al giro autorizado; por lo tanto, si los vendedores se encuentran vendiendo dentro de una instalación temporal específica, que no cuenta con prestación de servicios y bienes públicos, por consiguiente, puede verse afectados por los desalojos.

Soto (1989), señaló: En este grupo se encuentran las personas que han dejado de deambular por las calles y se han establecido en un lugar fijo y estratégico para llevar a cabo su actividad económica, por lo que podemos decir que se trata de invasión al espacio público.

Dimensión 2: comercio ambulatorio

Soto (2009), señala que: el otro sendero, mencionó que tradicionalmente el comercio ambulatorio: “ha sido considerado como la actividad informal por auto masía. Sin embargo no es más que una de las distintas, manifestaciones del problema que consiste en el desarrollo de actividades comerciales en la calle, al margen de las disposiciones legales” (p.90).

Vendedores informales ambulantes:

Artículo n°2 (2016), sesión de ayuntamiento de soyopa, indicó que el comercio ambulante: Son las personas físicas que realizan su actividad comercial en vía pública, transportando sus mercancías manualmente o por cualquier medio

de transporte, deteniéndose en diferentes lugares únicamente el tiempo indispensable para la realización de una o más transacciones.

Quintana (2011), Revista: legislación estatal de Quintana Roo menciona: Desarrollan su actividad llevando en sus manos o sobre el cuerpo los productos. Se trasladan de un lado a otro. (Carretas, triciclos). Por lo que es persona física dedicada a la actividad comercial en la vía pública, valiéndose de cualquier tipo de instrumento autorizado, sin tener lugar específico dentro de las calles autorizadas de la ciudad y que hayan obtenido el permiso o licencia municipal correspondiente; se incluyen en esta definición los aseadores de calzado, de vehículos, expendedores de revistas, expendedores de billetes de lotería y cualquier persona que ejerza el comercio en la vía pública.

Dimensión 3: Itinerante

Soto (2009), según la publicación, el otro sendero, mencionó que el itinerante es el que desarrolla los que compran pequeñas cantidades de baratijas, golosinas o víveres no perecibles y deambulan por las calles tratando de venderlos entre las personas que encuentran a su paso. Ya que: "Carece de una ubicación fija y operan a una escala bastante reducida, sus rentas dependen enteramente de la habilidad con la que se desplacen en busca de clientes ya que estos difícilmente irán a encontrarlos" (p. 91).

Artículo n°2 (2016), sesión de ayuntamiento de soyopa, indicó que el comerciante con puesto semifijo: Son las personas físicas que realizan su actividad comercial en vía pública, valiéndose de la instalación de cualquier puesto, vehículo, remolque, charola o similares, sin estar permanentemente anclado o adherido al suelo o construcción y son retirados al término de la jornada

Quintana (2011), Revista: legislación estatal de Quintana Roo mencionó: que toda persona que realice cualquier actividad comercial en la vía pública que se lleve a cabo, valiéndose de la instalación y retiro de su jornada de cualquier tipo de estructura, vehículo remolque, instrumento charola, artefacto u otro inmueble, sin estar o permanecer anclado o adherido al suelo o construcción alguna por el

cual ellos desarrollan actividades económicas alrededor de quioscos, casetas, particularmente usan las aceras para mostrar la mercadería, y solo cuentan con una carpa o sombrilla para cubrirse de los rayos del sol y la lluvia. Ocupan el mismo sitio, Realizan su actividad todos los días de la semana. Están expuestos a las inclemencias del clima por no estar en un local que protegido.

Soto (1987), en su libro *el otro sendero* mencionó que; el solo hecho de que un puesto en la calle tenga un precio es una evidencia de que el ambulante original anticipó correctamente que sus clientes valorizaran el lugar por la conveniencia que presentaba para sus compras. Sin embargo, es claro que esa normatividad, que se contrapone al derecho formal, no es suficiente para darle a la actividad toda la seguridad que necesita. De ahí que los ambulantes traten de conseguir alguna forma de reconocimiento adicional de las autoridades que garanticen aún más sus derechos especiales de dominio. La más importante de ellas ha sido el pago donde un impuesto denominado “sisa” a las autoridades municipales. “La sisa” es un medio predilecto para consolidar derechos especiales de dominio porque beneficia por igual a ambulantes y municipio. Los primeros pagan porque de esa manera obtienen estabilidad y seguridad en alguna medida; los segundos cobran porque reciben un ingreso por metro cuadrado mayor que el que obtendría si esos mismos ambulantes estuvieran formalmente establecidos. Estas evidencias sugieren una reflexión adicional. “la sisa” no solo tienen importancia en cuanto a mecanismos para afiatar derechos especiales de dominio SISA “por lo que contribuye a explicar por qué los municipios distritales, empobrecidos por la concentración de los impuestos está en manos del gobierno central, han tenido que ceder frente al avance informal” (p.98).

1.3 Justificación

La presente investigación se justificó:

Justificación teórica

Es justificable la presente investigación Cultura Tributaria y Comercio Informal; ya que me motivo a través de su problemática planteada desde muchos años; por lo que; no, existían alternativas de solución e identificar el ámbito filosófico para que haya una cultura efectiva, y respaldar y acreditar la lucha contra el comercio informal; por lo que, debería realizarse más mecanismos de fiscalización y control; para intensificar un paso al desarrollo de nuevos paradigmas de recaudación mucho más consistentes;

Por lo que; me permitió conocer y evaluar las diversas actividades informales, a través de los diferentes modelos estadísticos con la finalidad de demostrar si; existe relación entre cultura tributaria y el comercio informal.

Donde se pretende incentivar a las demás personas afines al tema, a seguir investigando desde el punto donde sea útil, necesariamente con el único objetivo de cubrir aquellos estudios vacíos y de la incorporación de nuevos modelos. Ya que implica nuevas perspectivas ante este grupo de humano de comerciantes, para una mejora y calidad de vida.

Justificación práctica

La justificación importante en este trabajo es concientizar e estimular la conciencia tributaria, para que haya una mejoría tributaria, en los comerciantes informales y emprendedores empresarios y contribuyan parte de la problemática en el mercado valle sagrado y contribuyan; ya que este fenómeno es una evasión sistemática de los impuestos por lo que repercuten inmensas consecuencias económicas y socio políticas, por lo que deberían solucionarse con los instrumentos más efectivos en función a los intereses de nuestra localidad y nuestro país. Ya que implica a las

autoridades nacionales y municipales; por lo que se tomara decisiones de mucha gran utilidad y de esta manera arraigar ingresos propios.

Ya que; es evidente que en el Distrito de San Juan De Lurigancho crear cultura tributaria es un problema que viene suscitando desde hace muchos años, ya que la informalidad en medida se ha ido expandiendo en nuestro distrito. Por lo que; el problema de erradicar, no existe debido a que las familias cada vez están buscan un medio de subsistencia y esto se debe a que las familias están siendo desempleados

Justificación metodológica

Se justifica metodológicamente ya que se creará instrumentos de medición para cada una de las variables de estudio de acuerdo a la realidad y su problemática existente en el Distrito de San Juan De Lurigancho. La validación del instrumento fue sometido a un proceso de validación, confiabilidad después de ello se utilizó en la investigación una población censal de 100 comerciantes.

1.3. Problema

Realidad problemática

Realmente en la actualidad la deserción cultural en cuanto al manejo comercio informal se ha ido rebasando ampliamente; ya que la pobreza se ha ensañado con los más necesitados; es por ello el yacimiento de necesidad y lucha por auto emplearse; ya que de alguna manera el mercado laboral ha sufrido excesos de desempleo debido a la sobrepoblación de migrantes en la capital debido a estas situaciones han optado por medidas de subsistencia llevando un pan bajo la mesa de sus hogares para sacar adelante a sus familias e insertándose en el mundo del comercio ambulatorio donde no cumple con el régimen y estándar de formalidad.

Actualmente en el comercio informal se ha ido generando deserción tributaria, y cohesión alejándose de la realidad; por falta de cultura tributaria en distintos niveles en la sociedad Alta, Media, Baja. Por lo Que; considero: que debemos implementar un sistema en que el proveedor y consumidor no estén ajenos de llevar cultura tributaria en todos los ámbitos sociales por lo que fomentara más puestos de trabajo formal y así cumplirán los estándares de formalización según:

Municipalidad Metropolitana (2016), concluyo que el Dictamen: N° 16-2016-MML/CMAEO, de la Comisión Metropolitana de Asuntos Económicos y Organización; N° 02-2016-MML/CMCDCTU, de la Comisión Metropolitana de Comercialización, Defensa al Consumidor “establece normas técnicas legales que regulen el procedimiento para la obtención de la autorización municipal temporal para el desarrollo de la actividad comercial ambulatorio de bienes y servicios en espacios públicos y autorizados” mencionando así los siguientes artículos modificados según la ordenanza 1933; mencionando el: artículo 9°.- que modifica el artículo 18° de la Ordenanza N° 1787, el mismo que quedará redactado con el siguiente texto: artículo 18°.- Requisitos para solicitar la autorización municipal temporal para el desarrollo de la actividad comercial en el espacio público: para

solicitar la autorización municipal temporal para el desarrollo de la actividad comercial en el espacio público, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Ser comerciante ambulante regulado.
2. Presentar Solicitud- Declaración Jurada.
3. Pagar derecho de trámite conforme a lo establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos-TUPA. (p.18).

En mi variable de estudio se mencionará, cultura tributaria y el comercio informal ya que existe relación de comercio ambulante e informalidad; donde es una de las actividades más antiguas en el que impulsa el ser humano de subsistir ante tales circunstancias del día a día y que nos involucra a la sociedad ante tal informalidad propia por la necesidad.

A nivel internacional, en mi proceso de investigación he ido conociendo diversas fuentes de información considerando así unos de los autores más relevantes como: Hernando de soto libro El otro sendero, la revolución informal. ILD; imparte un análisis constructivo respecto al comercio informal en las calles.

Soto (1989), citado, por Álvarez gamboa Roberto (2015), mencionó que:

En el caso del comercio informal se puede decir que la gente comenzó a salir y a invadir la vía pública que es uso de todos para realizar sus actividades comerciales sin tener permisos ni pagar impuestos y sin emitir comprobante alguno; es decir comerciante ambulatorio es aquel que recorre las calles ofreciendo su productos y servicios a bajo costo y sin tener un lugar fijo de trabajo. (p.44).

Por lo tanto, el comercio informal no ha sido ajeno a ninguno de estos en particularidad; ya que otros autores han ido esbozando para mi siguiente variable en la tesis de:

Mogollón (2014), indico “tesis denominado nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo para mejorar la recaudación pasiva periodo” (2012, p.19).

Para mogollón (introducción a la cultura tributaria 2014)

Mogollón (2014), definió la cultura tributaria como:

La conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir en los individuos, entendiendo a ésta 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. (p.19).

Según Mogollón (2014), indicó: “respectivas dimensiones de normas sociales y procesos” (p. 21).

Para Mogollón (2014) respecto a las Procesos y Normas Sociales indicó: Con relación a la normas social, esta se refiere “conjunto de creencias respecto a la manera en que las personas deben comportarse y son inducidas por sanciones sociales informales (que representan costos morales); dando a conocer que La justicia procedimental es el elemento principal de las normas sociales que afectan positivamente la conciencia tributaria” (p.21).

Siguiendo con el autor antes mencionado Mogollón (2014), indicó:

“La reciprocidad depende de la cultura ciudadana, entendida esta como el conjunto de costumbres y reglas mínimas compartidas que generan sentimiento de pertenencia, facilitan la convivencia y conducen al respeto del patrimonio común y al reconocimiento de los derechos y deberes ciudadanos” (p. 23).

Burga (2014), en su tesis “cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra” mencionó que la importancia de promover la cultura tributaria: La cultura tributaria es importante ya que participa en el comportamiento de los contribuyentes respecto al cumplimiento de sus obligaciones y derechos ciudadanos en materia tributaria; la obligación del cumplimiento tributario puede ser suficiente para lograr los objetivos de la recaudación fiscal, dependiendo de la percepción de riesgo de los contribuyentes y de la capacidad de fiscalización y sanción de la Administración Tributaria. (p.14)

Por lo tanto, en la sociedad debemos cumplir un alto grado de cultura tributaria transmitiendo madurez democrática, ya que la sociedad tendemos a ser más proclives al cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias.

Por lo siguiente enfatizaremos la relación que existe entre cada una de las dimensiones de cada variable.

Para Silva (2011), señaló:

Cultura tributaria, es un capital social que hay que crearlo por lo que toma su tiempo; por lo que tiene una fuerte conexión con los valores éticos y morales, rescatando al individuo y su conciencia como categorías supremas, otorgándole sentido de responsabilidad, civismo y pertenencia, humanismo, valoración del trabajo y de la austeridad. Además, una fuerte y definitiva relación de corresponsabilidad entre ciudadanos y Estado. (p.55).

Por otro lado, Silva (2011), puntualizó: “culturar a la ciudadanía; es cumplir y hacer cumplir las obligaciones tributarias, a través de asistencia, capacitación y difusión implantando algunas estrategias, acorde al estilo de la institución” (p.56).

A través de estas dimensiones de la cultura tributaria podemos observar que; perspectivas debemos tener en cuenta para estos procesos tributarios he aquí menciono estos diferentes autores de tesis.

A nivel nacional, este tipo de actividad indicando en su tesis; Karem Lesly Robertson Sotelo indicando desde su punto de vista.

Por otro lado; Mercedes (2010), en su tesis denominado: “conciencia tributaria en los contribuyentes del sector Parcelas II Municipio Anaco, Venezuela” concluyó: si bien es cierto que la cultura no tiene una relación directa con la recaudación, pero si esta empieza a divulgar, se podrá contribuir a la recaudación y de esta manera proveer al estado de los ingresos requeridos para financiar al gasto social y las inversiones en infraestructura, colaborando así con el desarrollo sostenible del país” (p.6).

Cultura tributaria viene de conciencia por lo que es un eje importante de todo comerciante que debe asumir esa responsabilidad, obteniendo una diferenciación social para brindar estos recursos para su buen desarrollo en nuestra sociedad de no; ser así no podremos tener acceso a los beneficios; sujetándonos

a drásticas sanciones de la SUNAT, cayendo así en decomización de sus mercaderías ya que es su única fuente de ingreso.

Problema general

¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016?

Problemas específicos

Problema específico 1.

¿Qué relación existe entre la conciencia tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho 2016?

Problema específico 2.

¿Qué relación existe entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016?

Problema específico 3.

¿Qué relación existe entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016?

1.5. Hipótesis

Hipótesis general

Existe relación entre la cultura tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1.

Existe relación entre la conciencia tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016

Hipótesis específica 2.

Existe relación entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

Hipótesis específica 3.

Existe relación entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

1.6. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

Objetivos específicos

Objetivo específico 1.

Determinar la relación que existe entre la conciencia tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

Objetivo específico 2.

Determinar la relación que existe entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

Objetivo específico 3.

Determinar la relación que existe entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Variables

Las variables de estudio son dos:

Variable 1: cultura tributaria

Variable 2: comercio informal

Definición conceptual de las variables

Variable 1: Cultura tributaria

Burga (2015), señaló que, 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” (p.12)

Variable 2: Comercio informal

Soto (2009), mencionó “Comercio Informal es el comercio que empezó a ser realizado masivamente al margen hasta encontrar de las normas estatales establecer nominalmente encargadas de regularlo. Surgió así el comercio informal que, en lo esencial se desarrolla en las calles y en mercados construidos específicamente para salir de las mismas” (p.87).

Definición operacional de las variables

Variable 1 Cultura tributaria:

Se midió a través de sus tres dimensiones: conciencia tributaria con 10 ítems, educación cívica tributaria 10 ítems, difusión y orientación tributaria 10 ítems y para su medición se utilizó cuestionario tipo Likert

Variable 2 Comercio informal

Se midió a través de sus tres dimensiones: lugar fijo en la vía pública 10 ítems, comercio ambulatorio 10 ítems, itinerante 10 ítems y para su respectiva medición un cuestionario tipo Likert.

Variable 2 Comercio informal

Se midió a través de sus tres dimensiones: lugar fijo en la vía pública 10 ítems, comercio ambulatorio 10 ítems, itinerante 10 ítems y para su respectiva medición un cuestionario tipo Likert.

|

Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable: Cultura tributaria

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Ordinal Tipo Liker	Niveles o rangos
Conciencia tributaria	-Valores tributarios	5	Siempre (1)	Deficiente [30 - 69]
	-Sentido del tributo	5		
Educación cívica tributaria	- Educación cívica	5	Casi siempre (2)	Moderadamente eficiente [70 – 110]
	-Educación tributaria	5	A veces (3)	
			Casi nunca (4)	
Difusión y orientación tributaria	-Transparencia tributaria	5	Nunca (5)	Eficiente [111 – 150]
	-Información tributaria	5		

Tabla 2

Operacionalización de la variable: Comercio informal

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Ordinal Tipo Likert	Niveles o rangos
- Lugar fijo en la vía pública	-Instalación fija	5	Siempre (1)	Deficiente[30 - 69]
	-Gastos de mantenimiento	5		
-Comercio ambulatorio	- Instalación fija	5	A veces (3)	Moderadamente eficiente[70– 110]
	-Gastos de mantenimiento	5	Casi nunca (4)	Eficiente[111–150]
-Itinerante	-Instalación ambulante	5	Nunca (5)	
	-Gastos de zona de venta	5		

Fuente: Elaboración propia

Operacionalización de la variable 1: Cultura tributaria

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	NIVELES Y RANGOS
Conciencia tributaria	Valores tributarios	a)Le hablaron de los valores tributarios. a)Los valores tributarios le sirven de algo a usted. a)Si cumplimos en pagar impuestos la situación económica mejoraría a)Usted está motivado para pagar sus impuestos. a)Los valores tributarios son difundidos por la SUNAT	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca	Deficiente[30-69] Moderadamente eficiente[70-110] Eficiente[11-150]
	Sentido del tributo	b)La SUNAT te orienta para el pago de tus impuestos. b)Crees que se usan bien los impuestos que pagamos. b)Consideras a los impuestos justos. b)Tiene conocimiento porque es importante tributar. b)Le es fácil pagar impuesto (trámite documentario).		
Educación cívica tributaria	Educación cívica	a)Has escuchado acerca de educación cívica. a)Aplica la educación cívica en sus actividades comerciales. a)Con educación cívica tributaria seremos mejores contribuyentes. a)La educación cívica es importante en una sociedad. a)Con educación cívica tributaria se reduce la evasión tributaria.		
	Educación tributaria	b)Conoce la importancia de aplicar educación cívica b)Aplica la educación tributaria en su vida b)La educación tributaria se enseña en los colegios. b)La educación tributaria es importante en una sociedad. b)Debemos impulsar la divulgación de educación cívica tributaria.		
Difusión y orientación tributaria	Transparencia tributaria	a)Entiende el término de transparencia tributaria. a)A usted le sirve aplicar la transparencia tributaria. a)Recibe algún tipo de orientación por la SUNAT. a)La transparencia tributaria debe ser impulsada por el estado. a)La SUNAT Maneja bien la transparencia tributaria		
	Información tributaria	b)Revisa Ud. en la web de la SUNAT. b)Se actualiza con respecto a sus obligaciones tributarias. b)La información tributación es fiable. b)Considera que la información tributaria está bien difundida b)Busca información tributaria en los medios de comunicación		

Tabla 4

Tabla 4**Operacionalización de la variable 2: Comercio Informal**

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	NIVELES Y RANGOS
Fijo en la vía pública	<p>Instalación fija</p> <p>Gastos de mantenimiento</p>	<p>a) Es rentable tener un lugar fijo en la vía pública.</p> <p>a) Tener un lugar fijo en la vía pública le genera más gastos.</p> <p>a) Se incrementa los clientes al tener un lugar fijo en la vía pública.</p> <p>a) Está de acuerdo en tener una instalación fija en la vía Pública.</p> <p>a) Los clientes tienen más confianza al tener usted una instalación fija.</p> <p>b) Ud. paga seguridad por su establecimiento</p> <p>b) Le es barato en mantenimiento su instalación fija</p> <p>b) Lleva un control de sus gastos.</p> <p>b) Es intervenido por la Municipalidad de San Juan de Lurigancho.</p> <p>b) Es intervenido por la SUNAT.</p>		
Comercio ambulatorio	<p>Instalación semi fija</p> <p>Gastos de mantenimiento</p>	<p>a) Está interesado en pasar al sector formal.</p> <p>a) Con su actividad actual incurre en gastos.</p> <p>a) Tener una instalación semi fija es rentable.</p> <p>a) Está satisfecho con su actividad actual.</p> <p>a) El comercio informal genera confianza a los compradores.</p> <p>b) Ud. paga algún tipo de impuesto.</p> <p>b) Es barato en mantenimiento de su instalación semi fija.</p> <p>b) Siente seguridad al realizar el comercio ambulatorio.</p> <p>b) Es rentable ser comerciante ambulante.</p> <p>b) Se encuentra en un lugar estratégico para ventas.</p>	<p>Siempre</p> <p>Casi siempre</p> <p>A veces</p> <p>Casi nunca</p> <p>Nunca</p>	<p>Deficiente[30-69]</p> <p>Moderadamente eficiente[70-110]</p> <p>Eficiente[11-150]</p>
Itinerante	<p>Instalación ambulante}</p> <p>Gastos de zona de venta</p>	<p>a) Es rentable su actividad.</p> <p>a) Actualmente incurre en más gastos por este tipo de ventas.</p> <p>a) Ser comerciante Informal lo limita al solicitar créditos.</p> <p>a) Está satisfecho con su actividad informal.</p> <p>a) Los clientes tienen más confianza en sus productos que vende.</p> <p>b) Usted realiza esta actividad todos los días.</p> <p>b) Le resulta productivo ser un ambulante informal.</p> <p>b) Se siente satisfecho formar parte del vendedor ambulante</p> <p>b) Le gustaría formar parte de la formalidad donde pueda obtener algunos beneficios</p> <p>b) Está mejorando la calidad de vida con la informalidad.</p>		

2.3 Metodología

El método de investigación empleado fue el método hipotético deductivo. Bernal (2006), manifestó que “el método hipotético deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o aceptar tales hipótesis deduciendo de ellas, conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (p.56).

2.4 Tipo de estudio

El tipo de estudio será básico, ya que tiene como finalidad según Sierra (2007) “mejorar el conocimiento y comprensión de los fenómenos sociales. Se llama básica porque es el fundamento de otra investigación” (p. 32).

Sierra (2012), señala que en la investigación descriptiva se destacan características o rasgos de la situación, fenómeno u objeto de estudio. Su función principal es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio. Sierra (2012), manifiesta lo siguiente sobre la investigación de campo: - Se realiza en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno. - Se apoya en el método de campo que consta de los siguientes pasos: - Plan o diseño de la investigación - Selección de muestra - Recolección y análisis de datos. - Codificación y edición de la información - Presentación de resultados Utiliza las técnicas de observación y encuesta. La investigación tendrá la modalidad descriptiva, porque se acudirá a fuentes de información secundaria en libros, revistas especializadas, publicaciones, módulos, internet que tengan información sobre la realidad de los comerciantes informales y su nivel socioeconómico; esto permitirá ampliar, profundizar y sustentar la investigación.

Según los alcances de la investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2010) es descriptivo y correlacional, es descriptivo porque “buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 80) y los estudios correlacionales tienen según Hernández *et al.* (2010) “como propósito

conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p. 81).

El enfoque que se utilizará será cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) el enfoque cuantitativo: “Utiliza 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” (p.4). Así mismo se utilizará el método hipotético deductivo, según Bernal (2010) Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (p.59).

2.5 Diseño

El diseño de estudio será de tipo no experimental de corte transversal y correlacional; es no experimental según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 149).

Es transversal ya que su propósito es según Hernández *et al.* (2010) “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p.151).

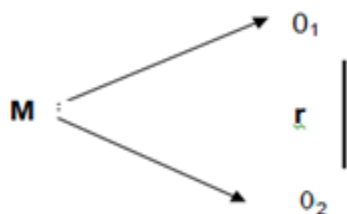


Figura 6 El diagrama del diseño correlacional, según Sánchez y reyes (2009, p.106)

Dónde:

M= Mercado Valle Sagrado S.J.L

O₁= Cultura tributaria

O₂= Comercio informal

r= Relación entre las variables

2.6. Población**Población censal**

La población se considera censal porque se considerará al 100% de la población, en este sentido Ramírez (1997) establece la muestra censal donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra, por ello la población que se estudiará será censal ya que a la vez es universo, población y muestra.

La población estará conformada por 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho.

$$N=n$$

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**Técnica**

La técnica que se utilizó son las encuesta para las dos variables de estudio, al respecto Canales (2009) indicó que la encuesta consiste en tener la información acerca de las variables en estudio por medio de los sujetos a través de sus opiniones, actitudes o sugerencias ya sean a través de la entrevista y cuestionarios.

Instrumentos de recolección de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalaron que: “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p. 217).

I- Instrumento para medir la variable cultura tributaria

Ficha técnica

Instrumento : Cuestionario de Cultura tributaria

Autor : Bach. Gladys Cabrera Neyra

Objetivo : Determinar los niveles cultura tributaria

Duración : La duración de resolución de este cuestionario es aproximadamente de 10 minutos.

Estructura :

La escala consta de 30 ítems, con 05 alternativas de respuestas de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5), la escala está conformada por 03 dimensiones: (a) Conciencia tributaria (b) La educación cívica tributaria (c) Difusión y orientación tributaria

Interpretación: Deficiente [30-69], Moderadamente eficiente [70-110] y Eficiente [111-150]

El cuestionario se aplicará de manera personal, a cada persona negociante del Mercado Valle Sagrado distrito de S.J.L

Validación y confiabilidad del instrumento cultura tributaria

Validez

Se realizará la validez de contenido, por medio de juicio de expertos conformado por doctores de la Universidad César Vallejo y/o de otras universidades donde se revisará: Pertinencia, relevancia y claridad.

Confiabilidad

Se realizará una prueba piloto conformada por 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado y luego se aplicará la fiabilidad de los instrumentos con el estadístico Alfa de Cronbach ya que los instrumentos serán medidos en escala ordinal.

Procedimientos de recolección de datos

Para la recolección de datos, primero se debe realizar:

- Instrumentos de medición según dimensiones
- Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición.
- Aplicación de los instrumentos de medición.
- Elaborar la matriz de datos

Tabla 5

Fiabilidad cultura tributaria

Confiabilidad de la Cultura Tributaria

		N	%
Casos	Válidos	100	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	30

Fuente: base de datos

Descripción: como se observa en la tabla 8 el análisis de confiabilidad; en la variable cultura tributaria se ha efectuado una prueba piloto de los 100 comerciantes del mercado valle sagrado; esta prueba tiene la finalidad de aceptación respecto a este proyecto aplicando la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach por lo que dio un resultado de 0.982 lo cual indica que existe muy alta confiabilidad. Por el cual puede “La confiabilidad puede definirse como la usencia relativa de errores de medición de un instrumento de medición” (kerlinger,2002, p.583).

2- Instrumento para medir la variable comercio informal

Ficha técnica

Instrumento : Cuestionario de comercio informal

Autor : Bach. Gladys Cabrera Neyra

Objetivo : Determinar los niveles de la comercio informal

Duración : La duración de resolución de este cuestionario es aproximadamente de 10 minutos.

Estructura :

La escala consta de 30 ítems, con 05 alternativas de respuestas de opción múltiple, de tipo Likert, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi

siempre (4) y Siempre (5), la escala está conformada por 03 dimensiones: (a)

Lugar fijo en la vía pública (b) Comercio ambulatorio (c) Itinerante

Interpretación: Deficiente [30-69], Moderadamente eficiente [70-110] y

Eficiente [111-150]

El cuestionario se aplicará de manera personal, a cada persona negociante del mercado valle distrito de S.J.L

Validación y confiabilidad del instrumento comercio informal

Validez

Se realizará la validez de contenido, por medio de juicio de expertos conformado por doctores de la Universidad César Vallejo y/o de otras universidades donde se revisará: Pertinencia, relevancia y claridad.

Confiabilidad

Se realizará una prueba piloto conformada por 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado y luego se aplicará la fiabilidad de los instrumentos con el estadístico Alfa de Cronbach ya que los instrumentos serán medidos en escala ordinal.

Procedimientos de recolección de datos

Para la recolección de datos, primero se debe realizar:

- Instrumentos de medición según dimensiones
- Validez y confiabilidad de los instrumentos de medición.
- Aplicación de los instrumentos de medición.
- Elaborar la matriz de datos

Tabla 6

Fiabilidad comercio informal:

Confiabilidad del Comercio informal			
		N	%
Casos	Válido	100	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	30

Fuente: Base de datos

Descripción: como observamos en la tabla 8 el análisis de confiabilidad se efectuó con una prueba piloto de 100 comerciantes que trabajan en el mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho con la finalidad de obtener consistencia según Hernández, Fernández y Baptista (2010), «la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales» (p. 200).

De tal manera que se utilizó el instrumento de medición estadístico Alfa de Cronbach obteniendo como resultado de 0.978 lo cual indica que es aceptable la fiabilidad.

III. RESULTADOS

3.1 Descripción

3.1.1. Descripción de los resultados de la variable: cultura tributaria.

Tabla 7

Tabla de niveles de Cultura Tributaria de las personas que trabajan en el mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan De Lurigancho 2016

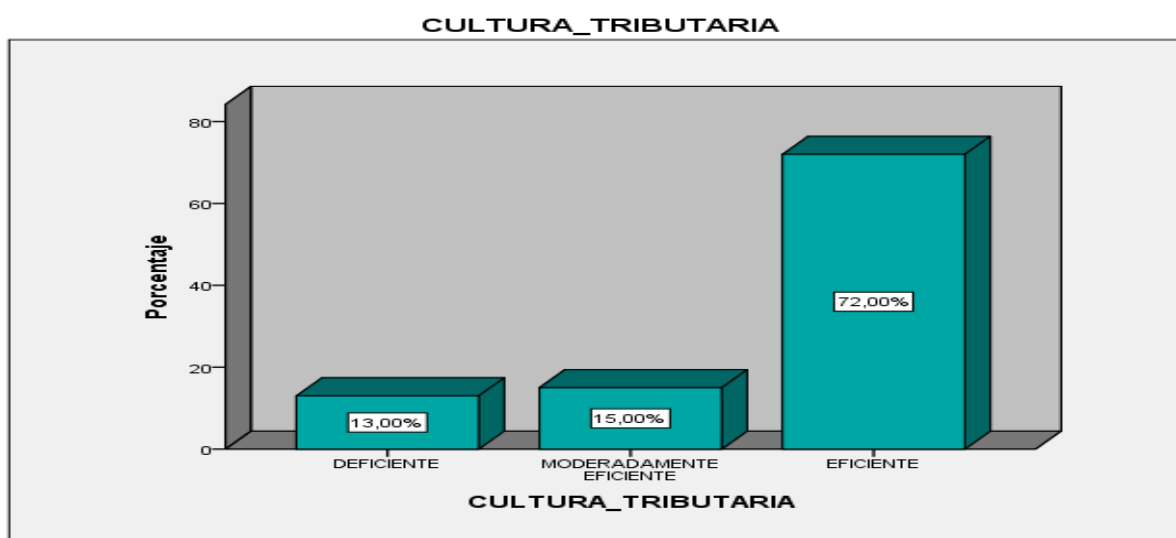
CULTURA_TRIBUTARIA			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DEFICIENTE	13	13,0
	MODERADAMENTE EFICIENTE	15	15,0
	EFICIENTE	72	72,0
	Total	100	100,0

Fuente: aplicación de los instrumentos

Interpretación: cómo podemos observar en la tabla 9 que en la cultura tributaria se ha realizado la estadística de frecuencias, porcentajes el acumulado a través de este se calcula el grado de nivel en el que se encuentra la cultura tributaria.

Figura 7

Descripción de los niveles de la cultura tributaria



Fuente: Base de datos

Interpretación En la Figura 3 se observa que muestra censal de 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho año 2016; en la que ha representado el 100% de su totalidad. ya que estadísticamente se ha relacionado nivel mente de manera eficiente el 72% de la población, 15% de la población moderadamente eficiente, y solo el 13% indica que son deficientes.

Tabla 8

Cuadro de niveles del Comercio informal de las personas que trabajan en el mercado Valle Sagrado, distrito de San Juan de Lurigancho2016.

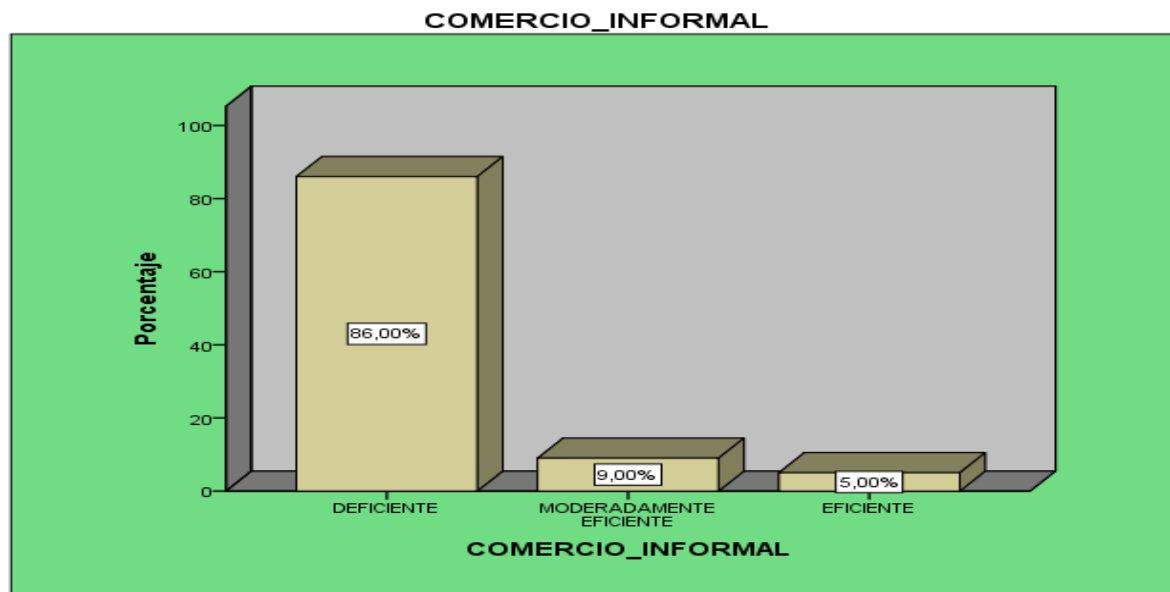
COMERCIO_INFORMAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DEFICIENTE	86	86,0
	MODERADAMENTE EFICIENTE	9	9,0
	EFICIENTE	5	5,0
	Total	100	100,0

Fuente: aplicación de los instrumentos

Interpretación: cómo podemos observar en la tabla 10 el comercio informal se ha realizado estadísticamente en frecuencias, porcentajes y el acumulado respectivo a través de este se calcula nivel en el que se encuentra el comercio informal.

Figura 8

Descripción de los niveles del comercio Informal



Fuente: bases de datos

Interpretación: Como se observa en la figura 4; la muestra de 100 comerciantes del mercado valle sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho-2016 por lo que representan la totalidad del 100% de la muestra existente en sus distintos niveles de medición por lo que el 86% de los comerciantes informales es deficiente, el 9% de los comerciantes es moderadamente eficiente y el 5% de los comerciantes es eficiente.

3.2.- Prueba de hipótesis

3.2.1 Hipótesis general

H₀: No existe relación entre la cultura tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016.

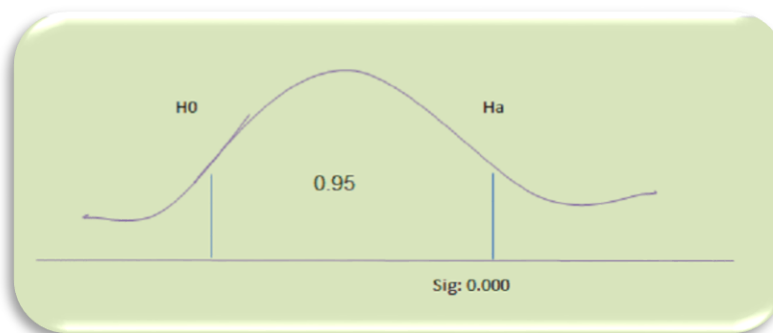
H_a: existe relación entre la cultura tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016.

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$

Estadístico: Rho de Spearman

Puntos críticos:

Figura 9



Fuente: Bases de datos

P valor:

$$\text{Si } P [X \geq \bar{X}] \leq \alpha/2$$

$$P [X \geq \bar{X}] \leq \alpha/2$$

Si" $P < 0.05$ se acepta la hipótesis alternante (H_a)

Si" $P > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0)

De acuerdo a las pruebas de mis variables "P" Valor es: $0.01 < 0.05$ por lo tanto acepto la hipótesis alternante (H_a).

Tabla 9

Prueba de correlación Rho de Spearman de la hipótesis general

Correlaciones				
			CULTURA_TR IBUTARIA	COMERCIO_I NFORMAL
Rho de Spearman	CULTURA_TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	1,000	-,415**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	COMERCIO_INFORMAL	Coeficiente de correlación	-,415**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: de acuerdo a los resultados obtenidos del tipo Likert, los análisis posteriores a la prueba de hipótesis se basa con la prueba Rho de Spearman ya que los datos son de carácter cuantitativo ordinal, como se observa en la tabla

7 ambas variables tienen relación inversa; el coeficiente cultura tributaria y el comercio informal tiene -0.415 con $P = 0.000 < 0.01$ esto nos indica que hay una predicción moderada significativa.

Por lo tanto acepto:

Ha: Existe relación inversa entre la cultura tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016.

3.2.2 Prueba de hipótesis específica 1

Tabla 10

Determinación de correlación entre la conciencia tributaria y el comercio informal

		Correlaciones		
			CONCIENCIA _TRIBUTARIA	COMERCIO_I NFORMAL
Rho de Spearman	CONCIENCIA_TRIBUTARIA	Coeficiente de correlación	1,000	-,320**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	100	100
	COMERCIO_INFORMAL	Coeficiente de correlación	-,320**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	100	100

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

Interpretación:

Cómo podemos observar en la tabla 12, la dimensión conciencia tributaria con la variable comercio informal del mercado Valle Sagrado tienen una relación baja de -0.320 del coeficiente de relación y su $P = 0.001 < 0.01$; lo cual implica que ambas pueden manejarse para su predicción ya que el grado de conciencia tributaria y el comercio informal es significativo en la población del mercado Valle Sagrado.

Por lo tanto; aceptamos la hipótesis.

Ha: Existe relación inversa entre la conciencia tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016.

3.2.3 Prueba de hipótesis específica 2

Tabla 11

Determinación de correlación entre educación cívica tributaria y comercio informal.

Correlaciones				
			educación_cívica_tributaria	comercio_informal
Rho de Spearman	educación_cívica_tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	-,351**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	comercio informal	Coeficiente de correlación	-,351**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: como observamos en la tabla 13 que; la educación cívica tributaria y el comercio informal tiene una relación baja de -0.351 con un $P = 0.000 < 0.01$ lo cual es significativa predicción para el modelo según el estadístico Rho de Spearman por lo tanto podemos decir que aceptamos la:

Ha: Existe relación inversa entre la educación cívica tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016.

3.2.4 Prueba de hipótesis específica 3

Tabla 12

Determinación de la correlación entre difusión orientación tributaria y el comercio informal.

Correlaciones				
			difucion_orient ación_tributaria	comercio_infor mal
Rho de Spearman	difucion_orientación_tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	-,414**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	comercio_informal	Coeficiente de correlación	-,414**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

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

Interpretación: cómo podemos observar en la tabla 14 la difusión orientación tributaria y el comercio informal tienen correlación moderada de -0.414 y el $P = 0.000 < 0.01$; lo cual me indica que es significativo, en mi muestra censal de 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado 2016 San Juan de Lurigancho. Por lo tanto, se acepta la hipótesis:

Ha: Existe relación inversa entre la difusión orientación tributaria y el comercio informal en el mercado valle sagrado distrito San Juan de Lurigancho en su totalidad ya que el $P = 0.000 < 0.05$ lo cual señala que es significativo

IV. DISCUSIÓN

Después de una travesía de procedimientos estadísticos donde nos da a conocer el grado de relación entre las variables por el cual nos ayudará a reconocer en la investigación que la cultura tributaria y el comercio informal están relacionados inversamente; por el cual ha requerido una serie de procedimientos estadísticos mediante la confiabilidad y la correlación. Ya que por ende sus dimensiones de cada variable ayudarán a esclarecer la investigación en los cuales concatenarán dando como resultado desde una baja relación hasta una relación moderada entre sí. Identificando ambas variables; cultura tributaria y el comercio informal tienen relación inversa significativa ya que por desconocimiento los comerciantes informales desconocen la implicación que lleva al no estar en el régimen de la formalización.

Así mismo coincide con el trabajo de Mogollón (2014) en su investigación cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo; con una muestra de 313 comerciantes, determinó que la cultura tributaria y los comerciantes existe una correlación baja; ya que con el estudio queda evidenciado que el contribuyente no lleva su obligación del pago al tributo como algo inherente en la ciudadanía. Así mismo Pérez (2015), en su investigación cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial Albarracín – Trujillo; determinando su grado de correlación inversa entre la cultura tributaria y la evasión de los comerciantes informales; por lo que a menor nivel de cultura tributaria mayor evasión de los comerciantes informales.

Esto se debe más aun por nuestros padres llamado gobierno; partiendo desde ahí se ha designado una tendencia de la falta de simetría de información, etc. Ya que por ello se ve reflejado las carencias existentes en nuestro distrito; en cuanto a valor informativo en el Insitu a investigar. En medida de esta investigación del porqué los comerciantes informales; y su incidencia de la formalidad a la informalidad teniendo un lugar fijo en la vía pública, comercio ambulante y/o itinerante ya que ha generado que los comerciantes al trabajar toda la semana en Insitu se adueñan del espacio público; Que cuando llega temprano otro comerciante a trabajar los expulsan creando conflictos de diversas índole ya sea verbal o físico.

Según Loja (2014), en su investigación del comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes de la ciudad de Ambato señaló que esta incidencia socioeconómica de los comerciantes buscan alternativas de solución para llevar el día a día en sus hogares y establecerse ya sea en un lugar fijo en la vía pública, comercio ambulante, itinerante. Esto lleva una grave y desleal formalismo; partiendo de la informalidad por desconocimiento de tener un espacio con todas las reglas y normativa del comerciante por el cual genera esta relación inversa entre cultura tributaria y comercio informal y sus dimensiones contrastando ambas variables con los resultados estadísticos ya que es prueba del grado de relación que tienen las variables.

Observando los resultados del grado de confiabilidad que presenta la investigación se efectuó la prueba piloto de 100 comerciantes del Mercado Valle Sagrado. Prueba que tiene como finalidad la aceptación de este proyecto de investigación aplicando la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para ambas variables dando como resultado: cultura tributaria con 0.982 de confiabilidad; comercio informal: con 0.978 de confiabilidad; lo cual indica que es aceptable “La confiabilidad puede definirse como la usencia relativa de errores de medición de un instrumento de medición (kerlinger,2002, p. 583).

En cuanto a la referencia de Pérez (2015), en su tesis cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial albarracín; concluye que existe una correlación inversa entre la cultura tributaria y la evasión de impuesto de los comerciantes informales. Como podemos señalar que al realizar la prueba de la cultura tributaria con relación a los comerciantes ambulantes obtuve como resultado una alta confiabilidad del cual me confirma que puedo seguir mi investigación que los datos son verídicos; es más obteniendo resultados con el estadístico rho de spearman dando así resultados concluyentes en mi investigación de tipo Likert ya que con la prueba Rho de Spearman los datos son de carácter cuantitativo ordinal, por lo que tienen relación inversa; por lo tanto la cultura tributaria y el comercio informal tienen un coeficiente de -0.415 por lo que nos indica que hay una predicción moderada y significativa para ambas variables.

Identificación del grado de relación que tiene cada una de las dimensiones de la cultura tributaria con la variable comercio informal;

- Por su parte Pérez (2015), en su investigación cultura tributaria y su relación con la evasión tributarias de los comerciantes ferreteros del área comercial de nominada Albarracín Concluye: en el nivel de cultura tributaria es baja debido al gran porcentaje de evasión tributaria ya que esto se debe al desconocimiento conciencia tributaria ya que esto ha influenciado a los vendedores de comercios fijos informales y formales a no tributar conscientemente falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético. Por lo que en nuestra dimensión de la conciencia tributaria y comercio informal mide el grado de relación que tiene mediante los resultados estadísticos que nos da como resultado una relación baja de -0.320 con coeficiente del $P= 0.01 < 0.05$; lo cual implica que ambas pueden manejarse para la predicción del grado de conciencia que existe en los trabajadores del mercado Valle Sagrado en su totalidad de la población. Por lo tanto; aceptamos la hipótesis: **Ha:** Existe relación baja entre la conciencia tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho.
- Educación cívica tributaria y el comercio informal tiene una relación baja -0.351 con un $P=0.000 < 0.01$ lo cual es significativo con predicción para el modelo según el estadístico Rho de Spearman por lo tanto podemos decir que aceptamos: **Ha:** Existe relación baja entre la educación cívica tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016. Por su parte Quispe (2011), en su investigación titulada política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi; señala que los comerciantes debido a una inadecuada política tributaria, en la implementación de programas en educación tributaria que se realiza tienen poca cultura tributaria. Cruzado (2014), en su investigación factores asociados a la informalidad de los comerciantes informales de verduras; señaló baja escolaridad.

Por su parte Rivera y Silvera (2012), en su investigación formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona cantón el milagro- ecuador consideró que la falta de conocimiento del proceso de formalización tributaria con una muestra de 298 comerciantes; concluye que la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del servicio de rentas internas; ya que la falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las zonas fiscales. Por lo que en nuestros resultados de la difusión orientación tributaria y el comercio informal tienen correlación moderada con el $P= 0.001 < 0.05$; en la muestra censal de 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado 2016 San Juan de Lurigancho. Exactamente como señala en la hipótesis; se acepta: H_a : Tienen relación moderada entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado distrito San Juan de Lurigancho en su totalidad.

V. CONCLUSIONES

- Primero:** La cultura tributaria y el comercio informal forma parte de esta economía paralela y lo vemos en gran envergadura por lo que podemos determinar según los objetivos de mi investigación que existe una correlación inversa entre las variables -0.415 con $P = 0.000 < 0.01$ esto nos indica que hay una predicción moderada significativa.
- Segundo:** La conciencia tributaria y el comercio informal forma parte de esta sociedad en la que va depender cuanto será el grado de conciencia en esta sociedad ya sea por conocimiento o por desconocimiento por lo que determina el grado de relación que tiene la conciencia tributaria y el comercio informal; señalando que el coeficiente de correlación es bajo de -0.320 ; y el $P 0.001 < 0.01$ lo cual es significativo.
- Tercero:** La educación cívica tributaria y el comercio informal a lo largo de la travesía en cuanto a educación por lo que hemos captado información ya sea en la escuela o de algún medio por lo que esta investigación tiene como objetivo determinar el grado de relación entre la educación cívica tributaria y el comercio informal por lo que nuestras estadísticas nos dan dado como resultado una relación baja de -0.351 con un $P=0.000 < 0.05$ lo cual es significativo predicción para el modelo.
- Cuarto:** Por último, verificaremos el resultado de la difusión orientación tributaria y el comercio informal obteniendo como resultado una correlación moderada -0.415 lo cual indica que la predicción que determino que la SUNAT, no se realiza capacitaciones consecutivamente he aquí la deficiencia que tiene la entidad.

VI. RECOMENDACIONES

- Primero:** - Según lo señalado la cultura tributaria y comercio informal ha influenciado en que la población de 100 comerciantes del mercado valle sagrado tiene una relación inversa cultural tributaria con los comerciantes informales; ya que por ello debemos impartir a que los asociados del mercado y no asociados se unan con la finalidad que las entidades encargadas como las Municipalidad de San Juan Lurigancho den mejores propuestas de solución puedan acogerse estando en la formalidad proponiendo buenas alternativas de solución para conllevar bienestar en sus hogares y no tengan que pasar por decomisos por parte de los serenasgos yaciendo así pedimos solución ante el ente regulador SUNAT .
- Segundo:** - La SUNAT debería fomentar a la sociedad capacitaciones en cuanto a orientación tributaria, conciencia tributaria para salvaguardar, la honestidad integridad del ciudadano fomentando seguridad y bienestar en las familias. Ya que, calidad de persona y los buenos principios se crea en casa.
- Tercero:** - Los asociados y no socios deberían plantear a los funcionarios de la SUNAT para que lleven orientación mediante la educación; capacitándolos en cuanto ha educación cívica tributaria para; aprender, conocer, impartir; ya que; se beneficia la población del mercado valle sagrado creando calidad de persona con valores, dando un paso a la formalidad como contribuyentes.
- Cuarto:** - La entidad encargada es la SUNAT deberían realizar campañas sobre difusión y orientación tributaria en los comerciantes informales ya que gran falta nos hace; la población deberían llevar a que se unan con fuerza, que hagan una comitiva para el encargo administrativo y lleguen al lugar que más hace falta; en cuanto a enseñanza tributaria

ya sea por medio de comunicación radios, tv, folletos volantes capacitaciones transmitir cultura tributaria, conciencia tributaria, bajo las difusiones y orientaciones tributaria.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, P. (1995) *Análisis Tributario*. Recuperado de:
<http://block.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-losmecanismos-para-crearla/>.
- Amasifuen, R. (2015). *Importancia De La Cultura Tributaria*, Revista Accounting power for busines. Recuperada de: <file:///C:/Users/impres/Downloads/464-2459-1-PB.pdf>.
- Armas y Colmenares, (2010). *Educación Para El Desarrollo Del A Cultura Tributaria*. RED HECS: Revista electrónica de humanidades Educación y comunicación Social. Recuperada de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Burga, A. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra*. Lima, Perú, Universidad católica
Recuperada de:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/buruga_ame.pdf.
- Calsina, A. (2013), *Evasión Tributaria En Los Comerciantes Del Mercado Santa Rosa De La Ciudad De Azángaro Y Su Incidencia En La Recaudación Tributaria*. Universidad Del altiplano, Puno, Perú. Recuperada de:
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/859/browse?type=dateissued>
- CCL. *Cámara De Comercio De Lima* 2017. Recuperado de:
<http://www.camaralima.org.pe>
- De las mercedes, P. (2010). *Conciencia tributaria en los contribuyentes del sector parcelas*. Recuperado de:
<https://es.scribd.com/document/229011392/Fatima-Mercedes-Perez>.
- Diaz, M. (2015). *Comercio informal como una forma de crecimiento económico para las familias de escasos recursos en la ciudad de el alto*. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de:
<http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6561/T-2150.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

- EMEI. (2014) *Estudio de Monitoreo De La Economía Informal. Investigación de; vendedoras y vendedores ambulantes de lima metropolitana*. Recuperado de: <http://espanol.wiego.org/mujeres>
- Feige, H. (1990). *Economía informal abarca las actividades económicas*. Recuperada de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6091/S0411855_es.pdf;jsessionid=962C7E65EAA045E4F083404A844B8E7F?sequence=1
- Golía, J. (2003). *SENIET: Evasión cero. Revista dinero 180*. Recuperado de: [Venezuela.disponibleenhttp://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos](http://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos).
Consulta: 2007, Diciembre 21.
- Gómez y Macedo (2008). *Difusión y orientación en la cultura peruana y su influencia en el sistema educativo peruano*. Artículo: Investigación Educativa. Recuperada de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2008_n21/a11v12n21.pdf.
- Hanco, L. (2013). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José*. Universidad Altiplano, Puno, Perú. Recuperada de: <http://docplayer.es/18690203-Universidad-nacional-del-altiplano.html>
- Hernández, F. (2014). *Metodología de investigación*. México (5.^a edición) Recuperada de: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf. Editorial McGRAW-HILL

- Hays-Mitchell, M. (1993) Los Ambulantes Informales en el Perú. *revisit Theties bind*, 25(2). Informal and formal sector linkages in streetvending Recuperada de: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1068/a310251>
- Loayza, N. (2005). *Estudios Económicos. Recuperado El 28 De Noviembre De 2013, De Causas Y Consecuencias De La Informalidad En El Perú*, Recuperada de: [http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios Economicos/15/Estudios- Economicos-15-3.pdf](http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf).
- Méndez. M. (2004). Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs. Constitución de 1999, *Revista: Espacio Abierto*,13(1), enero-marzo. Recuperado de: [http://www.ecoambienteydesarrollo.org/revista/ojs/index.php/novum/article /view/62/culturatributaria](http://www.ecoambienteydesarrollo.org/revista/ojs/index.php/novum/article/view/62/culturatributaria).
- Medrano, J. (2011), *Comercio informal organizado en monterrey nuevo león*, México. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo*. Universidad de la Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperada de: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/341/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf
- MINEDU (Ministerio de Educación 2005). *Diseño curricular nacional*. Lima. Recuperada de: <http://www.minedu.gob.pe>(Estructura y funcionamiento del sistema educativo peruano).
- MLM. (Municipalidad Metropolitana de Lima). *Ordenanza 002-1985*, Establece el pago del sistema impositivo del Servicio Ambulatorio (SISA), como una tasa por el espacio urbano que ocupan los comerciantes, si bien esta tasa ya no se paga en Lima Cercado. Recuperada de: <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>

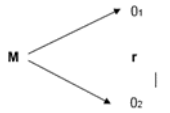
- Pérez, M. (2015). *Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada Albarracín Trujillo*. Universidad nacional de Trujillo. Recuperada de: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4872/perezmantilla_diana.pdf?sequence=1
- Quispe, J. (2011). *La Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna. Recuperada de: <https://es.scribd.com/document/245695968/25-Quispe-Cani-DJ-FCJE-Contabilidad-2012>
- RAE. Diccionario de la real academia de la lengua española 2001, (22.^a edición). Recuperada de: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/diccionarios-antiores-1726-2001/diccionario-de-la-lengua-espanola-2001>.
- Rivera y Silva (2012). *Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del cantón milagro*. Universidad Estatal el milagro, Ecuador. Recuperada de: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/349>.
- SAT. (2010). Superintendencia Administrativa Tributaria. *Guía de seminario de cultura tributaria*. Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <http://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/seminario2010%20-%20SAT%20MANUAL%20SEMINARIO%20SAT.pdf>
- Sierra, (2007). en su *teoría técnicas de investigación social*. Madrid, España. Recuperado de: www.ub.edu/.../tecnicas_recursos_elaboracion_tesis_doctorales_bibliogr.
- Solórzano, D. (2013), *La cultura tributaria es un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/sendocbib/con4uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/sendocbib/con4uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf).

- Soto, H. (1989). *El Otro Sendero* (9.^a edición) Bogotá, Colombia: Editorial Diana.
- UNESCO. (1996), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. París, Francia. Recuperado de: www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/cultura/culture-and-development/
- Universidad Beloso (2009), Características, elementos, de la cultura tributaria referidas a valores conocimiento y actitud. (6.^a edición), Recuperada de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- Villena, L. (2014). *Comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal la merced de la ciudad de Ambato*, Universidad de Ambato, Ecuador. Recuperada De: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/20859>
- Vejarano, A. (2008), Por una nueva cultura tributaria. Lima, Perú. Revista tributaria, Recuperada de: http://www.aele.com/analisis_tributario_abril_2008
- Veleda S. (2006), El comercio callejero y la nueva geografía cultural, una propuesta teórica. *Barcelona, España*. Recuperada de: [file:///C:/Users/luxius/Downloads/32073-32090-1-PB%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/luxius/Downloads/32073-32090-1-PB%20(1).PDF)

VIII ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: Cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado del distrito San Juan de Lurigancho 2016						
AUTOR: Bach. Gladys Cabrera Neyra						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p>Problema principal:</p> <p>¿Qué relación existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016?</p> <p>Problemas secundarios:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Qué relación existe entre la conciencia tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado del distrito de San Juan de Lurigancho 2016?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Qué relación existe entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Qué relación existe entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación que existe entre la conciencia tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar la relación que existe entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar la relación que existe entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>Existe relación entre la cultura tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe relación entre la conciencia tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe relación entre la educación cívica tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p> <p>Hipótesis específica 3</p> <p>Existe relación entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016.</p>	Variable 1: Cultura Tributaria			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos
			Conciencia tributaria	Valores tributarios Sentido del tributo	10	Deficiente [30-69]
			La educación cívica tributaria	Educación Cívica Educación Tributaria	10	Moderadamente eficiente [70-110]
			Difusión y orientación tributaria	Transparencia tributaria Información tributaria	10	Eficiente [111-150]
Variable 2: Comercio Informal		Dimensiones	Indicadores	Ítems		
		Niveles o rangos				

	distrito de San Juan de Lurigancho 2016.		Lugar fijo en la vía pública	-Instalación Fija -Gasto de mantenimiento	10	Deficiente [30-69]
			Comercio ambulatorio	-Instalación Semi fija -Gasto de mantenimiento -Instalación ambulante	10	Moderadamente eficiente [70-110]
			Itinerante	-Gasto de zona de venta	10	Eficiente [111-150]
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR			
<p>TIPO: Según su finalidad la investigación será básica, ya que tiene como finalidad según Sierra (2007) "mejorar el conocimiento y comprensión de los fenómenos sociales. Se llama básica porque es el fundamento de otra investigación" (p. 32).</p> <p>El nivel de la investigación será: descriptivo</p> <p>DISEÑO: no experimental, correlacional y con corte transversal.</p>	<p>POBLACIÓN: censal La población estará constituida por los 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado</p> <p>N=n</p>	<p>Variable 1: Cultura Tributaria</p> <p>Técnicas: La encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Gladys Cabrera Neyra</p> <p>Año: 2016</p> <p>Monitoreo: Validez y confiabilidad</p> <p>Ámbito de Aplicación: Mercado Valle Sagrado</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Tablas de frecuencias</p> <p>tablas de contingencias</p> <p>gráfico de barras</p>			
		Variable2: Comercio Informal				

 <p>MÉTODO: hipotético deductivo.</p>		<p>Técnicas: La encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Gladys Cabrera Neyra</p> <p>Año: 2016</p> <p>Monitoreo: Validez y confiabilidad</p> <p>Ámbito de Aplicación: Mercado Valle Sagrado</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p style="text-align: center;">INFERENCIAL:</p> <p style="text-align: center;">Prueba de hipótesis: Rho de Spearman</p>
---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Cultura tributaria

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles o rangos
Conciencia tributaria	Valores tributarios	5	Siempre (1)	Deficiente [30 - 69]
	Sentido del tributo	5		
Educación cívica tributaria	Educación cívica	5	Casi siempre (2)	Moderadamente eficiente [70 – 110]
	Educación tributaria	5		
Difusión y orientación tributaria	Transparencia tributaria	5	Casi nunca (4)	Eficiente [111 – 150]
	Información tributaria	5	Nunca (5)	

Fuente: Elaboración propia.

Variable 2: Comercio informal

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles o rangos
Lugar fijo en la vía pública	Instalación fija	5	Siempre (1)	Deficiente [30 - 69]
	Gastos de mantenimiento	5		
Comercio ambulatorio	Instalación semi fija	5	Casi siempre (2)	Moderadamente eficiente [70 – 110]
	Gastos de mantenimiento	5	A veces (3)	
Itinerante	Instalación ambulante	5	Casi nunca (4)	Eficiente [111 – 150]
	Gastos de zona de venta	5	Nunca (5)	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Instrumento de medición

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad que relación Qué relación existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del distrito de San Juan de Lurigancho 2016, esta encuesta es completamente confidencial.

Gracias por su apoyo

Instrucciones: Puede escribir o marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible.

Preguntas para la variable: Cultura tributaria

N°	Preguntas	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Le hablaron de los valores tributarios.					
2	Los valores tributarios le sirven de algo a usted					
3	Si cumplimos con pagar impuesto la situación económica mejoraría.					
4	Ud. está motivado para pagar impuestos					
5	Los valores tributarios son difundidos por la SUNAT.					
6	La SUNAT te orienta para el pago de tus impuestos.					
7	Crees que se usan bien los impuestos que pagamos.					
8	Consideras a los impuestos justos.					
9	Tiene conocimiento porque es importante tributar.					
10	Le es fácil pagar impuesto (tramite documentario)					
11	Has escuchado acerca de educación cívica					
12	Aplica la educación cívica en su vida					
13	Con educación cívica tributaria seremos mejores contribuyentes.					
14	La educación cívica es importante en una sociedad.					
15	Con educación cívica tributaria se reduce la evasión tributaria.					
16	Conoce la importancia de aplicar educación cívica.					
17	Aplica la educación tributaria en su vida					
18	La educación tributaria se enseña en los colegios.					

19	La educación tributaria es importante en una sociedad.					
20	Debemos impulsar la divulgación de educación cívica tributaria					
21	Entiende el término de transparencia tributaria					
22	A usted le sirve aplicar la transparencia tributaria.					
23	Recibe algún tipo de orientación por la SUNAT.					
24	La transparencia tributaria debe ser impulsada por el estado.					
25	La SUNAT maneja bien la transparencia tributaria.					
26	Revisa Ud. en la web de la SUNAT					
27	Se actualiza con respecto a sus obligaciones tributarias					
28	La información tributación es fiable.					
29	Considera que la información tributaria está bien difundida.					
30	Busca información tributaria en los medios de comunicación.					

Tabla 4: Encuesta para la variable CULTURA TRIBUTARIA

Las preguntas están agrupadas según las dimensiones:

Dimensión	Preguntas
Conciencia tributaria	1; 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Educación cívica tributaria	2; 11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
Difusión y orientación tributaria	3; 21,22,23,24,25,26,27,28,29,30

Agrupación de las preguntas

Preguntas para la variable: Comercio informal

N°	Preguntas	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	Le es rentable tener un lugar fijo en la vía pública.					
2	Tener un lugar fijo en la vía pública le genera más gastos.					
3	Se incrementa los clientes al tener un lugar fijo en la vía pública.					
4	Está de acuerdo en tener una instalación fija en la vía pública.					
5	Los clientes tienen más confianza al tener usted una instalación fija.					
6	Ud. paga seguridad por su establecimiento.					
7	Le es barato en mantenimiento su instalación fija.					
8	Lleva un control de sus gastos.					
9	Es intervenido por la municipalidad de San Juan de Lurigancho.					
10	Es intervenido por SUNAT.					
11	Está interesado en pasar al sector formal.					
12	Con su actividad actual incurre en gastos.					
13	Tener una instalación semi fija es rentable.					
14	Está satisfecho con su actividad actual					
15	El comercio informal genera confianza a los compradores.					
16	Ud. paga algún tipo de impuesto					
17	Es barato el mantenimiento de su instalación semi fija.					
18	Siente seguridad al realizar el comercio ambulatorio.					
19	Es rentable ser comerciante ambulante					
20	Se encuentra en un lugar estratégico para ventas.					
21	Es rentable su actividad.					
22	Actualmente incurre en más gastos por este tipo de ventas.					
23	Ser comerciante informal lo limita al solicitar créditos.					
24	Está satisfecho con su actividad informal.					

25	Los clientes tienen más confianza en sus productos que usted vende.					
26	Usted realiza esta actividad todos los días.					
27	Le resulta productivo ser un ambulante informal.					
28	Se siente satisfecho por realizar esta actividad.					
29	Le gustaría formar parte de la formalidad donde pueda obtener algunos beneficios.					
30	Está mejorando la calidad de vida con la informalidad.					

Tabla 4: Encuesta para la variable COMERCIO INFORMAL

Las preguntas están agrupadas según las dimensiones:

Dimensión	Preguntas
Puestos fijos en la vía pública	1; 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Comercio ambulatorio	2; 11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
Itinerante	3; 21,22,23,24,25,26,27,28,29,30

Agrupación de las preguntas

24	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46	5	3	3	5	2	2	4	2	2	2	30	5	5	5	2	4	4	4	3	5	3	40	116	
25	5	2	5	5	5	2	5	5	4	4	42	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	18	4	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	45	105
26	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	145
27	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	3	3	3	3	3	2	1	3	2	1	24	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46	119	
28	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	38	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	32	102	
29	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48	5	5	2	5	2	5	4	3	3	2	36	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	46	130	
30	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	39	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	23	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	38	100	
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	45	142	
32	5	5	2	4	5	3	5	3	5	5	42	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	39	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48	129	
33	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	14	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	13	38	
34	5	5	1	2	4	3	4	4	4	4	36	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47	4	5	3	5	5	5	5	5	5	2	44	127	
35	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	145
36	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47	2	3	3	4	5	3	3	3	3	4	33	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	46	126	
37	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	4	5	2	5	4	5	3	4	4	4	40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	137	
38	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	39	5	5	2	5	5	4	3	5	5	5	44	130	
39	2	5	5	5	5	5	1	2	1	3	34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	1	1	2	1	1	2	4	5	5	5	27	110	
40	5	5	2	4	4	4	4	5	5	4	42	5	3	5	5	3	3	2	3	2	2	33	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	44	119	
41	5	5	5	5	3	3	4	3	3	5	41	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	5	3	4	3	3	1	1	3	1	1	25	77	
42	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	47	4	4	4	3	4	3	5	3	4	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47	133	
43	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	145	
44	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46	5	3	3	5	2	2	4	2	2	2	30	5	5	5	2	4	4	4	3	5	3	40	116	
45	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2	3	2	3	2	2	1	1	1	2	19	2	1	1	1	1	1	1	1	5	1	15	45	
46	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	145	
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48	146		
48	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	38	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	32	102	
49	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48	5	5	2	5	2	5	4	3	3	2	36	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	46	130	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	15	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	36	82	
51	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	46	145	

80	5	5	2	4	4	4	4	5	5	4	42	5	3	5	5	3	3	2	3	2	2	33	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	44	119	
81	5	5	5	5	3	3	4	3	3	5	41	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	24	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	98
82	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48	142	
83	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	145
84	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	46	5	3	3	5	2	2	4	2	2	2	30	5	5	5	2	4	4	4	3	5	3	40	116		
85	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	144		
86	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	145		
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	3	3	3	3	3	2	1	3	2	1	24	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46	119		
88	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32	5	5	5	5	4	3	3	3	3	2	38	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	32	102		
89	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12	1	1	1	1	4	2	5	1	1	2	19	43		
90	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	41	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	46	134	
91	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	44	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	45	138		
92	5	5	2	4	5	3	5	3	5	5	42	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	39	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48	129		
93	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	20	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	13	44		
94	5	5	1	2	4	3	4	4	4	4	36	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47	4	5	3	5	5	5	5	5	5	2	44	127		
95	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	13	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	16	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	12	41		
96	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47	2	3	3	4	5	3	3	3	3	4	33	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	46	126		
97	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	4	5	2	5	4	5	3	4	4	4	40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	137		
98	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	39	5	5	2	5	5	4	3	5	5	5	44	130		
99	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	145		
100	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47	143		

Fuente: bases de datos

VARIABLE 2: COMERCIO INFORMAL

N	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	D1	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	D2	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	D3	TOTAL	
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	12	35	
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	34
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	13	35	
4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	12	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	12	36	
5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	12	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	12	35	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	33	
7	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	16	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	39	
8	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	12	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	33
9	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	35	
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	2	5	5	5	5	1	5	2	5	5	40	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44	133	
11	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	15	38	
12	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	14	37	
13	5	5	5	4	4	4	4	5	1	5	42	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	15	5	5	4	4	2	5	5	4	4	4	42	99	
14	5	1	1	1	1	1	1	1	2	2	16	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	15	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	16	47	
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	13	34	
16	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	34	
17	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	35	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	14	36	
19	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48	2	1	2	1	2	1	1	2	3	3	18	3	3	3	2	2	3	5	2	5	5	33	99	
20	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	33	
21	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	12	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	35	
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	12	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	34	
23	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	13	36	

24	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	12	35
25	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	34
26	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	3	4	1	1	15	38
27	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	15	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	38
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	12	33
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	3	3	4	1	17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	38
30	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	15	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	2	2	2	2	1	1	1	1	2	4	18	44
31	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	12	35
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32
33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	144	
34	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	12	1	1	2	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	12	36	
35	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	14	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	13	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	13	40
36	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	12	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	35
37	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32
38	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	13	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	35
39	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	16	2	4	2	2	2	2	1	1	1	1	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	44
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32
41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4	4	2	2	5	2	5	5	5	5	39	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	31	118
42	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	34
43	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32
44	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	3	4	3	2	18	40
45	3	3	3	1	1	5	1	1	5	1	24	1	1	1	2	1	1	1	1	4	4	17	4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	38	79
46	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	12	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	15	38
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	14	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	14	39
48	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	34
49	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	2	1	5	15	38
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	12	1	1	1	1	1	2	1	1	1	5	15	37
51	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	12	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	37

52	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	13	42
53	1	1	1	2	1	1	1	1	5	4	18	5	5	5	5	5	4	5	1	2	2	39	4	2	2	5	5	5	5	3	5	5	41	98	
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12	34	
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	12	32	
56	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	34	
57	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	45	4	4	4	4	1	2	2	1	1	5	28	4	1	5	4	4	5	4	4	4	4	39	112	
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	13	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	14	38	
59	1	2	2	2	2	5	2	2	2	3	23	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	25	3	3	5	4	5	5	5	5	2	2	39	87	
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	14	35	
61	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	14	36	
62	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	12	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	15	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	38	
63	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3	15	37	
64	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	14	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	36	
65	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	13	35	
66	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	2	1	1	5	15	37	
67	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	34	
68	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	2	1	1	1	2	1	1	1	1	5	16	39	
69	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	19	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	14	2	1	1	1	2	1	1	1	1	4	15	48	
70	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	19	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	15	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	13	47	
71	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	22	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	14	1	1	2	1	1	1	1	3	3	3	17	53	
72	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	40	
73	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	23	1	2	3	1	1	1	5	3	3	3	23	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33	79	
74	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	13	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	35	
75	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	14	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	13	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	12	39	
76	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	15	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	12	40	
77	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	2	1	1	1	1	2	1	5	16	38	
78	2	1	1	1	1	2	5	5	2	1	21	1	1	5	2	1	1	1	4	4	4	24	4	4	1	1	1	2	1	1	2	2	19	64	
79	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	18	1	2	1	2	2	1	2	1	4	1	17	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42	77	

80	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	13	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	15	39	
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	13	33	
82	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	14	36	
83	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	12	2	1	1	2	2	2	1	2	1	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11	39	
84	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	12	34	
85	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	14	1	1	1	1	2	1	1	1	1	11	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	12	37	
86	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	13	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11	35	
87	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	12	35	
88	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	14	37
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	2	4	4	1	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47	89	
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	2	1	1	2	1	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32	
91	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	15	1	1	3	1	2	1	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	39	
92	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11	35	
93	3	3	3	3	5	5	5	1	5	5	38	5	5	2	4	2	4	4	5	4	39	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	40	117	
94	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	13	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	13	38
95	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	26	2	4	4	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	34	97	
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	2	1	1	1	1	2	1	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	32	
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	12	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	33	
98	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11	32	
99	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	13	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	35	
100	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	31	

Fuente: bases de datos

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Fiabilidad cultura tributaria

Confiabilidad de la Cultura Tributaria

		N	%
Casos	Válidos	100	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,982	30

Fuente: base de datos

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Fiabilidad comercio informal:

Confiabilidad del Comercio informal			
		N	%
Casos	Válido	100	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	30

Fuente: Base de datos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Conciencia tributaria								
1	Le hablaron de los valores tributarios.	✓		✓		✓		
2	Los valores tributarios le sirven de algo a usted.	✓		✓		✓		
3	Si cumplimos en pagar impuestos la situación económica mejoraría.	✓		✓		✓		
4	Usted está motivado para pagar sus impuestos.	✓		✓		✓		
5	Los valores tributarios son difundidos por la SUNAT.	✓		✓		✓		
6	La SUNAT te orienta para el pago de tus impuestos.	✓		✓		✓		
7	Creer que se usan bien los impuestos que pagamos.	✓		✓		✓		
8	Consideras a los impuestos justos.	✓		✓		✓		
9	Tiene conocimiento porque es importante tributar.	✓		✓		✓		
10	Le es fácil pagar impuesto (trámite documentario).	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Educación cívica tributaria								
11	Has escuchado acerca de educación cívica.	✓		✓		✓		
12	Aplica la educación cívica en sus actividades comerciales.	✓		✓		✓		
13	Con educación cívica tributaria seremos mejores contribuyentes.	✓		✓		✓		
14	La educación cívica es importante en una sociedad.	✓		✓		✓		
15	Con educación cívica tributaria se reduce la evasión tributaria.	✓		✓		✓		
16	Conoce la importancia de aplicar educación cívica	✓		✓		✓		
17	Aplica la educación cívica tributaria en su vida.	✓		✓		✓		
18	La educación tributaria se enseña en los colegios.	✓		✓		✓		
19	La educación tributaria es importante en una sociedad.	✓		✓		✓		
20	Debemos impulsar la divulgación de educación cívica tributaria.	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 3: Difusión y orientación tributaria		Si	No	Si	No	Si	No
21	Entiende el término de transparencia tributaria.	✓		✓		✓	
22	A usted le sirve aplicar la transparencia tributaria.	✓		✓		✓	
23	Recibe algún tipo de orientación por la SUNAT.	✓		✓		✓	
24	La transparencia tributaria debe ser impulsada por el estado.	✓		✓		✓	
25	La SUNAT Maneja bien la transparencia tributaria.	✓		✓		✓	
26	Revisa Ud. en la web de la SUNAT.	✓		✓		✓	
27	Se actualiza con respecto a sus obligaciones tributarias.	✓		✓		✓	
28	La información tributación es fiable.	✓		✓		✓	
29	Considera que la información tributaria está bien difundida.	✓		✓		✓	
30	Busca información tributaria en los medios de comunicación.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe Suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dra. PONCE YACTAYO DORA LOURDES DNI.....09747014.....

Especialidad del validador.....Dra. ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

.....24.....de.....08.....del 20.....17.....



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL COMERCIO INFORMAL.

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Lugar fijo en la vía pública								
1	Le es rentable tener un lugar fijo en la vía pública.	✓		✓		✓		
2	Tener un lugar fijo en la vía pública le genera más gastos.	✓		✓		✓		
3	Se incrementa los clientes al tener un lugar fijo en la vía pública.	✓		✓		✓		
4	Está de acuerdo en tener una instalación fija en la vía pública.	✓		✓		✓		
5	Los clientes tienen más confianza al tener usted una instalación fija.	✓		✓		✓		
6	Ud. paga seguridad por su establecimiento.	✓		✓		✓		
7	Le es barato en mantenimiento su instalación fija.	✓		✓		✓		
8	Lleva un control de sus gastos.	✓		✓		✓		
9	Es intervenido por la municipalidad de San Juan de Lurigancho	✓		✓		✓		
10	Es intervenido por SUNAT	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: Comercio Ambulatorio								
11	Está interesado en pasar al sector formal.	✓		✓		✓		
12	Con su actividad actual incurre en gastos.	✓		✓		✓		
13	Tener una instalación semi fija es rentable	✓		✓		✓		
14	Está satisfecho con su actividad actual.	✓		✓		✓		
15	El comercio informal genera confianza a los compradores.	✓		✓		✓		
16	Ud. paga algún tipo de impuesto.	✓		✓		✓		
17	Es barato el mantenimiento de su instalación semi fija.	✓		✓		✓		
18	Siente seguridad al realizar el comercio ambulatorio.	✓		✓		✓		
19	Es rentable ser comerciante ambulante	✓		✓		✓		
20	Se encuentra en un lugar estratégico para ventas	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 3: Itinerante		Si	No	Si	No	Si	No	-
21	Es rentable su actividad.	✓		✓		✓		
22	Actualmente incurre en más gastos por este tipo de ventas.	✓		✓		✓		
23	Ser comerciante informal lo limita al solicitar créditos.	✓		✓		✓		
24	Está satisfecho con su actividad informal.	✓		✓		✓		
25	Los clientes tienen más confianza en sus productos que usted vende.	✓		✓		✓		
26	Usted realiza esta actividad todos los días.	✓		✓		✓		
27	Le resulta productivo ser un ambulante informal.	✓		✓		✓		
28	Se siente satisfecho formar parte del vendedor ambulante.	✓		✓		✓		
29	Le gustaría formar parte de la formalidad donde pueda obtener algunos beneficios.	✓		✓		✓		
30	Está mejorando la calidad de vida con la informalidad.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [✓] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dra. DORA PONCE YACTAYO DNI..... 099747014

Especialidad del validador..... Dra-ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

24 de 08 del 2017



Firma del Experto Informante.

Artículo científico

Cultura Tributaria y el Comercio Informal del Mercado Valle Sagrado del distrito

San Juan de Lurigancho 2016

AUTORA: Br. Gladys Cabrera Neyra

gladys_anyeli@hotmail.com

ASESORA: Dra: Dora Ponce Yactayo

Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación que existe entre la cultura tributaria y el comercio informal del Mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho-2016. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental, de corte transversal. La población fue de tipo censal conformada por 100 comerciantes. Se empleó como instrumento los cuestionarios tipo escala de Likert para ambas variables, se realizó la validez de contenido y la confiabilidad. Los resultados de la investigación indicaron que existe una relación inversa entre las variables; $R_s = -0.415^{**}$, interpretándose como moderada relación entre las variables, con un $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$).

Palabras clave: Cultura Tributaria, Comercio informal, Rho de Spearman.

ABSTRACT

The objective of the research was: To determine the relationship between the tax culture and the informally commerce of the Mercado Valle Sagrado district of San Juan de Lurigancho-2016. The research was carried out under a quantitative approach, basic type, descriptive and correlational level, non - experimental, cross - sectional design. The population was of census type conformed by 100 informaly merchants. Likert scale questionnaires were used as an instrument for both variables, content validity and reliability were performed. The results of the research indicated that there is an inverse relationship between the variables;

$R_s = -0.415^{**}$, interpreted as a moderate relation between the variables, with a $\rho = 0.00$ ($\rho < 0.05$). Keywords: Tax Culture, informal merchants, Rho de Spearman.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación a pesar de las desavenencias en cuanto al conocimiento Cultura tributaria existe correlación inversa con los comerciantes informales por lo que podemos decir que esta investigación está dividida por VI Capítulos en el I Capítulo, constan netamente de la introducción de los cuales se encuentran Antecedentes, Fundamentación científica, Justificación, Problema, Hipótesis, Objetivo; en el Capítulo II, comprende del marco metodológico donde se especifica las variables, la operalización de las variables, metodología, tipos de estudio de Diseño, Población, Muestreo, Muestra, Técnicas de instrumento, Método de análisis de datos; en el Capítulo III, capítulo fundamental donde corroborara de verosimilitud que existe entre las variables bajo el programa estadístico SPSS, y las Correlación bajo pruebas estadísticas y dependiendo la finalidad de la investigación; en el Capítulo IV, este capítulo consta fundamentalmente de la discusión del estudio realizado; Capítulo V, Conclusiones; Capítulo VI Recomendaciones; VII Referencias bibliográficas y así, llevando todo este procedimiento podremos conocer meticulosamente la finalidad de esta investigación formulando propuestas en mira de dar solución al problema previamente identificando como lograrlo a corto, mediano o largo plazo.

La cultura tributaria y el comercio ambulatorio a nivel socioeconómico del Perú se ha ido rebasándose a falta de un empleo en la sociedad; ellos buscan el recurso necesario de mantenerse en esta economía económicamente activa únicamente en las actividades más ejecutadas en nuestro país. Loja (2014), en su investigación el comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico tiene como objetivo determinar la incidencia buscando la solución al problema.

La cultura tributaria en cuanto a sus dimensiones Burga (2015), consideró dimensiones tales como; conciencia tributaria educación cívica tributaria y al difusión orientación tributaria UNESCO (1996), Etimológicamente, el termino cultura proviene del Latín *cultus* (cultivado) y *ura* (resultado de una acción).la organización de las naciones unidas para la educación, ciencia y la cultura (Unesco) define a la cultura como un conjunto de rasgos definitivos, materiales, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad y engloba los modos de vid, los derechos fundamentales del ser humano, sus valores tradiciones y creencias y la siguiente variable del Comercio informal: Puesto fijo en la vía pública, comercio ambulatorio, itinerante.

Respecto a la investigación, existen tesis del ámbito nacional e internacional: a nivel internacional Diaz (2015), Loja (2014), Rivera Y Silvera (2012) , Medrano (2011), y en el ámbito nacional: tenemos ha Burga (2015), Mogollón (2014), Perez (2015), Calsina (2013), Quispe (2011), Hanco (2012 -2013).

La investigación tuvo como problema general ¿Que relación existe entre el la cultura tributaria y el comercio informal del Mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho-2016

METODOLOGÍA

El diseño de investigación fue no experimental, con corte transversal. La población está constituida por 100 comerciantes del Mercado Valle Sagrado distrito de San Juan de Lurigancho, es decir la población es igual a la muestra y el muestreo fue no probabilístico intencional. La presente investigación presenta dos variables: La Variable 1: Cultura; Tributaria 2: Comerciante Informal. Así mismo las técnicas e instrumentos de recolección e datos fueron tipo escala de Likert. En el análisis de los datos se utilizó la estadística no paramétrica con Rho de Spearman.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos del tipo Likert, los análisis posteriores a la prueba de hipótesis se basa con la prueba Rho de Spearman ya que los datos son de carácter cuantitativo ordinal, como se observa en la (figura 1 y2) ambas variables tienen relación inversa; el coeficiente cultura tributaria y el comercio informal tiene -0.415 con $P = 0.01 < 0.05$ esto nos indica que hay una predicción moderada significativa. Por lo que en la cultura tributaria el 72 % es eficiente, 15% es moderadamente eficiente, 13% es deficiente; en cuanto a la (figura 2) el comercio ambulatorio es deficiente el 86%, moderadamente eficiente es el 9%, solo eficiente es el 5%.

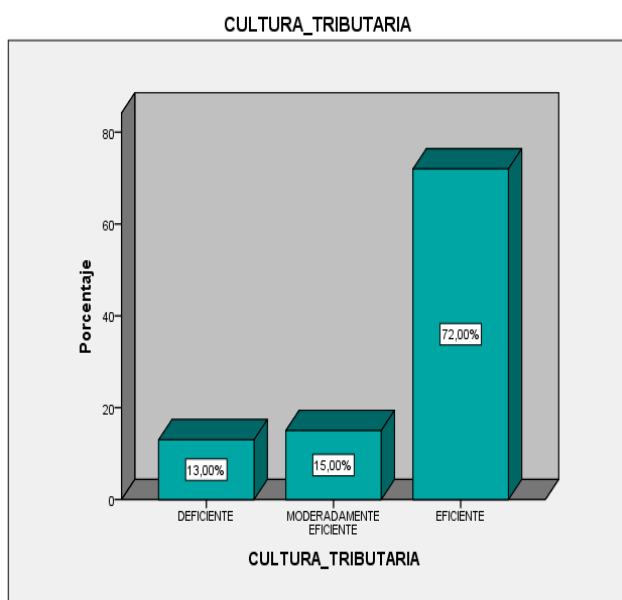


Figura 1. Niveles de la cultura tributaria

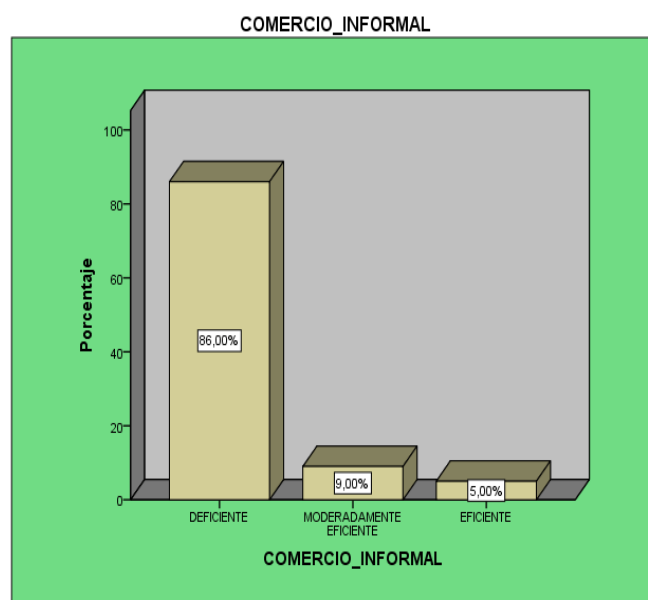


Figura 2. Niveles del comercio informal

DISCUSIÓN

Después de una travesía de procedimientos estadísticos donde nos da a conocer el grado de relación entre las variables por el cual nos ayudará a reconocer en la investigación que la cultura tributaria y los comerciantes informales están relacionados inversamente; por el cual ha requerido una serie de procedimientos estadísticos mediante la confiabilidad y la correlación. Ya que por ende sus dimensiones de cada variable ayudarán a esclarecer la

investigación en los cuales concatenarán dando como resultado desde una baja relación hasta una relación moderada entre sí. Identificando ambas variables; cultura tributaria y el comercio informal tienen relación inversa significativa ya que por desconocimiento los comerciantes informales desconocen la implicación que lleva al no estar en el régimen de la formalización.

Así mismo coincide con el trabajo de Mogollón (2014) en su investigación cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo; con una muestra de 313 comerciantes, determinó que la cultura tributaria y los comerciantes existe una correlación baja; ya que con el estudio queda evidenciado que el contribuyente no lleva su obligación del pago al tributo como algo inherente en la ciudadanía. Así mismo Pérez (2015), en su investigación cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial Albarracín –Trujillo; determinando su grado de correlación inversa entre la cultura tributaria y la evasión de los comerciantes informales; por lo que a menor nivel de cultura tributaria mayor evasión de los comerciantes informales.

Esto se debe más aun por nuestros padres llamado gobierno; partiendo desde ahí se ha designado una tendencia de la falta de simetría de información, etc. Ya que por ello se ve reflejado las carencias existentes en nuestro distrito; en cuanto a valor informativo en el Insitu a investigar. En medida de esta investigación del porqué los comerciantes informales; y su incidencia de la formalidad a la informalidad teniendo un lugar fijo en la vía pública, comercio ambulante y/o itinerante ya que ha generado que los comerciantes al trabajar toda la semana en Insitu se adueñan del espacio público; Que cuando llega temprano otro comerciante a trabajar los expulsan creando conflictos de diversas índole ya sea verbal o físico.

Según Loja (2014), en su investigación del comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes de la ciudad de Ambato señaló que esta incidencia socioeconómica de los comerciantes buscan alternativas de solución para llevar el día a día en sus hogares y establecerse ya sea en un lugar fijo en la vía pública, comercio ambulante, itinerante. Esto lleva una grave y desleal formalismo; partiendo de la informalidad por desconocimiento de tener un espacio con todas las reglas y normativa del comerciante por el cual genera esta relación inversa entre cultura tributaria y comercio informal y sus dimensiones contrastando ambas variables con los resultados estadísticos ya que es prueba del grado de relación que tienen las variables.

Observando los resultados del grado de confiabilidad que presenta mi investigación he; efectuado una prueba piloto de 100 comerciantes del Mercado Valle Sagrado. Prueba que tiene como finalidad la aceptación de este proyecto de investigación aplicando la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach para ambas variables dando como resultado: cultura tributaria con 0.982 de confiabilidad; comercio informal: con 0.978 de confiabilidad; lo cual indica que es aceptable “La confiabilidad puede definirse como la usencia relativa de errores de medición de un instrumento de medición (kerlinger, 2002, p.583).

En cuanto a la referencia de Pérez (2015), en su tesis cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial albarracin; concluye que existe una correlación inversa entre la cultura tributaria y la evasión de impuesto de los comerciantes informales. Como podemos señalar que al realizar la prueba de la cultura tributaria con relación a los comerciantes ambulantes obtuve como resultado una alta confiabilidad del cual me confirma que puedo seguir mi investigación que los datos son verídicos; es más obteniendo resultados con el estadístico rho de spearman dando así resultados concluyentes en mi investigación de tipo Likert ya que con la prueba Rho de Spearman los datos son de carácter cuantitativo ordinal, por lo que tienen relación inversa; por lo tanto la cultura tributaria y el comercio informal tienen un coeficiente de -0.415 por lo que nos indica que hay una predicción moderada y significativa para ambas variables.

Identificación del grado de relación que tiene cada una de las dimensiones de la cultura tributaria con la variable comercio informal;

- Por su parte Burga (2015), en su investigación cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra Concluye: que la falta de atención adecuada de la conciencia tributara en nuestro país, no permite cumplir con la programación de las obligaciones tributarias; falta de sensibilización de los contribuyentes en el aspecto cultural y ético. Por lo que en nuestra dimensión de la conciencia tributaria y comercio informal mide el grado de relación que tiene mediante los resultados estadísticos que nos da como resultado una relación baja de -0.320 con coeficiente del $P= 0.01 < 0.05$; lo cual implica que ambas pueden manejarse para la predicción del grado de conciencia que existe en los trabajadores del mercado Valle Sagrado en su totalidad de la población. Por lo tanto; aceptamos la hipótesis: **Ha:** Existe

relación baja entre la conciencia tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho.

- Educación cívica tributaria y el comercio informal tiene una relación baja -0.351 con un $P=0.01 < 0.05$ lo cual es significativo con predicción para el modelo según el estadístico Rho de Spearman por lo tanto podemos decir que aceptamos: **Ha:** Existe relación baja entre la educación cívica tributaria y el comercio informal en el mercado Valle Sagrado San Juan de Lurigancho 2016. Por su parte Quispe (2011), en su investigación titulada política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi; señala que los comerciantes debido a una inadecuada política tributaria, en la implementación de programas en educación tributaria que se realiza tienen poca cultura tributaria. Cruzado (2014), en su investigación factores asociados a la informalidad de los comerciantes informales de verduras; señaló baja escolaridad.

- Por su parte Rivera y Silvera (2012), en su investigación formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona cantón el milagro- ecuador consideró que la falta de conocimiento del proceso de formalización tributaria con una muestra de 298 comerciantes; concluye que la falta de capacitación y formación en los comerciantes informales genera un alto desconocimiento de las obligaciones tributarias, fomentando así la irregularidad del control contable que se pierde en los esquemas fiscales del servicio de rentas internas; ya que la falta de una educación tributaria crea actitudes de incumplimiento en las zonas fiscales. Por lo que en nuestros resultados de la difusión orientación tributaria y el comercio informal tienen correlación moderada con el $P=0.01 < 0.05$; en mi muestra censal de 100 comerciantes del mercado Valle Sagrado 2016 San Juan de Lurigancho. Exactamente como señala en la hipótesis; se acepta: **Ha:** Tienen relación moderada entre la difusión y orientación tributaria y el comercio informal del mercado valle sagrado distrito San Juan de Lurigancho en su totalidad.

BIBLIOGRAFIA

- Alva, P. (1995) *Análisis Tributario*. Recuperado de:
<http://block.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-losmecanismos-para-crearla/>.
- Amasifuen, R. (2015). *Importancia De La Cultura Tributaria*, Revista Accounting power for busines. Recuperada de: <file:///C:/Users/impres/Downloads/464-2459-1-PB.pdf>.
- Armas y Colmenares, (2010). *Educación Para El Desarrollo Del A Cultura Tributaria*. RED HECS: Revista electrónica de humanidades Educación y comunicación Social. Recuperada de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Burga, A. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra*. Lima, Perú, Universidad católica
 Recuperada de:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1577/1/burqa_ame.pdf.
- Calsina, A. (2013), *Evasión Tributaria En Los Comerciantes Del Mercado Santa Rosa De La Ciudad De Azángaro Y Su Incidencia En La Recaudación Tributaria*. Universidad Del altiplano, Puno, Perú. Recuperada de:
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/859/browse?type=dateissued>
- CCL. *Cámara De Comercio De Lima* 2017. Recuperado de:
<http://www.camaralima.org.pe>
- De las mercedes, P. (2010). *Conciencia tributaria en los contribuyentes del sector parcelas*. Recuperado de:
<https://es.scribd.com/document/229011392/Fatima-Mercedes-Perez>.
- Díaz, M. (2015). *Comercio informal como una forma de crecimiento económico para las familias de escasos recursos en la ciudad de el alto*. Universidad Mayor

de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de:
<http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6561/T-2150.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

EMEI. (2014) *Estudio de Monitoreo De La Economía Informal. Investigación de; vendedoras y vendedores ambulantes de lima metropolitana*. Recuperado de: <http://espanol.wiego.org/mujeres>

Feige, H. (1990). *Economía informal abarca las actividades económicas*. Recuperada de:
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6091/S0411855_es.pdf;jsessionid=962C7E65EAA045E4F083404A844B8E7F?sequence=1

Golía, J. (2003). *SENIET: Evasión cero. Revista dinero 180*. Recuperado de:
[Venezuela.disponibleenhttp://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos](http://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos).
Consulta: 2007, Diciembre 21.

Gómez y Macedo (2008). *Difusión y orientación en la cultura peruana y su influencia en el sistema educativo peruano*. Artículo: Investigación Educativa. Recuperada de:
http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2008_n21/a11v12n21.pdf.

Hanco, L. (2013). *Cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional San José*. Universidad Altiplano, Puno, Perú. Recuperada de:
<http://docplayer.es/18690203-Universidad-nacional-del-altiplano.html>

Hernández, F. (2014). *Metodología de investigación*. México (5.^a edición) Recuperada de:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf. Editorial McGRAW-HILL

- Hays-Mitchell, M. (1993) Los Ambulantes Informales en el Perú. *revisit Theties bind*, 25(2). Informal and formal sector linkages in streetvending Recuperada de: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1068/a310251>
- Loayza, N. (2005). *Estudios Económicos*. Recuperado El 28 De Noviembre De 2013, De Causas Y Consecuencias De La Informalidad En El Perú, Recuperada de: [http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios Economicos/15/Estudios- Economicos-15-3.pdf](http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf).
- Méndez. M. (2004). Cultura Tributaria, Deberes y Derechos vs. Constitución de 1999, *Revista: Espacio Abierto*,13(1), enero-marzo. Recuperado de: [http://www.ecoambienteydesarrollo.org/revista/ojs/index.php/novum/article /view/62/culturatributaria](http://www.ecoambienteydesarrollo.org/revista/ojs/index.php/novum/article/view/62/culturatributaria).
- Medrano, J. (2011), *Comercio informal organizado en monterrey nuevo león*, México. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/3572/1/1080256590.pdf>
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo*. Universidad de la Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Recuperada de: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/341/1/TL_Mogollon_Diaz_Veronica.pdf
- MINEDU (Ministerio de Educación 2005). *Diseño curricular nacional*. Lima. Recuperada de: <http://www.minedu.gob.pe>(Estructura y funcionamiento del sistema educativo peruano).
- MLM. (Municipalidad Metropolitana de Lima). *Ordenanza 002-1985*, Establece el pago del sistema impositivo del Servicio Ambulatorio (SISA), como una tasa por el espacio urbano que ocupan los comerciantes, si bien esta tasa ya no se paga en Lima Cercado. Recuperada de: <http://www.wiego.org/sites/default/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>

- Pérez, M. (2015). *Cultura tributaria y su relación con la evasión tributaria de los comerciantes ferreteros del área comercial denominada Albarracín Trujillo*. Universidad nacional de Trujillo. Recuperada de: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4872/perezmantilla_diana.pdf?sequence=1
- Quispe, J. (2011). *La Política Tributaria y su influencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna. Recuperada de: <https://es.scribd.com/document/245695968/25-Quispe-Cani-DJ-FCJE-Contabilidad-2012>
- RAE. Diccionario de la real academia de la lengua española 2001, (22.^a edición). Recuperada de: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/diccionarios-antiores-1726-2001/diccionario-de-la-lengua-espanola-2001>.
- Rivera y Silva (2012). *Formalización tributaria de los comerciantes informales en la zona central del cantón milagro*. Universidad Estatal el milagro, Ecuador. Recuperada de: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/349>.
- SAT. (2010). Superintendencia Administrativa Tributaria. *Guía de seminario de cultura tributaria*. Guatemala, Guatemala. Recuperado de: <http://www.mineduc.gob.gt/DIGECADE/documents/seminario2010%20-%20SAT%20MANUAL%20SEMINARIO%20SAT.pdf>
- Sierra, (2007). en su *teoría técnicas de investigación social*. Madrid, España. Recuperado de: www.ub.edu/.../tecnicas_recursos_elaboracion_tesis_doctorales_bibliogr.
- Solórzano, D. (2013), *La cultura tributaria es un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/sendocbib/con4uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/sendocbib/con4uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf).

Soto, H. (1989). *El Otro Sendero* (9.ª edición) Bogotá, Colombia: Editorial Diana.

UNESCO. (1996), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. París, Francia. Recuperado de: www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/cultura/culture-and-development/

Universidad Beloso (2009), Características, elementos, de la cultura tributaria referidas a valores conocimiento y actitud. (6.ª edición), Recuperada de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

Villena, L. (2014). *Comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal la merced de la ciudad de Ambato*, Universidad de Ambato, Ecuador. Recuperada De: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/20859>

Vejarano, A. (2008), Por una nueva cultura tributaria. Lima, Perú. Revista tributaria, Recuperada de: http://www.aele.com/analisis_tributario_abril_2008

Veleda S. (2006), El comercio callejero y la nueva geografía cultural, una propuesta teórica. *Barcelona, España*. Recuperada de: [file:///C:/Users/luxius/Downloads/32073-32090-1-PB%20\(1\).PDF](file:///C:/Users/luxius/Downloads/32073-32090-1-PB%20(1).PDF)

RECONOCIMIENTOS

A las Instituciones que apoyan a las asociaciones de comerciantes para que, se haga realidad el acceso tener un trabajo estable con la posibilidad de tener un lugar fijo y establecido para tener una mejor calidad de vida y a mi asesor, por el apoyo para realizar la presente investigación.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, DORA PONCE YACTAYO, docente de la Facultad Maestría en Gestión Pública y Escuela Profesional Post Grado de la Universidad César Vallejo San Juan de Lurigancho (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "Cultura Tributaria y el Comercio Informal del Mercado Valle Sagrado Del distrito San Juan De Lurigancho 2016", del (de la) estudiante Gladys Cabrera Neyra, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, San Juan de Lurigancho 22-02-2019



[Handwritten signature]

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 09747014

	Dirección de Investigación	Revisó		
---	----------------------------	--------	---	---



Cultura tributaria y el comercio informal del mercado Valle Sagrado del distrito San Juan de Lurigancho 2016

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN GESTION PÚBLICA

AUTORA

Br. Cabrera Neyra Gladys

ASESORA

Dra. Dora Lourdes Ponce Yactayo


SECCIÓN

Ciencias empresariales

Navigation icons: Home, Check, Edit, Grid, 22, Filter, Prohibit, Download, Info

Todas las fuentes		X
Coincidencia 1 de 153		
Entregado a Universida...	Trabajos del estudiante: 59 trabajos	11 %
www.amealco.gob.mx	Fuente de Internet	1 %
repositorio.utp.edu.pe	Fuente de Internet	1 %
equipoverdeinvestigaci...	Fuente de Internet	1 %
www.readbag.com	Fuente de Internet: 2 URL	1 %
www.sanmateoatenco...	Fuente de Internet	1 %
informalidadupt.blogspot...	Fuente de Internet: 10 URL	1 %
fr.slideshare.net		1 %

Excluir fuentes

 <p>UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	<p>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</p>	<p>Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1</p>
---	--	---

Yo **GLADYS CABRERA NEYRA**, identificado con DNI N° 80472771, egresado de la Escuela Profesional de Post Grado de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado " **CULTURA TRIBUTARIA Y EL COMERCIO INFORMAL DEL MERCADO VALLE SAGRADO DEL DISTRITO SAN JUAN DE LURIGANCHO 2016**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 80472771

FECHA: 22 de 02 del 2019

				
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	VICERECTORADO DE INVESTIGACION



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

MIGUEL ANGEL PÉREZ PÉREZ

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

GLADYS CABRERA NEYRA

INFORME TÍTULADO:

**CULTURA TRIBUTARIA Y EL COMERCIO INFORMAL DEL MERCADO
VALLE SAGRADO DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO 2016**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN GESTION PUBLICA

SUSTENTADO EN FECHA: 22 -SET-2017

NOTA O MENCIÓN: 14



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN