



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado “AZ”,  
Chiclayo

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORAS:**

Bustamante Sánchez, Hermila Yulisa ([orcid.org/0000-0003-3548-0756](https://orcid.org/0000-0003-3548-0756))

Leiva Vásquez, Eylin Marily ([orcid.org/0000-0002-2295-2825](https://orcid.org/0000-0002-2295-2825))

**ASESORES:**

Mg. Ríos Incio, Manuel Igor ([orcid.org/0000-0001-6690-369X](https://orcid.org/0000-0001-6690-369X))

Mg. Suarez Santa Cruz, Liliana del Carmen ([orcid.org/0000-0003-2560-7768](https://orcid.org/0000-0003-2560-7768))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Tributación

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**CHICLAYO-PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

A mis padres Wilmer y Marleny, que se ven involucrados en mi desarrollo personal y profesional, porque gracias a ellos y su amor incondicional me motivan a seguir adelante.

A mis queridos abuelos, quienes me enseñaron hacer una persona disciplinada y practicar buenos valores.

### **Eylin Leiva**

A mi amada madre Elisa, por enseñarme con humildad, trabajo, perseverancia que todas las metas que me proponga se puedan lograr.

A mi querido hijo Yeiko, porque es uno de mis motivos a seguir adelante, por enseñarme nuevas cosas en mi vida.

A mis queridos abuelos Hermila y Norvil que están en el cielo, porque aprendí muchos valores de ellos, sobre todo el respeto, la honradez y la honestidad

### **Yulisa Bustamante**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, doy gracias a Dios por la dicha de mantenernos saludables y darnos la oportunidad de seguir adelante todos los días, por haber puesto en nuestro camino a buenas personas que nos apoyaron durante este periodo.

Gracias a mis padres por creer en mí, por brindarme su amor y apoyo en todo momento.

Gracias a la Universidad César Vallejo por darnos la oportunidad de adquirir conocimientos del mejor profesorado y finalizar con éxito la carrera de contabilidad.

### **Eylin Leiva**

Agradezco primeramente a Dios por llenarme de muchas bendiciones y permitirme culminar mi carrera.

Asimismo, agradezco a mi madre Elisa y mi hijo Yeiko, por apoyarme en todo momento, por no dejarme y estar junto a mi persona a pesar de las diferentes circunstancias, por enseñarme a ser mejor persona día a día.

### **Yulisa Bustamante**

## Índice de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA .....	14
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización .....	15
3.3. Población, muestra y muestreo .....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	16
3.5. Procedimientos .....	17
3.6. Métodos de análisis de datos .....	17
3.7. Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN.....	37
VI. CONCLUSIONES .....	41
VII. RECOMENDACIONES .....	42
REFERENCIAS .....	43
ANEXOS.....	50

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Respuestas del cuestionario N°1</i> .....	18
Tabla 2. <i>Nivel de Cultura Tributaria</i> .....	19
Tabla 3. <i>Respuestas del cuestionario N° 2</i> .....	22
Tabla 4. <i>Recaudación de Impuestos</i> .....	23
Tabla 5. <i>Nivel de recaudación de impuestos por SUNAT (Millones de soles)</i> .....	26
Tabla 6. <i>Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables</i> ....	28
Tabla 7. <i>Estrategia N° 1. Charlas y capacitaciones</i> .....	29
Tabla 8. <i>Apoyo social para transmitir la tributación a los comerciantes</i> .....	31
Tabla 9. <i>Formalización de los negocios de los comerciantes del mercado AZ</i> .....	32
Tabla 10. <i>Creación de redes sociales más usados y disponible</i> .....	33
Tabla 11. <i>Educación electrónica de pagos y revisión de información</i> .....	34
Tabla 12. <i>Percepción del destino de los impuestos y la administración tributaria</i> .35	
Tabla 13. <i>Presupuesto de la implementación de las estrategias</i> .....	36

## Índice de figuras

Figura 1. <i>Nivel de cultura en los comerciantes del mercado AZ</i> .....	20
Figura 2. <i>Educación Tributaria</i> .....	20
Figura 3. <i>Conciencia Tributaria</i> .....	21
Figura 4. <i>Análisis de la recaudación de impuestos</i> .....	23
Figura 5. <i>Legislación Tributaria</i> .....	24
Figura 6. <i>Ingresos de los impuestos</i> .....	25
Figura 7. <i>Materia gravada</i> .....	25
Figura 8. <i>Ingresos recaudados por la SUNAT, 2018-2021</i> .....	27

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como principal objetivo determinar el nivel de cultura tributaria y su relación con la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo. La investigación adoptó un método cuantitativo de tipo descriptiva-correlacional con diseño no experimental, la población de investigación estuvo conformada por 92 comerciantes del mercado AZ, Chiclayo, como técnica se utilizó la encuesta y el análisis documental y como instrumentos el cuestionario y las fichas documentales. Como principales resultados se encontró que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes es bajo representado por el 54%, mientras que el nivel de recaudación de impuestos también se encontraba con un nivel bajo, con un 59%, lo que significó que se tiene que mejorar las percepciones y valores en los comerciantes. Por otro lado, se concluyó logrando medir la relación existente entre las variables de estudio, por medio de la prueba estadística Spearman obtuvo un resultado del  $r = 0,745$ . Lo que significó que la correlación fue alta positiva y el p valor =  $0,00 < 0,01$ , tuvo un nivel alto significativo. Así mismo se desarrolló un conjunto de estrategias y recomendamos tomar en cuenta para su posterior aplicación en participación de los socios estratégicos planteados.

**Palabras clave:** Cultura tributaria, Impuestos, recaudación.

## Abstract

In the present research work, the main objective was to determine the level of tax culture and its relationship with the tax collection of the "AZ" market, Chiclayo. The research adopted a descriptive-correlational quantitative method with a non-experimental design, the research population was made up of 92 merchants from the AZ market, Chiclayo, as a technique the survey and documentary analysis were used and as instruments the questionnaire and the documentary files . As main results, it was found that the level of tax culture of the merchants is low represented by 54%, while the level of tax collection was also at a low level with 59%, which meant that it has to be improved. perceptions and values in merchants. On the other hand, it was concluded that the relationship between the study variables was measured, through the statistical test Spearman obtained a result of  $r = 0.745$ . Which meant that the correlation was high positive and the  $p$  value =  $0,00 < 0.01$ , had a significant high level. Likewise, a set of strategies was developed and we recommend taking them into account for their subsequent application in the participation of the proposed strategic partners.

**Keywords:** Tax culture, taxes, collection

## I. INTRODUCCIÓN

Desde antaño los grandes imperios, reinados, industrias y gobiernos ha venido realizando la recaudación de impuestos sobre los ingresos que perciben los ciudadanos y graban los bienes y/o servicios, para el cual han diseñado un conjunto de leyes, normas y mecanismos de cobro. Sin embargo, con el pasar de los años se ha venido identificando niveles altos a medios de recaudación de los impuestos, debido a que se ha degenerado la cultura tributaria en los ciudadanos, por diferentes factores como el incremento de nivel de corrupción, carencias sociales relacionados a la educación, salud, mercantil, transporte y comunicaciones. Sumándole a ello la falta de representación por los gobernantes elegidos, que ha venido siendo un problema en todo el territorio de América Latina. Por el cuál Colloza (2019), en un estudio realizado, mostró que en países latinoamericanos existe un sistema tributario completamente regresivo, con una mayor evasión y elusión tributaria que cuestan millones de dólares que bien podrían invertirse para erradicar la pobreza y la desigualdad, en los últimos años se estimó una reducción en la recaudación de impuestos entre el 27% y el 65% del impuesto a la renta.

De igual manera, Ledezma (2021), indicó que los ciudadanos de la ciudad de México cuentan con un nivel de percepción muy bajo en relación a la recaudación de impuestos, debido a que no confían en la forma de gobernar de sus políticos, excesiva carga de cobro, falta de información, desconocimiento de los impuestos que existen, y sobre todo la conciencia tributaria respecto a la importancia y beneficios que le brindan al país.

Ante dicha problemática un artículo emitido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2021), acotó que en el foro realizado el 19 de mayo del 2018, los socios participantes decidieron crear el programa “decisión de Punta del Este”, que consistió en maximizar la distribución información tributaria, reestructuración de regimenes, normas y leyes con el fin de frenar la corrupción, evasión y elusión tributaria, con el fin de mejorar el nivel de recaudación de impuestos en America Latina. Así mismo, O` Boyle (2020), menciona que la pandemia del covid -19 ha sido un factor que se sumó al bajo nivel de recaudación de impuestos en los periodos 2020 y que afectarían a los siguientes

años más, ante dicha situación más de nueve países latinoamericanos incluidos Perú optaba por incrementar la tasa de cobro de impuesto con el fin de incrementar la recaudación y hacerle frente a las finanzas de cada país, sin embargo el analista Pérez, indicó que hacer proclamar dichos cambios generaría mayor caos tributarios, ya que antes de la pandemia se venía luchando contra la corrupción y evasión fiscal así con un nivel bajo de cultura tributaria. Haciendo incapie desde el periodo 2020 la recaudación disminuyó en un 35.5% según la OCDE.

Por otro lado, Helhel y Yazeed (2018), mencionaron en su artículo, que en la ciudad de Yemen, los factores que influían en el bajo nivel de recaudación de impuestos provenida de la percepción de los ciudadanos, tasas altas de cobro, sistema impositivo injusto que graba sus ingresos, poca información de parte de la administración tributaria, lo que generaba una reacción negativa hacia el estado y reclamaban sin hacer el pago de sus impuestos.

Respecto al ámbito nacional, en marzo del año 2020 la Superintendencia de Administración Tributaria del Estado supervisó la recaudación del impuesto central por S/. 7786 millones, cifra que representó disminución real de 17.9% con respecto a marzo de 2019, además indicó que la tributación interna disminuyó 18.5% debido a que algunas personas y entidades no pagaron impuestos. Por su parte, el Ministerio de Economía y Finanzas, [MEF] (2021), indicó que las pérdidas fiscales se deben principalmente a la falta de información tributaria y financiera por parte de las autoridades tributarias, el uso indebido de operaciones elusivas para reducir impuestos y el aumento de la informalidad, resultando en pérdidas que representan aproximadamente el 8% del Producto Bruto Interno (PBI) (S / 69,106 millones).

Así mismo, Vásquez (2021), quien realizó un análisis del nivel de cultura tributaria con los ciudadanos de Surquillo, en donde los principales factores que influían en nivel bajo fue el desconocimiento de temas tributarios, desconocían cuales eran sus obligaciones, percepción negativa del gobierno peruano. Así como los niveles de ingresos de los pobladores eran moderados, pero no contaban con servicios básicos, como luz, desagüe, postas médicas.

A nivel Institucional, el mercado AZ, Chiclayo es un centro de abastecimiento zonal de tipo minorista que alberga 500 puestos fijos y tiene 350 puestos activos permanentemente, asimismo es un ente perteneciente a una asociación de pequeños comerciantes, dio inicio a sus actividades comerciales el 27 de octubre del año 1984, identificado con N° RUC 20105833904, tiene como principales clientes a toda la población en general , con sus 38 años de existencia ha tenido una buena acogida en su comunidad y ha ido aumentando sus ingresos, sin embargo, debido a que existe una deficiencia de cultura tributaria en los comerciantes, afectando así la recaudación de impuestos del mercado. Ante lo mencionado, el Mercado AZ, Chiclayo se necesitó mejorar el nivel de la cultura, por lo que se considera conveniente desarrollar estrategias para mejorar el nivel de cultura tributaria de los contribuyentes.

Para la presente investigación se planteó la siguiente pregunta ¿Existe una relación directa entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo?

Respecto a la justificación, en esta investigación en el campo social es necesaria para todos, porque con estos aportes se ayudará a concientizar a las personas de que el aporte de la tributación generará una mayor inversión y un mayor impacto en nuestro país. En el campo práctico, en esta investigación se analizará la relación directa que hay entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos con la finalidad de satisfacer las necesidades básicas de los contribuyentes. En el campo teórico, esta investigación se convertirá en el contexto de futuras investigaciones y profesionales en el campo, para perfeccionarse sobre la materia.

Por el cual se consignó como principal objetivo: determinar la relación entre cultura tributaria y la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo, y los objetivos específicos fueron: identificar el grado de cultura tributaria en el mercado "AZ", analizar la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo, medir la relación de cultura tributaria y la recaudación de impuestos del Mercado "AZ" y diseñar estrategias para mejorar la cultura tributaria del Mercado "AZ".

Por otro lado, se formuló las siguientes hipótesis para responder al problema o pregunta de la investigación: H1: Existe una relación positiva directa entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo. Y H0: Existe una relación negativa indirecta entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo.

## II. MARCO TEÓRICO

En el presente trabajo de investigación se consideró antecedentes estrechamente relacionados con el problema de investigación. En relación al ámbito internacional, en Ecuador Mejillón (2019), en su estudio titulado *“La Cultura tributaria y el pago de. Obligaciones fiscales. de los comerciantes del mercado municipal del cantón.* Tuvo como motivo analizar la cultura tributaria mediante pago de las. obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado Municipal. Entre las conclusiones señaló que el 54% desconoce de las obligaciones tributarias en relación al monto a pagar, evidenciándose la falta y desconocimiento de cultura tributaria en los comerciantes.

En Indonesia, Meidawati y Nurul (2019), realizaron una investigación *“Factores que influyen en la recaudación de impuestos y cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes”*, consignaron como objeto de estudio, conocer los factores que influyen en el cumplimiento de la declaración tributaria de un contribuyente individual. El que cual les permitió concluir identificando que dichos factores que influían negativamente en la recaudación y cumplimiento de impuestos fueron: bajo nivel de conocimiento tributario, falta de conciencia y valores fiscales, procedimientos de pago y castigos tediosos impuestos por la hacienda. Así mismo indicaron que si mejora la conciencia y valores tributarios en los comerciantes influiría positivamente en el incremento de la recaudación y cumplimiento de impuestos.

Así mismo en Colombia, Camacho y Patarroyo (2017) en su investigación titulada *“Cultura tributaria en Colombia”*. Donde su objetivo fue analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia. Como conclusión obtuvo que, para tener un crecimiento en la cultura tributaria en Colombia, los contribuyentes deben estar constantemente informados sobre normas y procedimientos tributarios vigentes. Por otro lado, Lopo y Coehlo (2019), realizaron un estudio acerca de *“La moral fiscal en la ciudadana brasileña: caso empírico”*. Consignaron como principal objetivo identificar el nivel de relación entre la moral fiscal y cumplimiento con la legislación de impuestos. Dentro de las principales conclusiones, mencionaron que existe un nivel medio de moral fiscal, donde el genero femenino fue el que más destacó, así como el nivel de educación,

el cual define que mayor moral fiscal, mayor será el nivel de cumplimiento de las obligaciones fiscales.

En Ghana, Peprah y Duah (2020), incurrieron en una investigación "*Nivel de cumplimiento del impuesto sobre la renta entre las micro, pequeñas y medianas empresas de Ghana*", plantearon como objeto de estudio conocer el nivel de cumplimiento del pago del impuesto a la renta en lo mypes. Quienes concluyeron, que los pequeños empresarios tenían un déficit en conocimiento tributario, el estado no brindaba información constante, existía una tasa alta al impuesto que graba sus ingresos, el cual generaba un incumplimiento de hasta el 65% en los empresarios. Seguido de Soka (2020), elaboró un informe de tesis "*Factores que influyen en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes de Moshi*", consignó como principal objetivo medir la influencia de los factores en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Dentro de sus principales conclusiones mencionó que la muestra observada no contaba con conocimiento tributario, consideran que las tasas son elevadas y que debería realizarse una reforma, sin embargo, demostraron tener un nivel medio alto en la intención de pago y conciencia tributaria.

En África, Ligomeka (2019), en su estudio titulado "*Mobilización de recaudación de ingresos fiscales en Malawi*", tuvo como finalidad determinar el desempeño de la recaudación de los ingresos fiscales en Malawi. En conclusión, mostró que los países de bajos ingresos, tenían los impuestos directos promedio alrededor del 30% del total de impuestos, entre 1980 y 2015. Mientras que el ingreso total en la década de 1980 fue del 40%, aumentó al 48% en 1990 y descendió al 44% en la década de 2000.

En el ámbito nacional, Campos (2019), en su investigación titulada "*Cultura tributaria de los comerciantes de Abarrotes del mercado central de Huaraz*", el objetivo general fue determinar la cultura tributaria de los contribuyentes en el Mercado Central de Huaraz. Concluyó que, el 80% de las personas cree que el gobierno peruano no ha implementado completamente los impuestos recaudados, el 40% de las personas piensa que no sabe que está evadiendo impuestos al no proporcionar documentos tributarios, el 73% de los ciudadanos niega que les hayan

brindado orientación cultural en la SUNAT, el 67% de los encuestados dijeron que aceptaron recibir capacitación tributaria de la SUNAT. Por otro lado, Contreras (2019), en su estudio de tesis titulada *“La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Ilave”*, con la finalidad de evaluar el nivel de cultura tributaria y de qué manera se relaciona con el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la recaudación de impuestos. Dando como conclusión, que existe un nivel deficiente de cultura tributaria en los contribuyentes del Mercado Central Ilave y en gran parte se debe a la falta de conocimientos en temas tributarios, además las instituciones públicas no realizan actividades de concientización.

Así mismo, Mesia (2018), realizó un estudio titulado *“Incidencia de la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta en el mercado minorista de Pucallpa”*, consignó como objetivo general medir el nivel de incidencia entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos. Quien concluyó, mencionando que existía una incidencia regular directa analizado por medio del coeficiente de spearman de 0.613, lo que significó que si se incrementa la cultura tributaria tendrá un impacto positivo en la recaudación de impuestos. Del mismo modo, Gonzales y Gutierrez (2021), en la investigación titulada *“Relación de la cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado Francisco Morales”*, plantearon como objetivo del análisis, determinar la relación de las variables en estudio. Dentro de sus principales conclusiones mencionó, que si existía una relación directa entre las variables con un valor de  $p= 0.727$  en la escala de Spearman, así mismo indicó que los comerciantes contaban con un conocimiento tributario bajo, carecían de valor y conciencia tributaria por desconfianza de la forma de administración del gobierno peruano.

En el ámbito local, Monje y Piscocoya (2021), en su tesis titulada *“Relación entre cultura tributaria y nivel de recaudación de impuestos. en comerciantes del mercado Santa Lucia Ferreñafe 2020”*. Como finalidad condujo a determinar el nivel de correlación entre la Cultura Tributaria. y la Recaudación de Impuestos. Dando como conclusión que existe una relación significativa, directa entre cultura tributaria y recaudación de impuestos, donde mostró que la recaudación de impuestos es baja,

en gran parte se debe a la falta de conocimientos en temas tributarios, además las instituciones públicas no realizan actividades de concientización.

En Chiclayo, Fernández (2020), en su tesis titulada "*Cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado modelo, Chiclayo 2018*", tuvo como objetivo general determinar el nivel de cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos. Concluyendo que el 61% de los encuestados está insatisfecho con los impuestos y recurre a las regulaciones fiscales, el 15% de los encuestados dijo que casi siempre lo hacen, y otro 16% dijo que a veces lo hacen, el 2% dijo que rara vez lo hacen, mientras que el 6% dijo nunca lo han hecho.

Para el desarrollo de la investigación se realizó una exhaustiva revisión literaria de las variables en observación, en los siguientes párrafos se desarrollará las teorías relacionadas de las variables cultura tributaria y recaudación de impuestos.

Se define la cultura tributaria con Amasifuen (2016), quien menciona que es un grupo de capacidades, aptitudes y comportamientos compartidos por el entorno social de un país en materia tributaria, asumiendo lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de sus impuestos, está determinada por dos aspectos, el primero es el aspecto legal, en la cual si los contribuyentes no cumplen con el pago de sus impuestos pueden ser sancionados o multados por el incumplimiento de sus obligaciones, el segundo es el aspecto ideológico que atribuye al nivel de satisfacción de los ciudadanos respecto a sus aportes que ellos hacen, verifican si los recursos están siendo utilizados de manera correcta e invertidos para mejorar el país.

Según la SUNAT (2020), define la cultura tributaria como el conjunto actitudes, conocimientos y valores que adquiere un individuo que participa activamente en la sociedad en relación a la tributación y leyes que rigen. Mientras que Roca (2009), considera que es el nivel de conocimientos e información que posee una sociedad en relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias, así como los criterios, hábitos y actitudes que tienen respecto a la tributación.

Así mismo Roca (2009), menciona la importancia que tiene el promover la cultura tributaria en la sociedad, porque será el medio para lograr el objetivo del cumplimiento del pago de las obligaciones tributarias e incrementar el nivel de la recaudación. Se deberá trabajar en la percepción de los ciudadanos frente al sistema tributario, debido a que hay muchos países en la que existe una ruptura entre la norma, moral y cultura siendo los reguladores del comportamiento del ser humano.

Para Korostelkina, Dedkova, Varaksa, y Korostelkin (2020), la cultura tributaria participa en el proceso de las relaciones tributarias, mejorando así el ámbito presupuestario y apoyando el desarrollo sostenible, además determina el nivel de conocimiento de las entidades económicas en el ámbito tributario y el grado de confianza de los ciudadanos de un país.

Respecto a los valores tributarios Salas (2011), mencionó que los valores tendrían suficiente peso para explicar la falta de voluntad de los ciudadanos para efectuar el pago de sus obligaciones tributarias voluntariamente, sin embargo algunos de los contribuyentes tienden a pensar que el estado no hace un buen uso de los impuestos recaudados y por ello no es percibida como una falta contra la colectividad a la que pertenecen, no genera rechazo hacia el evasor y seguirán evadiendo a pesar de las medidas correctivas, la información y los servicios de atención.

Para una adecuada implementación o transmisión de cultura tributaria se tiene que cumplir con dos factores importantes. La primera hacer referencia a la conciencia tributaria. Amasifuen (2016), señala que es el comportamiento que adopta un individuo frente a sus deberes y obligaciones tributarias dictadas por cada estado o gobierno, se realice de forma voluntaria siendo consiente que su acción es parte de un beneficio colectivo, que será el soporte para el financiamiento de cubrir los servicios básicos que necesita toda sociedad.

En relación al segundo factor, la educación tributaria. Amasifuen (2016), mencionó que la educación en el ámbito tributario debe ser transmitido desde la edad de adolescencia hasta la adultez de un ser humano, porque desde ahí inicia la

formación de la conciencia individual. El sistema educativo tiene como finalidad capacitar e informar a los jóvenes y contribuyentes, pues el aspecto educativo es tan importante como el informativo, en cuánto se refiere a la socialización a través de la cual los individuos pasan el proceso de aprender a obedecer su comportamiento de acuerdo con las pautas imperantes en el círculo social en los que viven.

No cabe duda que el comportamiento financiero de los adultos sería diferente si fueran educados correctamente desde la niñez, cómo se viene aplicando en otros países. Los sistemas educativos pueden preparar a los jóvenes cómo se debe cumplir con sus obligaciones cómo ciudadanos, dada una serie de entendimientos y explicar los conceptos fundamentales, alcance y propósito de los impuestos Amasifuen (2016).

La educación tributaria es el nivel de conocimientos que en una determinada nación se tiene sobre los impuestos, a lo largo del tiempo se ha convertido en un elemento importante en la recaudación tributaria porque permite a los contribuyentes comprender cómo se administra el sistema tributario, cuáles son sus beneficios y qué deben considerar al momento de pagar sus impuestos, con la finalidad de que ya no evadan impuestos Erikson y Fallan, 1996, como se citó en Mohd, (2013).

Asimismo, existen aportes tributarios como parte de la cultura tributaria, existen diferentes factores importantes, uno de los cuales es la relación directa entre el contribuyente y la autoridad tributaria, es decir se conocerán los valores y comportamientos del contribuyente hacia la perspectiva que ellos tienen de forma positiva o negativa sobre el pago de los impuestos que realizan a las entidades recaudadora de impuestos (Nerre, 2001).

El grado de voluntad genera confianza ,crea un sentido de equidad, los ciudadanos tienen más confianza en los funcionarios fiscales cuando los tratan de manera justa y respetuosa, además, si sus impuestos se utilizan para brindar servicios adecuados para su propio beneficio va a ser más probable que los contribuyentes confíen en el gobierno y en el sistema tributario, es por ello que a mayor grado de voluntad de parte de los contribuyentes hacia el gobierno, la administración

tributaria y los sistemas legales tiende a aumentar la disposición de las personas a contribuir (Chuenjit, P. 2014).

Camarero (2015), como se citó en Gosgot y Canta, 2019, indican que cuando el contribuyente cancela los impuestos se acogen al principio del beneficio, principio redistributivo y la tercera la parte impositiva. Por lo tanto, es importante reforzar los conocimientos tributarios sobre todo en la sociedad que se siente con una conciencia vulnerable, inculto frente al tema.

Una forma de fortalecer la cultura tributaria, como lo menciona Panteleiev y Nastenکو (2018), es que las personas adquieran conocimientos sobre los problemas que van a obtener si no pagan sus impuestos; además de eso deben tener claro cuál es la importancia y el beneficio que obtienen si cumplen con sus responsabilidades fiscales. Se puede dar a través de los ejes centrales para el fomento de la cultura tributaria que son la información, capacitación y sensibilización, de manera que se pueda generar mecanismos para fortalecer la cultura tributaria en los ciudadanos.

Se prosigue con el desarrollo teórico de la segunda variable recaudación de impuestos. Para ello fue necesario definir y entender que los impuestos, se utilizan como un término relacionado con una cierta "disposición a pagar", un sentido de obligación con el estado basado en intereses, con el público o la comunidad basado en el principio de capacidad de pago, respectivamente. La tributación disciplinaria refleja la actitud de los contribuyentes en su comportamiento (Nerré, 2008)

Generalmente, los impuestos son una tarifa obligatoria que cobra el estado a las personas físicas y jurídicas, y se paga a una tasa impositiva en la jurisdicción donde se grava el servicio. Están destinados para pagar las necesidades colectivas de los ciudadanos (Minnesota House of Representatives, 2015)

Entonces la definición de la recaudación de los impuestos consiste en las actividades administrativas relacionadas con deudas, multas tributarias y otros recursos públicos, recursos que deben ser asumidos por quienes están obligados a pagar.

La importancia de la recaudación de impuestos recae sobre la atribución al estado de adquirir más fondos para emplear en el desarrollo y crecimiento de las obras públicas, por lo tanto, si la gente no efectúa el pago de los tributos la recaudación disminuye y, en consecuencia, descienden los fondos que tiene el estado para construir como por ejemplo los hospitales y mantener las escuelas (Sepal S.f)

El cobro de impuestos es muy importante para satisfacer las necesidades de los contribuyentes, como menciona el autor André, (2022), que así como se realiza el cobro de impuestos de lo que un individuo gana, también se puede realizar el cobro de impuestos sobre lo que el individuo posee, es decir, sobre su patrimonio neto, sobre el patrimonio combinado de parejas casadas o que cohabitan, o sobre el patrimonio de unidades familiares más grandes, la cual va a ser una forma de abordar la desigualdad social.

Estructura del sistema de recaudación de impuestos: La primera parte es donde las administraciones tributarias preparan el formulario para el pago de los tributos. La segunda parte, reúne a un grupo de variables de diferentes naturalezas que no está incorporado dentro del formulario, pero que también tiene parte en la conformación de los datos de recaudación (Sepal, S, f).

La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), tiene como finalidad generar una mayor recaudación de impuestos a nivel nacional, a través de la difusión de charlas informativas para que de esta manera se pueda estimular una mejor cultura tributaria, así como el propósito de instruir a los ciudadanos para cambiar a los aportantes responsables, conscientes del desembolso de sus impuestos, y de esta manera combatir la evasión fiscal.

Existen factores que influyen en la recaudación de impuestos, la deducción inmediata son ciertas causas que, en una manera directa, contribuyen en la constitución de la información sobre la recaudación y gestión de los impuestos (Martin, 2006, como se citó en Gosgot y Canta, 2019).

Legislación Tributaria se define como un conjunto de normas prescritas por ley que mejora la relación entre el estado y el contribuyente para recaudar los impuestos como las normas de valoración de activos y pasivos, los métodos

contables, el sistema de amortización y el tratamiento de diversos contribuyentes y empresas. (Martin, 2009)

Los ingresos de los tributos se establecen a través del cobro de impuestos, es decir viene a ser los diferentes métodos que utiliza la administración tributaria para cobrar el impuesto recaudado, asimismo dar las diferentes sanciones, multas con el fin de satisfacer y lograr el pago de impuestos (Rojo, 2016)

El valor de la materia gravada se refiere a los diferentes conceptos como consumo, importaciones, ingresos y activos de los contribuyentes medidos por el beneficio económico para determinar en la recaudación de impuestos (Martin, 2009).

Según Heduls (2001), los impuestos incluyen las rentas de alquiler y todos los impuestos, tasas, aranceles y cargos pagaderos en virtud de cualquier promulgación al Recaudador o Asistente Recaudador de Impuestos. Por cada incumplimiento del deber, por el cual no se impongan otras sanciones por esta o cualquier otra ley, un Recaudador de Impuestos o su Asistente perderá y pagará una multa, el monto de la sanción infligida será por cada negligencia o incumplimiento.

En el Perú existen tipos de impuestos: El 22 de diciembre del 2011 se publicó la ley N°29816 del reforzamiento de La Superintendencia Nacional de Administración tributaria, quien tiene la facultad de gestionar tanto los impuestos internos como los derechos tributarios del Gobierno central (SUNAT, 2019).

El Impuesto General a las Ventas (IGV), es un pago que realizan los contribuyentes al adquirir productos, la tasa aplicable es del 18%.

Impuesto a la renta: se efectúan pagos a cuenta o se ejecuta las retenciones mensuales esto dependiendo al tipo de categoría.

Renta de tercera categoría: Estas gravan las rentas de acuerdo a las actividades que realizan, mayormente las que establecen un negocio habitual.

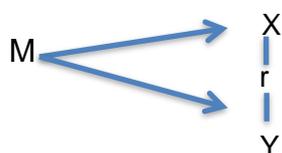
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación se realizó a través de un enfoque cuantitativo ya que la información recolectada estuvo basada en evaluaciones numéricas y análisis estadísticos. En el cual Hernández, Fernandez, y Baptista, (2014) indica que es un procedimiento de indagación es probatorio además de secuencial debido a que cada fase precede a la siguiente.

La investigación se basó en el diseño de tipo descriptiva correlacional ya que, se va a medir la correlación entre cultura tributaria y la recaudación de impuestos en comerciantes del Mercado AZ, Chiclayo. Arias (2016) nos comenta que este tipo de estudio tiene como finalidad establecer la asociación que existe entre variables de estudio.

Así mismo, se utilizó un diseño no experimental, porque no se generaría la manipulación de las variables. Ante ello Hernández, Fernandez, y Baptista, (2014), menciona que son estudios que se realizan sin la manipulación de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. Además, es un diseño transversal ya que la información que recopilan datos se da en un momento único



Dónde:

M = La muestra de la investigación

x = Cultura Tributaria (V.1)

y = Recaudación de Impuestos (V.2)

r = Relación entre variables

### 3.2. Variables y operacionalización

#### Variable 1: Cultura tributaria

Definición conceptual: La instrucción tributaria es un factor muy importante para que la ciudadanía no cometa ningún delito tributario, por ende, tomen conciencia de los acontecimientos que establece la ley, asimismo puedan aportar y cumplir con sus obligaciones frente al estado (Amasifeum, 2016).

Definición operacional: Es una variable ordinal, asimismo se determinarán por sus indicadores y por las siguientes dimensiones, educación tributaria y perspectiva hacia los aportes tributarios.

#### Variable 2: Recaudación de impuestos

Definición conceptual: El pago de los impuestos ingresan a través diversas operaciones, las principales son declaraciones juradas, IGV, percepciones y pagos a cuenta (Sepal, S. f).

Definición operacional: Es una variable ordinal, asimismo se determinarán por sus indicadores y por sus dimensiones, legislación tributaria e Ingresos de los tributos y el valor de la materia gravada

### 3.3. Población, muestra y muestreo

Arias (2016) indica que la población es un conjunto de habitantes con características comunes, definidos por el problema y el objeto de investigación. En la presente investigación, la población estuvo conformada por comerciantes del Mercado "AZ", Chiclayo con un total de 298 comerciantes.

Donde la muestra fue obtenida por medio de un muestreo probabilístico considerando los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

-Criterio de inclusión: Toda la asociación de pequeños comerciantes del mercado AZ, Chiclayo.

- Criterio de exclusión: Los comerciantes que no forman parte de la asociación.

Según, Arias (2016) menciona que la muestra es un subgrupo representativo que se extrae de la población en estudio.

Dónde:

N = Número de población = 298

Z = Nivel de confianza = 95% (1.96)

P = Proporción esperada 50% (0,5)

q = Probabilidad de fracaso = 1-p (0,95)

d = Precisión = 5% (0,05)

$$n = \frac{N + Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Según la formula desarrollada en la presente investigación se obtuvo el resultado con un muestreo de 59 comerciantes.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.4.1 Técnicas

En el desarrollo de los informes de investigación se utilizan técnicas procedimentales para recopilar toda la información o los datos necesarios. Por el cual se utilizó las siguientes técnicas.

La encuesta es una técnica que permite hacer un conjunto de preguntas para recopilar información estructurada sobre una muestra de personas a través de formularios, utilizando el procesamiento cuantitativo y agregado de respuestas para describir determinadas relaciones entre la población a la que pertenecen y hacer comparaciones estadísticas. (Meneses, 2016. p.9)

El análisis documental se basa en la búsqueda, recuperación y análisis de datos obtenidos y registrados por un tercero. Estos datos pueden ser impresos y electrónicos, por ejemplo, pueden obtenerse de libros y páginas web (Arias, 2016)

#### 3.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, para ambas variables se empleó como instrumentos dos cuestionarios, cada cuestionario consta de 12 preguntas cerradas con respuesta tipo Likert, además de ello también se utilizó la herramienta del análisis

documental donde se buscó información estadística de páginas web, con la finalidad de obtener información confiable.

### 3.5. Procedimientos

Para el estudio de datos de la presente investigación, para obtener datos precisos de ambas variables se utilizó 2 cuestionarios con respuestas tipo Likert, cada uno consta de 12 preguntas, las cuales fueron impresas y distribuidas tanto por correo electrónico y físicamente a los 59 comerciantes del Mercado AZ.

Asimismo, los instrumentos fueron evaluados por tres expertos, antes de ser aplicados correspondientemente.

### 3.6. Métodos de análisis de datos

En este punto se describe el procesamiento del análisis de datos según el enfoque de estudio, es decir datos obtenidos según su clasificación, registro y tabulación. En el trabajo de investigación para el procesamiento de información, se utilizó el programa SPS versión 26 con el fin de clasificar y ordenar los datos de las encuestas, y mostrar los resultados y sus respectivos porcentajes en forma de tablas y gráficos

### 3.7. Aspectos éticos

Alvarez, P. (2008) indica que los conocimientos, los valores son muy importantes para la sociedad y en toda investigación, por lo tanto, se deberán usar principios éticos como el respeto, la confiabilidad y validez.

Asimismo, la investigación se desarrolló de acuerdo a principios éticos. Para el criterio del respeto se escuchó las opiniones de los comerciantes sin discriminación alguna y actuar con democracia. Para el criterio de confiabilidad se utilizó el Alfa de Conbrach para constatar que los datos sean confiables además toda la información recolectada por parte de los comerciantes fue privada y discreta. Para el criterio de la validez, que se realizó mediante la opinión de expertos.

#### IV. RESULTADOS

En el primer objetivo se tiene: Identificar el grado de cultura tributaria en el mercado "AZ"

Tabla 1.

Respuestas del cuestionario N°1 para identificar el grado de cultura tributaria

<b>PREGUNTAS</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
¿Usted conoce que institución establece los impuestos por pagar?	30.51%	11.86%	20.34%	22.03%	15.25%
¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria, sobre IGV o regímenes tributarios?	40.68%	18.64%	11.86%	13.56%	15.25%
¿Cree Usted que al participar en asesorías tributarias mejoraría su nivel de conocimiento sobre los impuestos?	50.85%	13.56%	11.86%	10.17%	13.56%
¿Considera Usted que la educación tributaria fortalece y promueve las practicas sanas tributarias?	37.29%	30.51%	10.17%	6.78%	15.25%
¿Cree usted que SUNAT informa correctamente sobre cómo realizar el pago de sus impuestos?	33.90%	22.03%	22.03%	13.56%	8.47%
¿Usted aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?	40.68%	18.64%	6.78%	8.47%	25.42%
¿Usted considera que los cobros tributarios son acordes a su nivel económico?	49.15%	23.73%	15.25%	6.78 %	5.08%
¿Usted cumple con el pago de sus impuestos a tiempo?	15.25%	30.51%	27.12%	15.25%	11.86%
¿Decide contribuir de forma voluntaria con sus impuestos?	30.51%	28.81%	11.86%	18.64%	10.17%
¿Es consciente que la irresponsabilidad tributaria le podría conducir a infracciones y sanciones?	40.68%	23.73%	16.95%	10.17%	8.47%
¿Cree que la gestión de fondos recaudados se invierte en Educación , Salud y Seguridad u otros gastos públicos?	42.37%	25.42%	20.34%	5.08%	6.78%
¿Considera importante la cultura tributaria para el incremento de recaudación de impuestos?	25.42%	22.03%	18.64%	13.56%	20.34%

Fuente: Adaptado de las encuestas aplicada a los comerciantes del Mercado AZ

**Interpretación:** Según las encuestas realizadas a través del cuestionario aplicado a cada comerciante del mercado AZ, se obtuvo que solo un 5.25% afirman conocer la institución encargada de recaudar los impuestos, lo que significa que la mayoría de comerciantes tienen un nivel bajo de conocimiento. El 42.37 % consideran que el estado hace mal uso de los impuestos recaudados y no se invierte en salud, seguridad. En estos tiempos ha ido evolucionando más la tecnología y la mayoría de información se emite de forma virtual como lo es la información tributaria, por lo que para los comerciantes del mercado AZ se les complica manejar los avances tecnológicos y por ello muchas veces no tienen conocimientos sobre cómo pagar sus impuestos. El 40.68% no es consciente de que si no cumple con el pago de sus impuestos van a recibir diferentes multas o sanciones.

Tabla 2.

*Nivel de Cultura Tributaria*

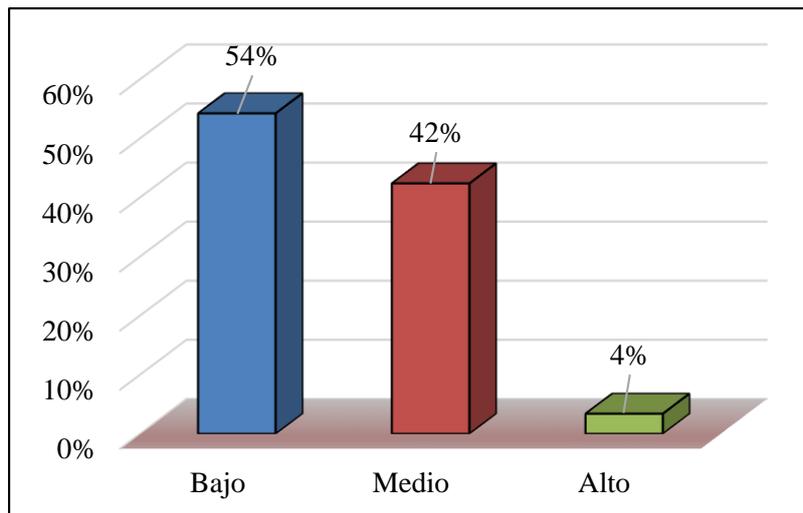
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	32	54%
Medio	25	42%
Alto	2	4%
Total	59	100%

*Fuente: Adaptado de las encuestas realizadas a los comerciantes del Mercado AZ.*

**Interpretación:** Para la elaboración de esta tabla se utilizó la escala de Likert con el programa de Microsoft Excel. En donde se dio una valoración máxima de 60 puntos la cual fue dividida en 3 partes: 12 a 28 puntos se le dio la valorar de bajo, de 29 a 44 puntos se le puso una valoración media, de 45 a 60 puntos se le asignó una valoración alta.

Figura 1.

Nivel de cultura en los comerciantes del mercado AZ

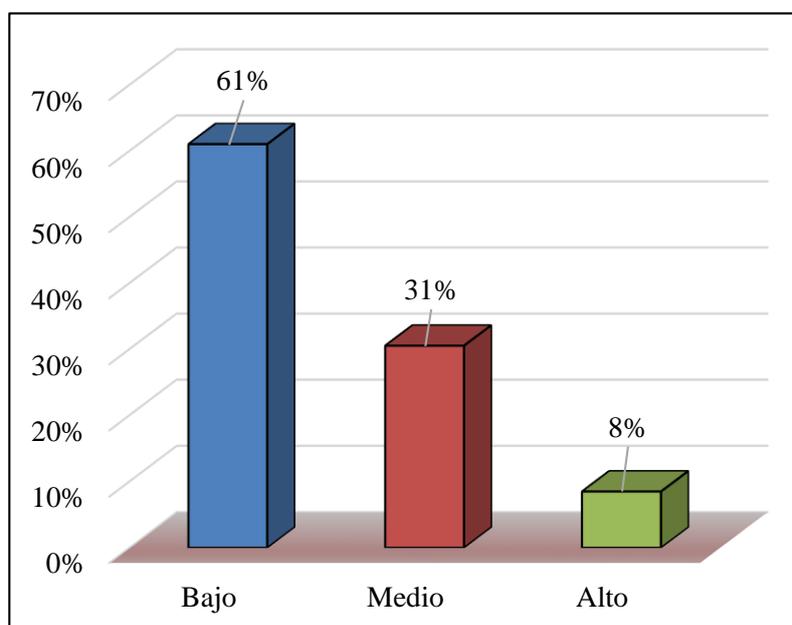


**Interpretación:** Teniendo en cuenta la información de la tabla 2, se pudo determinar que la cultura tributaria de los comerciantes del mercado es bajo siendo representado con el 54% y sólo el 4% de los encuestados se encuentran en un nivel alto.

**DIMENSIONES:**

Figura 2.

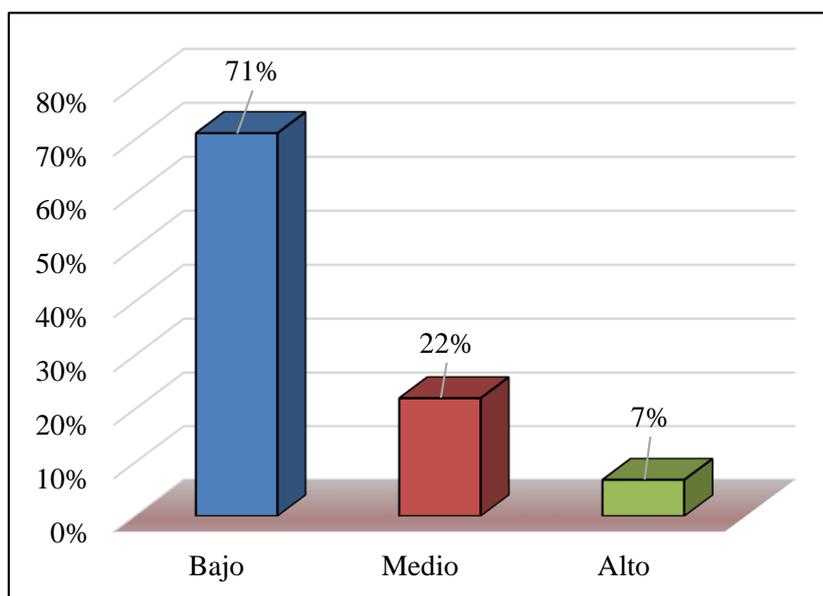
Educación Tributaria



**Interpretación:** Según la figura 2, del 100% de los comerciantes encuestados en relación a la dimensión educación tributaria, el 61% cuenta con un nivel de educación bajo, esto se debe a que no están informados, mientras que el 31% de los comerciantes tiene un nivel medio y sólo el 8% mostró que si tiene conocimientos sobre lo que significa cultura tributaria.

*Figura 3.*

*Conciencia Tributaria*



**Interpretación:** En la figura 3, del 100% de los comerciantes encuestados se identificó que el 71% tiene un nivel bajo de conciencia tributaria, mientras que un 22% de los comerciantes cuenta con un nivel medio y sólo el 7 % mostró que tiene un nivel alto de conciencia tributaria. Esto se debe a que no cuentan con valores tributarios y tienen una perspectiva negativa de la administración que han realizado los últimos gobiernos sobre los impuestos recaudados.

En relación al segundo objetivo: Analizar la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo

Tabla 3.

Respuestas del cuestionario para analizar la recaudación de impuestos

<b>PREGUNTAS</b>	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
¿Usted entrega comprobantes de pago en cada venta realizada?	33.90%	25.42%	18.64%	10.17%	11.86%
¿Usted exige a sus proveedores los comprobantes de pago?	22.03%	28.81%	16.95%	20.34%	11.86%
¿Usted considera que es adecuado el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes?	49.15%	22.03%	20.34%	3.39%	5.08%
¿Considera justificable no realizar sus pagos a la SUNAT porque los demás comerciantes no pagan?	37.29%	20.34%	16.95%	13.56%	11.86%
¿Considera que usted como comerciante del Mercado AZ cumple con sus obligaciones tributarias?	11.86%	35.59%	18.64%	23.73%	10.17%
¿Está de acuerdo que SUNAT cobre el ingreso del tributo recaudado por sus ventas?	64.41%	20.34%	10.17%	0.00%	5.08%
¿Usted realiza el pago de sus impuestos a la SUNAT?	25.42%	20.34%	20.34%	20.34%	13.56%
¿Realiza el pago de sus impuestos en la fecha establecida por la SUNAT?	27.12%	28.81%	20.34%	10.17%	13.56%
¿Considera que los pagos de impuestos que realiza a la SUNAT corresponden a las ventas realizadas?	40.68%	22.03%	11.86%	11.86%	13.56%
¿Le parece que la tasa de recaudación del IGV es la adecuada?	61.02%	16.95%	11.86%	3.39%	6.78%
¿Considera justificable que los comerciantes del mercado AZ no emita comprobantes para no pagar más impuestos?	28.81%	30.51%	18.64%	10.17%	11.86%
¿Sabe usted qué consecuencias tiene evadir los impuestos?	59.32%	6.78%	6.78%	11.86%	15.25%

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes del mercado AZ, Chiclayo 2022

**Interpretación:** El 33% de comerciantes del mercado AZ, no entrega comprobantes de pago; mientras que un 49% no está de acuerdo con el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes y el 59.32% desconoce qué consecuencias trae evadir los impuestos.

Tabla 4.

*Recaudación de Impuestos*

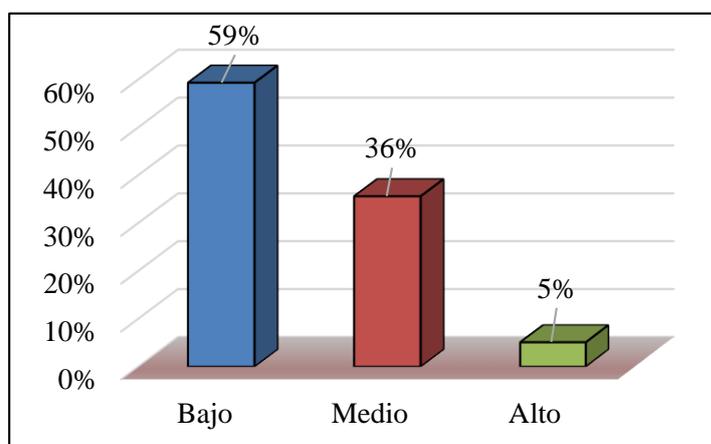
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	35	59%
Medio	21	36%
Alto	3	5%
Total	59	100%

*Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes del mercado AZ, Chiclayo 2022*

**Interpretación:** Para la elaboración de esta tabla se utilizó la escala de Likert con el programa de Microsoft Excel, en donde se realizó la sumatoria de los valores de cada ítem de la variable Recaudación de Impuestos. Así mismo, para dar una escala valorativa del puntaje se aplicó la función sumatoria, se dio una valoración máxima de 60 puntos la cual fue dividida en 3 partes: 12 a 28 puntos se le dio la valoración de bajo, de 29 a 44 puntos se le puso una valoración media, de 45 a 60 puntos se le asignó una valoración alta.

Figura 4.

*Análisis de la recaudación de impuestos*

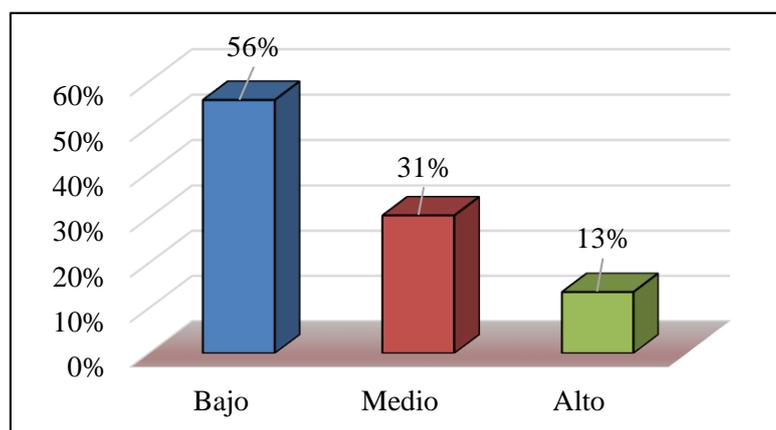


**Interpretación:** En la figura 4, del 100% de los encuestados, el 59% tiene un nivel bajo sobre la recaudación de impuestos debido a que la gran mayoría considera que SUNAT no debería cobrarle impuestos debido a que son pequeños comerciantes, mientras que el 36% de los comerciantes se encuentra en un nivel medio y sólo el 5% de los comerciantes tienen un nivel alto porque cumplen a totalidad con el pago de impuestos.

## Dimensiones

*Figura 5.*

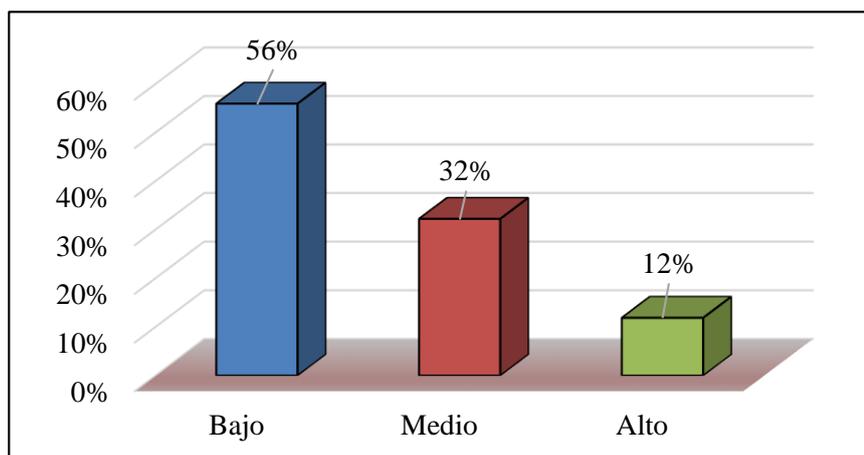
*Legislación Tributaria*



**Interpretación:** En la figura 5 el 56% de los comerciantes tienen un nivel bajo en relación a la dimensión legislación tributaria debido al gran desconocimiento de la importancia de la emisión de comprobantes y su pago. Mientras que el 31% cuenta con un nivel medio y sólo el 13% se encontraba en un nivel alto, los encuestados afirmaron emitir comprobantes de pago y cumplir con lo establecido por SUNAT.

*Figura 6.*

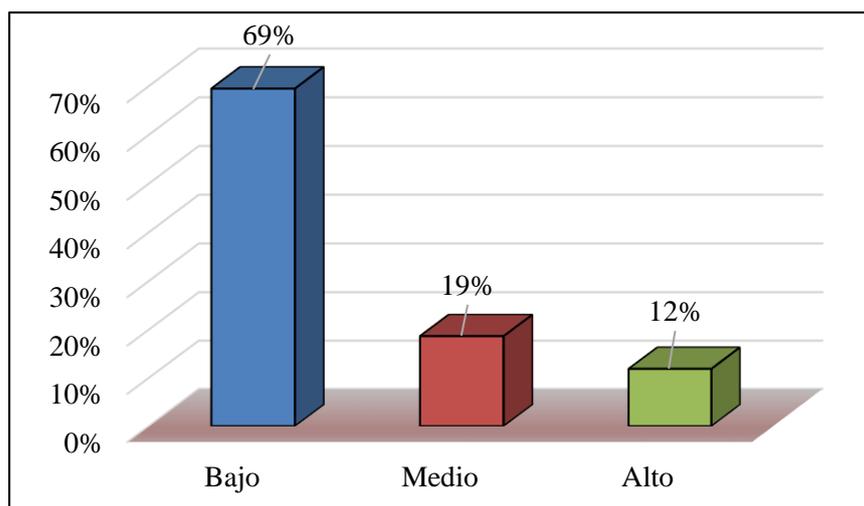
*Ingresos de los impuestos*



**Interpretación:** Como se observa en la figura 7, el 56% de los comerciantes encuestados afirmaron que no está de acuerdo con el cobro de impuestos, además algunos comerciantes respondieron que les cuesta cumplir con sus obligaciones a tiempo, mientras que el 12 % de comerciantes afirmaron que realizan el pago de impuestos en la fecha establecida por SUNAT.

*Figura 7.*

**Materia gravada**



**Interpretación:** Según se observa en la figura 7, el 69% de los encuestados afirman que en general los comerciantes no emiten comprobantes de pago para que de esta manera no tengan que pagar de impuestos, el 19% de los encuestados está en un nivel medio, el 12% afirma saber qué consecuencias se tiene al no realizar sus pagos.

Así mismo también se hizo un análisis documental, obteniendo la información de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

Tabla 5.

*Nivel de recaudación de impuestos por SUNAT (Millones de soles)*

Ámbito geográfico	AÑOS			
	2018	2019	2020	2021
<b>nacional</b>				
Lima	79,022.40	86,300.90	73,067.30	102,436.20
<b>Regiones</b>				
Amazonas	43.6	49.3	49.2	69.8
Ancash	404	472.8	437.4	565.7
Apurímac	100.9	113	100.2	172
Ayacucho	137.2	143.4	121.4	186.6
Cajamarca	337.2	348.6	279.9	448
Cusco	847.8	841.5	612.8	1,135.50
Huancavelica	40.2	40.6	40	57.2
Huánuco	131.1	131.7	103.8	155.2
La Libertad	1,562.10	1,844.30	1,567.50	2,398.20
Lambayeque	559.9	601	528.1	753.6
Loreto	316.4	301.3	250.4	370.6
Madre de Dios	80.9	85	74.6	114.2
Moquegua	103.4	137.3	105.9	172.5
Pasco	99.7	97.4	75.2	116.8
Piura	1,186.40	1,318.70	1,105.30	1,633.00
Puno	323.6	316.3	238.4	365.9
San Martín	230.3	238.8	233.2	347
Tumbes	85	77.3	62.6	80.3
<b>Total</b>	<b>15,579.90</b>	<b>16,493.90</b>	<b>14,253.50</b>	<b>21,258.80</b>

*Fuente: Datos obtenidos de los reportes de ingresos recaudados por la SUNAT-tributos internos según departamentos – domicilio fiscal 2005-2022 en el Perú.*

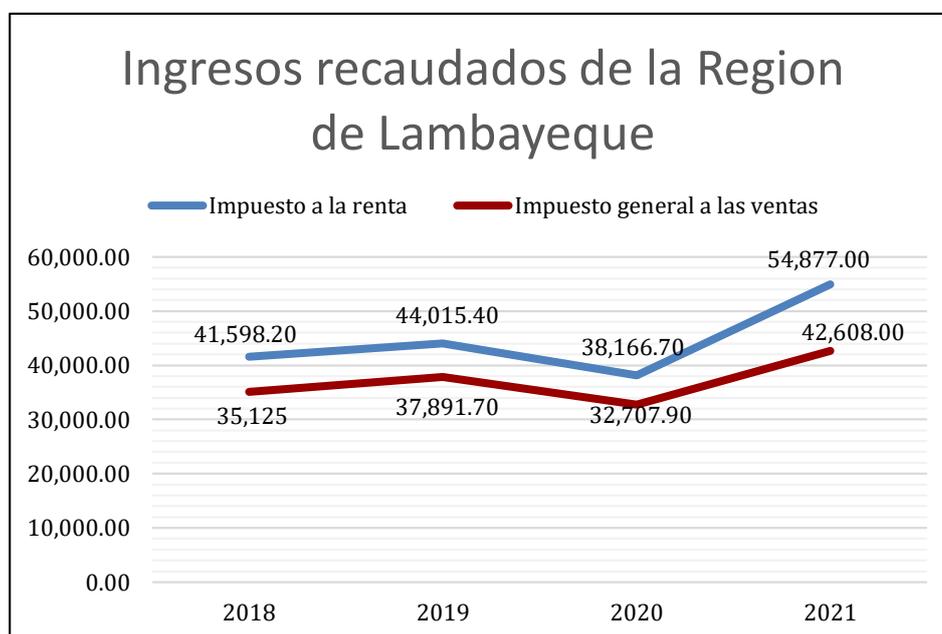
**Interpretación:** En la presente tabla N° 5, se puede observar el nivel de los ingresos recaudados por la SUNAT a nivel nacional y regional, se situó de variaciones en los cuatro últimos periodos, donde podemos destacar a la región de Lambayeque, tuvo una disminución en los ingresos recaudados en el año 2020, esto principalmente se dio por diferentes factores entre ellos se encuentran la crisis sanitaria mundial COVID-19, y la informalidad, también se puede apreciar que para el año 2021 hubo un leve incremento de recaudación de impuestos, con un monto de 2,25.5 miles de soles.

Así mismo, se puede destacar que la ciudad de Lima tiene un mayor nivel de recaudación, seguida de las regiones de Arequipa, La Libertad, Piura, Ica y

Cajamarca. Siendo las recaudaciones promedio de las regiones de Ucayali, Lambayeque, Junín y Ancash, las regiones con menor nivel de recaudación son, Tumbes, Pasco, Madre de Dios, Moquegua, Huancavelica y Amazonas.

Figura 8.

*Ingresos recaudados por la SUNAT, 2018-2021 (en millones de soles)*



*Fuente: Datos obtenidos de los reportes de ingresos recaudados por la SUNAT-tributos internos según departamentos –domicilio fiscal 2005-2022 en el Perú.*

**Interpretación:** Tal como se muestra en la figura N°8 de acuerdo a la información obtenida por la plataforma virtual, referente al periodo 2018 al 2021, en el cual se investiga el impuesto a la renta y el impuesto general a las ventas (IGV), en el cual la recaudación del impuesto a la renta ha variado en el transcurrir de estos periodos, siendo el nivel más bajo de recaudación el año 2020, en comparación entre los años 2018 y 2019 se logró evidenciar un aumento de recaudación mostrando en el 2021 con una cantidad de 54,877 miles de soles. Por otro lado, se puede observar que en el impuesto general a las ventas entre los años 2018 y 2020 tuvo un nivel bajo de recaudación de impuestos, mientras que para el año 2021 se mostró un leve incremento.

**En relación al tercer objetivo:** medir la relación de cultura tributaria y la recaudación de impuestos del Mercado "AZ".

Tabla 6.

Aplicación de la prueba estadística de Spearman entre las variables.

			SUMAVI	SUMAVD
Rho de Spearman	SUMA	Coefficiente de correlación	1,000	,745**
	Cultura Tributaria	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	59	59
	SUMA	Coefficiente de correlación	,745**	1,000
	Recaudación de impuestos	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	59	59

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

Fuente: La tabla fue obtenida del análisis del SPSS V25, realizada de las encuestas aplicadas.

**Interpretación:** En la tabla 7, se puede verificar el resultado obtenido de la aplicación de la prueba estadística Spearman donde se obtuvo un resultado del  $r = 0,745$ . Lo que significa que la correlación es alta positiva y  $p \text{ valor} = 0,00 < 0,01$ , es decir un nivel alto significativo. Lo que ha permitido medir y cumplir con el objetivo planteado. Por otro lado, permitió rechazar la hipótesis nula  $H_0$ : "Existe una relación negativa indirecta entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo. Con un nivel de significancia del 1%. Por el cual se afirma que si existe un nivel alto de cultura tributaria se incrementará la recaudación de los impuestos en los comerciantes del mercado AZ, Chiclayo.

**En relación al cuarto objetivo específico:** diseñar estrategias para mejorar la cultura tributaria del Mercado "AZ".

Se desarrollará en las siguientes tablas las diferentes estrategias, se planteó debido al análisis realizado de los datos obtenidos que fueron recolectados por medio de nuestros instrumentos, el cual fueron explicados en los objetivos específicos uno y dos. Así mismo, se sabe que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado AZ, se encuentra en un nivel bajo.

Bajo ese panorama se diseñó un conjunto de estrategias, que permitan promover el desarrollo de la cultura tributaria en los comerciantes a través del conocimiento de sus obligaciones tributarias, acceso a la información, simplificación de procesos, facilidades de pagos y descuentos, fomento de la colaboración social, entre otros.

Tabla 7.

*Estrategia N<sup>o</sup> 1. Charlas y capacitaciones para los comerciantes del mercado AZ*

<b>Estrategia N<sup>o</sup> 1. Charlas y Capacitaciones dirigido a los comerciantes del mercado AZ</b>	
<b>Descripción</b>	La transmisión de información por medio de las capacitaciones y charlas son acciones que tienen resultados eficaces, porque permite la materialización de la adopción de educación y conciencia en los comerciantes del mercado.
<b>Problemática</b>	Nivel bajo de cultura tributaria y recaudación de impuesto en los comerciantes del mercado AZ.
<b>Objetivo</b>	* Educar sobre la normativa vigente acerca del pago de los impuestos, importancia, destino y multas. *Transmitir el beneficio social que genera el pago de sus impuestos. *Generar confianza entre los comerciantes y el sistema tributario.
<b>Actividades</b>	* Capacitación sencilla de la importancia de la tributación en el país (con ejemplos reales y motivacionales). *Intercambio de ideas acerca de la tributación entre los comerciantes y expositor. * Aplicación de encuestas sencillas para medir el nivel de avance y conocimiento. *Sorteo de un electrodoméstico, servicios, producto y/o canasta.
<b>Contenido</b>	La información que se transmitirá serán las siguientes: * Formalización de un negocio. * Que son los impuestos y porque tributar. * Beneficios de la tributación. * Regímenes tributarios y sus beneficios. * Consecuencias de no tributar. * Fiscalizaciones, facilidades de pagos y fraccionamiento.
<b>Cronograma</b>	Tiempo: 45 minutos por cada taller de capacitación. * 1era fecha: 15/08/2022 * 2da fecha: 10/09/2022 * 3ra fecha: 25/09/22 * 4ta fecha: 15/10/22 *5ta fecha: 10/11/22 * 6ta fecha: 12/12/22

*Fuente: elaboración propia*

**Interpretación:** En la tabla 8, se muestra la primera estrategia planteada, es primordial educar a los comerciantes, acerca del sistema tributario, importancia de tributar, valores y educación cívica, etc. Con la finalidad de crear conciencia tributaria en cada uno de los comerciantes y realicen sus pagos de sus impuestos de forma voluntaria.

Tabla 8.

*Apoyo social para transmitir la tributación a los comerciantes*

<b>Estrategia N<sup>o</sup> 2. Conseguir apoyo social para transmitir la tributación a los comerciantes del mercado AZ.</b>	
<b>Descripción</b>	Es importante contar con el apoyo de las entidades universitarias, financieras, Sunat, cámara de comercio y negocios grandes como ejemplo para la transmisión del mensaje de todo el sistema tributario.
<b>Problemática</b>	El nivel alto de desconocimiento de la materia tributaria, pago de impuestos, importancia, beneficios, formas y facilidades de pago.
<b>Objetivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Transmitir y hacer entender a los comerciantes sobre el funcionamiento del sistema tributario.</li> <li>* Generar educación y conciencia tributaria para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.</li> </ul>
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Realizar convenios y/o compromisos con la Universidad Cesar Vallejo, para que los estudiantes pongan en práctica y contribuyan con la transmisión de conocimiento.</li> <li>* Solicitar apoyo y compromiso para la ejecución de charlas de una entidad financiera como: Mi banco, Financiera compartamos, etc.</li> <li>* Visitar y comprometer a los administradores de las grandes cadenas de restaurantes, servicios, entre otros negocios a compartir su experiencia en el ámbito tributario.</li> </ul>
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaboración de material de los estudiantes para la trasmisión de información (folletos, fichas, trípticos).</li> <li>* Recolección de presentes para los regalos que pueden ser sorteados en cada capacitación.</li> <li>* Elaboración de las cartas por enviar a cada socio estratégico.</li> <li>* Envío de solicitudes o cartas a la Universidad Cesar Vallejo: el 01/08/22</li> </ul>
<b>Cronograma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Inicio de las capacitaciones de los estudiantes de la UCV 15/08/22</li> <li>* Inicio de la gestión para el apoyo y compromiso de los socios estratégicos el 15/08/22</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia*

Interpretación: En la tabla 7, se muestra la estrategia de generar lazos estratégicos y sociales para generar la cultura tributaria en los comerciantes del mercado, por medio del apoyo de los estudiantes de la UCV, entidades financieras y otras empresas locales ejemplares del cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Tabla 9.

Formalización de los negocios de los comerciantes del mercado AZ

<b>Estrategia N° 3. Formalización de los negocios de los comerciantes del mercado AZ</b>	
<b>Descripción</b>	Para el inicio de la tributación correcta y de forma voluntaria, como primera instancia se procede a la formalización de los negocios en el sistema tributario vigente peruano.
<b>Problemática</b>	Nivel alto de informalidad en los negocios de los comerciantes del mercado, el no registro en el RUC, no contar con sus comprobantes de pagos para la emisión (boletas - facturas)
<b>Objetivo</b>	<p>* Orientar a los comerciantes a formalizar sus negocios de forma sencilla y sin costo.</p> <p>* Formalizar su situación tributaria ante entidades financieras y otros, para acceso a financiamiento.</p>
<b>Actividades</b>	<p>* Informar a los comerciantes de manera simple y segura el proceso de formalización (tiempo, costo y beneficio).</p> <p>* Solicitar la aceptación y proceder a la formalización, inscribiéndose en el RUC y poniéndose al día por medio de fraccionamientos si es necesario los comerciantes con deuda.</p>
<b>Contenido</b>	<p>* Elaboración de contenido didáctico para dar la información acerca del proceso de formalización, por medio de productos audio visuales, afiches, etc.</p> <p>* Realizar la colecta de firmas e inscripción de los comerciantes dispuestos a su formalización. * Presentar un presente a los nuevos comerciantes formales en apoyo con los socios estratégicos.</p>
<b>Cronograma</b>	<p>Tiempo: 45 minutos el taller o charla de conocimiento                      Recursos humanos: Estudiantes de contabilidad y apoyo de un profesional de SUNAT</p> <p>Equipos: Proyector, impresora, útiles de escritorio. Fecha estimada tercera charla programada: 25/09/22</p>

Fuente: elaboración propia

Interpretación: En la tabla 10, se muestra la estrategia de incentivar y generar la formalización en los comerciantes del mercado, con la finalidad de que inicien a tener conciencia tributaria y cumplan con sus obligaciones básicas de tributar.

Tabla 10.

Creación de redes sociales más usados y disponible

<b>Estrategia N<sup>o</sup> 4. Creación de redes sociales más usados y disponible para los comerciantes del mercado AZ</b>	
<b>Descripción</b>	Actualmente toda la información es transmitida por redes sociales, porque el 90% de las personas se encuentran conectada más de 18 horas al día. Siendo no ajenos los comerciantes del mercado AZ, herramientas como uso de Facebook, Instagram y Tic Toc ha generado resultados positivos en la percepción de los usuarios.
<b>Problemática</b>	Falta de canales de comunicación atractivo para los comerciantes del mercado AZ. Así como el no uso de correos electrónicos, mensajes de texto, etc. Uso constante de las redes sociales, dicha problemática sacarle el beneficio.
<b>Objetivo</b>	* Informar de forma interactiva a los comerciantes sobre los temas tributarios.  * Incentivar a los comerciantes a mantenerse activo y participar por medio de las redes sociales, generando compromiso y valores tributarios.
<b>Actividades</b>	* Crear y diseñar la página de Facebook, Instagram y tic toc exclusivamente dirigido para los comerciantes y usuarios en general del mercado AZ.  * Realizar un cronograma de contenidos para subir a las redes sociales.  * Invitar a todos los comerciantes a darle like y seguir todas las redes sociales.  * Diseñar contenidos con los mismos comerciantes y subirlos a las redes.
<b>Contenido</b>	* En conjunto con los alumnos de contabilidad y marketing de la UCV, diseñar el calendario de cronograma de contenido para las redes sociales.  * Hacer una prueba o estudio de la preferencia de contenido que prefieren los comerciantes.
<b>Cronograma</b>	Tiempo: 2 horas para la creación de las redes sociales - 2 a 3 días para el diseño de los primeros contenidos.  Recursos: Computadora - internet - programadas de edición. Seguimiento hasta diciembre del 2022.

Fuente: elaboración propia

Interpretación: En la tabla 11, se muestra la estrategia de hacer uso de las redes sociales para que mantener informados a los comerciantes del mercado AZ.

Tabla 11.

*Educación electrónica de pagos y revisión de información*

<b>Estrategia N° 5. Educación electrónica de pagos y revisión de información</b>	
<b>Descripción</b>	El tiempo se ha convertido en un factor base y primordial para la ejecución de cualquier actividad y más aún si se trata de dinero. Ante ello existen muchas herramientas electrónicas que permiten la simplicidad de trámites y ahorro de tiempo en cuestión de pagos.
<b>Problemática</b>	Desconocimiento de los comerciantes del mercado AZ sobre el uso de los recursos electrónicos, plataformas de consultas y solicitudes, pagos fáciles vía internet y aplicativos de bancos.
<b>Objetivo</b>	<p>* Transmitir información y seguridad del uso de las nuevas herramientas electrónicas que brinda SUNAT y los bancos para facilitar trámites, pagos y consultas.</p> <p>* Brindar los beneficios de conocer y hacer uso de estas herramientas.</p>
<b>Actividades</b>	<p>* Iniciar con el taller informativo, siempre de forma sencilla, siempre e interactiva para su buena comprensión.</p> <p>* Encuestar y medir el nivel de conocimiento del antes y después de la charla informativa.</p>
<b>Contenido</b>	<p>* Diseñar el material didáctico y audio visual para el taller de información acerca del uso, importancia, seguridad y beneficios de usar las nuevas herramientas electrónicas.</p> <p>*Recolección de presentes para los regalos que pueden ser sorteados en cada capacitación.</p>
<b>Cronograma</b>	<p>Tiempo: 45 minutos Recursos humanos: estudiantes de contabilidad y un representante de la SUNAT.</p> <p>Equipos: Proyector - impresora - útiles de escritorio - mesas - sillas - etc.</p> <p>Fecha estimada: según cronograma de charlas y capacitaciones.</p>

*Fuente: elaboración propia*

Interpretación: En la tabla 11, se muestra la estrategia sobre educar en el mundo virtual, electrónica y formas de pago, para facilitar los procedimientos de cumplir con las obligaciones tributarias, debido a que el factor tiempo y dinero es sumamente importantes en los comerciantes, debido a que están constantemente ocupados en sus actividades empresariales.

Tabla 12.

*Percepción del destino de los impuestos y la administración tributaria*

<b>Estrategia N<sup>o</sup> 6. Percepción del destino de los impuestos y la administración tributaria</b>	
<b>Descripción</b>	La percepción que tiene los ciudadanos en relación al sistema tributario y sobre todo la administración de este fondo de ingresos, es clave y base para generar confianza, cultura y conciencia tributaria en cada ciudadano.
<b>Problemática</b>	La percepción negativa de los comerciantes del mercado AZ, sobre la administración de los ingresos tributarios que realizan los gobiernos de turno, las tasas altas de cobro, nivel de corrupción, carencia de beneficios y servicios básicos para la sociedad en general.
<b>Objetivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Dar a conocer la administración de los ingresos de impuestos.</li> <li>* Evaluar el nivel de ingresos y su relación con la eficiencia, eficacia y desarrollo social.</li> </ul>
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Obtener y clasificar la información brindada por SUNAT respecto al nivel de recaudación de los impuestos.</li> <li>* Explicar el destino, es decir uso y aprovechamiento de dicho dinero.</li> <li>* Nivel de crecimiento del desarrollo social en los últimos periodos 2000 a 2020.</li> </ul>
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaboración de las tablas y estadísticas de la información obtenida por medio de SUNAT.</li> <li>* Enseñar hacer la búsqueda de dicha información y/o solicitarla por la plataforma de SUNAT.</li> <li>* Recolectar el incentivo por asistir a la charla informativa en coordinación con los socios estratégicos.</li> </ul> <p>Tiempo: 45 minutos duración de la charla informativa</p>
<b>Cronograma</b>	<p>Recurso humano: Profesional de la SUNAT y alumnos de contabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Fecha estimada: según cronograma de charlas y capacitaciones.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia*

Interpretación: En la figura 12, se muestra la estrategia mejorar la percepción de los comerciantes del mercado, debido a que cuentan con un nivel positivo bajo, en base a ello es importante transmitir seguridad y transparencia acerca de la importancia de tributar y el destino que este tiene, haciendo un bien social como país.

Tabla 13.

Presupuesto de la implementación de las estrategias

<b>Estrategias diseñadas</b>	<b>Recursos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Costo s/.00</b>
Estrategia N° 1. Taller de charlas y capacitaciones	* Recurso humano * Equipos Materiales informativos * Transporte	* Ponente y/o especialista en temas tributarios - alumnos de contabilidad. * Equipamiento del espacio del taller con el proyector, laptop, internet, USB, etc. * Materiales: folletos, infovisuales, guías de información, presentes. Traslado de ida y vuelta al centro de Mercado AZ.	s/ 500.00
Estrategia N° 2. Apoyo social, por medio de socios estratégicos	* Recurso humano * Trámites de gestión * Transporte * Tecnología	* Estudiantes de contabilidad - Director de escuela. * Visita a los socios estratégicos, redacción de las cartas y solicitudes * Traslado a cada establecimiento de los socios en visita, al mercado, a la universidad. * Laptop , USB, celulares, etc.	s/400.00
Estrategia N° 3 - N° 5 y N° 6	* Recurso humano * Equipos * Materiales informativos * Transporte	* Ponente de SUNAT - entidad financiera - estudiantes de contabilidad. * Desarrollo de información audiovisual, folletos, trípticos, etc. * Traslado de los socios estratégicos, ponentes, alumnos. Equipamiento del lugar o ambiente de charla incluido el transporte. * Aperitivos por compartir.	s/800.00
Estrategia N° 4 Creación de las redes sociales	* Recurso humano * Equipo tecnológico * Transporte	* Alumnos de contabilidad y marketing. * Laptop, internet, cámara y programas de diseño gratuitos y/o pagados. * Traslado del equipo a cargo para la realización de las actividades planteadas, toma de fotos, grabación de videos.	s/300.00
<b>Total Presupuesto</b>			<b>s/ 2000.00</b>

Fuente: elaboración propia

## V. DISCUSIÓN

El tema de la recaudación y la cultura tributaria se convierte en uno de los soportes más fundamentales para el desarrollo sostenible de un país, pues a través de la recaudación de impuestos el país puede contribuir a la seguridad, la salud y las obras públicas. Por ello, en este capítulo se generó el contraste de los resultados obtenidos a lo largo de la investigación.

Con respecto al primer objetivo: identificar el grado de cultura tributaria de los comerciantes del mercado "AZ", en base a los resultados encontrados, sostenemos que el 54% de los comerciantes encuestados tienen un nivel bajo en cultura tributaria, mientras que el 42% un nivel medio y solo el 4% nivel alto. Debido a que según el análisis de las dimensiones educación tributaria y conciencia tributaria los niveles bajos superaron el 70% según las actitudes y percepciones de los clientes. Ante ello se contrasta los resultados con los del investigador Campos (2019), quien según sus análisis el 80% de los comerciantes del mercado de Huaraz tenían un nivel bajo de cultura tributaria, debido a que contaban con percepciones negativas sobre el manejo y destino de lo recaudado, falta de valores y conciencia tributaria.

Lo que generaba que no cumplieran la liquidación de sus deberes tributarias, por ello Roca (2009), menciona el valor que tiene el promover la cultura tributaria en la sociedad, porque será el medio para lograr el objetivo del cumplimiento del pago de las obligaciones tributarias e incrementar el nivel de la recaudación. Se deberá trabajar en la percepción de los ciudadanos frente al sistema tributario, debido a que hay muchos países en la que existe una ruptura entre la norma, moral y cultura siendo los reguladores del comportamiento del ser humano.

Seguido del análisis del segundo objetivo específico: Analizar la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo. Para dar respuesta al objetivo planteado se realizó la aplicación de una encuesta y análisis documental. En nivel de la recaudación de los impuestos por parte de los comerciantes fue bajo representado por un 59%, mientras que el 36% se encontró en un nivel medio y sólo el 5% se encontraba en nivel alto. Según el análisis de la dimensión legislación tributaria el 56% de los comerciantes tenían desconocimiento sobre la materia y sistema

tributarios, sobre todo en la emisión de comprobantes de pago y cumplimiento de pago de impuestos, mientras que la dimensión ingreso de los impuestos, sólo el 12% tuvo un nivel alto de percepción con el cumplimiento y pago de sus impuestos. Respecto a la dimensión materia gravada, el 69% de los comerciantes considera que las tasas de pago de los impuestos son elevadas, por ello no emiten comprobantes ni se han formalizado para que así eviten el pago de obligaciones tributarias, como impuestos y presentar sus declaraciones a SUNAT.

Ante ello se contrasta los resultados con el estudio del autor Fernández (2020), quien mencionó que según sus análisis el 61% de los comerciantes del mercado modelo no realizaban el pago de sus impuestos, debido a que se encontraban insatisfechos con las tasas altas de pago, fiscalizaciones y sistema tributario impositivo presentado por SUNAT. Así mismo, Nerré (2008), mencionó que los impuestos son una tarifa obligatoria que cobra el estado a las personas físicas y jurídicas, y se paga a una tasa impositiva en la jurisdicción donde se grava el servicio. Basado en el principio de capacidad de pago, respectivamente. La tributación disciplinaria refleja la actitud de los contribuyentes en su comportamiento.

Por otro lado, se realizó un análisis documental respecto a nivel de recaudación de impuestos por regiones, durante los últimos cuatro periodos existió variaciones significativas, sin embargo, la región Lambayeque tuvo una disminución en los ingresos recaudados en el año 2020, esto principalmente se dio por diferentes factores entre ellos se encontró la crisis sanitaria mundial COVID-19, y la informalidad y bajo nivel de cultura tributaria, también se pudo apreciar que para el año 2021 hubo un leve incremento de recaudación de impuestos, con un monto de 2,25.5 miles de soles. Por ello la recaudación se encuentran directamente vinculado con el nivel de cultura tributaria y formalización, la recaudación de impuestos recae sobre la atribución al estado de adquirir más fondos para emplear en el desarrollo y crecimiento de las obras públicas, por lo tanto, si la gente no efectúa el pago de los tributos la recaudación disminuye y, en consecuencia, descienden los fondos que tiene el estado para construir como por ejemplo los hospitales y mantener las escuelas. (Sepal S.f)

En relación al tercer objetivo específico: medir la relación de cultura tributaria y la recaudación de impuestos del Mercado "AZ". Para el cumplimiento del objetivo planteado se recaudó datos de los comerciantes del mercado, por medio de un cuestionario, siendo trasladado y analizado en el programa estadístico SPSS v25. Se pudo validar por medio de la prueba estadística Spearman obtuvo un resultado del  $r = 0,745$ . Lo que significó que la correlación fue alta positiva y el  $p$  valor =  $0,00 < 0,01$ , tuvo un nivel alto significativo.

Lo que ha permitido medir y rechazar la hipótesis nula  $H_0$ : "Existe una relación negativa indirecta entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo. Con un nivel de significancia del 1%. Por el cual se afirma que si existe un nivel alto de cultura tributaria se incrementará la recaudación de los impuestos en los comerciantes del mercado AZ, Chiclayo. Para el contraste de los resultados se validó con el estudio de Gutierrez (2021), quien dentro de sus principales conclusiones mencionó, que si existía una relación directa entre las variables con un valor de  $p = 0.727$  en la escala de Spearman, así mismo indicó que los comerciantes contaban con un conocimiento tributario bajo, carecían de valor y conciencia tributaria por desconfianza de la forma de administración del gobierno peruano. Así como Mesia (2018), concluyó indicando que existía una incidencia regular directa analizado por medio del coeficiente de Spearman de 0.613, lo que significó que si se incrementa la cultura tributaria tendrá un impacto positivo en la recaudación de impuestos.

Finalmente se planteó el cuarto objetivo específico: diseñar estrategias para mejorar la cultura tributaria del Mercado "AZ". Para el desarrollo de dichas estrategias se tomó como base el resultado del análisis del nivel de cultura tributaria que presentaban los comerciantes del mercado. Bajo ese panorama se diseñó un conjunto de estrategias, para fomentar el desarrollo de una cultura tributaria de los comerciantes a través del conocimiento de sus obligaciones tributarias, obtención de información, agilización de procesos, facilidades de pago y descuentos, fomento de la cooperación social, entre otros. Estas estrategias planteadas consistieron en brindar charlas y capacitaciones por un periodo no menor a seis meses, en temas relacionados a la importancia de tributar, de la formalización, beneficios de la tributación y transparencia de la forma de administrar y destinar la recaudación de

impuestos a nivel nacional, así como generar un apoyo colectivo social entre la Universidad Cesar Vallejo, entidades financieras y empresas ejemplares de la localidad. Seguido de iniciar los procedimientos de formalización de los negocios de los comerciantes, para acceder a beneficios y pago de sus impuestos, la creación y uso de las redes sociales, ya que en su mayoría los comerciantes siempre están revisando Facebook, WhatsApp y Tik tok. Siendo herramientas atractivas para informarse por medio de dichas plataformas, así como educarlos en el aspecto electrónico y formas de pago sencillos, finalmente generar un cambio en la percepción negativa que presentan ante la administración del gobierno de turno y forma de administrar los fondos recaudados por SUNAT.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye que los comerciantes del mercado AZ de La Victoria, cuentan con un nivel bajo de cultura tributaria, siendo representado por el 54% de los comerciantes, debido a que no cuentan con valores, conocimiento y conciencia tributaria, generando un bajo nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias a la entidad administradora SUNAT.
2. Se determinó el nivel de recaudación de impuestos en los comerciantes del mercado AZ de La Victoria, En nivel de la recaudación de los impuestos por parte de los comerciantes fue bajo representado por un 59%, mientras que el 36% se encontró en un nivel medio y sólo el 5% se encontraba en nivel alto. El principal factor que intervenía fue la percepción negativa que tenían los comerciantes con la forma de la administración de los fondos recaudados por medio de SUNAT, sin observar ni verse beneficiados por ningún medio social.
3. El estudio permite concluir, indicando que se logró medir la relación de las variables en estudio, se pudo validar por medio de la prueba estadística Spearman un resultado del  $r = 0,745$ . Lo que significó que la correlación fue alta positiva y el  $p$  valor =  $0,00 < 0,01$ , teniendo un nivel alto significativo. Lo que significó que si se mejora el nivel de cultura tributaria se mejoraría el nivel de recaudación de los impuestos, así mismo permitió rechazar la hipótesis nula de que existía una relación negativa indirecta entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo.
4. Finalmente se planteó un conjunto de estrategias, bajo el panorama encontrado en los comerciantes del mercado AZ", Chiclayo. El nivel bajo de cultura tributaria, se diseñó estrategias de capacitación, en temas fundamentales y de desconocimiento para los negociantes, estrategia de apoyo social local con la Universidad Cesar Vallejo, entidades financieras y representantes de los negocios de prosperidad, implementación y uso de las redes sociales, procedimientos de formalización y educación electrónica.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Conocido el nivel bajo de cultura tributaria que presentan los comerciantes del mercado AZ de La Victoria, se recomienda mejorar el rol de la administración tributaria, acercándose y orientando a los comerciantes de los mercados locales de Chiclayo y a nivel nacional. Por medio de capacitaciones, charlas, descuentos y conseguir inculcar valores y conciencia tributaria.
2. Se sugiere a La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), generar programas sociales con las entidades educativas superiores para llegar con mayor facilidad y confianza a los comerciantes del mercado AZ de La Victoria, transmitiéndole información acerca de la importancia de tributar y cumplir con el pago de sus impuestos, destacando el beneficio que representa para el país.
3. Se recomienda tomar en cuenta los resultados de la investigación, debido a que se comprueba que existe una relación entre la cultura tributaria y recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado AZ, debido a que los datos encontrados representan la base para iniciar un proceso estratégico y mejorar el nivel de recaudación por medio de la cultura tributaria.
4. Finalmente, se recomienda tomar en cuenta y aplicar las estrategias diseñadas en el presente estudio con los comerciantes del mercado AZ de La Victoria, de manera que se realice un resultado eficiente en curso de la cultura tributaria por medio de la educación y conciencia tributaria.

## REFERENCIAS

- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación*. Caracas Ediciones El Pacillo .
- Arriaga Baidal, G., Reyes Tomalá, M., Olives Maldonado, J., y Solórzano Méndez, V. (enero- junio, 2018). Análisis de la cultura tributaria: impuesto a la renta para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, provincia de santa Elena. *Revista ciencias pedagógicas e innovación*, 5(3),1-10. [file:///C:/Users/usuario/Downloads/214-Texto%20del%20art%C3%ADculo-828-2-10-20190818%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/214-Texto%20del%20art%C3%ADculo-828-2-10-20190818%20(2).pdf)
- Armas, A y Colmenares, M (febrero, 2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *Revista electrónica de humanidades*, 1-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>
- Amasifuen, M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Revista Accounting power for business*, 1(1), 73-90. [https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898)
- Andre, J. (2022). *Wealth taxes and the post-COVID future of the state*. Australia. <file:///C:/Users/USER/Downloads/1-s2.0-S1045235422000168-main.pdf>
- Alvarez, P. (2018). *Ética e investigación* [Archivo PDF] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6312423>
- Camacho, A., y Patarroyo, Y. (2017). *Cultura tributaria en Colombia* [Tesis de pregrado, Universidad Minuto de Dios Colombia]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/5404>
- Campos, Y. (2019). *Cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del mercado central de Huaraz 2017* [Tesis de bachiller, Universidad católica de los Ángeles Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/20426>

Campgana, D. (2013, agosto). *La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria* [Archivo PDF]. <http://ojs.urbe.edu/index.php/comercium/article/view/2050/1922>

Cordero, T. (2015). *Cuadro de operacionalización de las variables* [Archivo PDF]. <http://iseptuc.blogspot.com/2015/01/cuadro-de-operacionalizacion-de-las.html>

Contreras, G. (2019). *La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y recaudación tributaria de los comerciantes del mercado central de la ciudad de Llave periodos 2016-2017* [Tesis de pregrado, Universidad nacional del Altiplano Puno]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12174>

Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (22 de abril de 2019). *Evasión tributaria en América Latina: un llamado de atención para todos* <https://www.ciat.org/evasion-tributaria-en-america-latina-un-llamado-de-atencion-para-todos/>

Cabeza-castillo & Garcia, G (noviembre 2016) Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socieducadora. *Revista ciencias de la educación*, 1-14. <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-UnAcercamientoAlEstudioDeLaCulturaTributariaDesdeL->

Colloza, A. (22 de abril de 2019). *Evasión Tributaria en América Latina: Un Llamado de atención para todos*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. <https://www.ciat.org/evasion-tributaria-en-america-latina-un-llamado-de-atencion-para-todos/>

Ríos, M. (29 de agosto de 2021). MEF: conozca los tres factores que generan que el fisco deje de recibir dinero. *Diario Gestión* <https://gestion.pe/economia/mef-conozca-los-factores-que-generan->

que-el-fisco-deje-de-recibir-s-69106-millones-  
noticia/?outputType=amp#aoh=16345793249737&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp\_tf=De%20%251%24s

Chasiluisa, A. (2018). *Mecanismos para disminuir la evasión y elusión tributaria en la provincia de pichincha, cantos Quito* [Tesis de pregrado, Universidad central de Ecuador.  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16282>

Chuenjit, P. (2014). The culture of taxation: definition and conceptual Mohd, P. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the Influences of Religiosity. ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting.p.3. Malasia.

Gonzales , J., y Gutierrez, A. (2021). *Cultura Tributaria y Recaudación de Impuestos de los Comerciantes del Mercado Francisco Morales Bermúdez, Trujillo 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo deTrujillo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85373/Gonzales\\_RJE-Gutierrez\\_CRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85373/Gonzales_RJE-Gutierrez_CRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Superintendencia de Administración Tributaria. (2017). *Cultura Tributaria. Lima, Perú: Superintendencia de Administración Tributaria.*  
<https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>

Helhel, y., y Yazeed, H. (2018). Factors Affecting Tax Attitudes and Tax Compliance: A Survey Study in Yemen. *European Journal of Business and Management*, 6(22).  
[https://www.researchgate.net/publication/270338082\\_Factors\\_Affecting\\_Tax\\_Attitudes\\_and\\_Tax\\_Compliance\\_A\\_Survey\\_Study\\_in\\_Yemen](https://www.researchgate.net/publication/270338082_Factors_Affecting_Tax_Attitudes_and_Tax_Compliance_A_Survey_Study_in_Yemen)

- Hernández, R., Fernandez, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México Ediciones McGRAW-HILL.
- Fernández, N. (2020). *Cultura tributaria y la recaudación de impuestos de los comerciantes del mercado Modelo, Chiclayo 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipan Chiclayo]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7013>
- Lopo, A., y Coehlo, M. (2019). *Tax morals and the Brazilian citizen: an empirical study*. Brazil. <https://www.scielo.br/j/cebape/a/NScjWNQfmBLWdTR3QPZXTKH/?lang=en&format=pdf>
- Ledezma, S. (2021). *Cultura tributaria: La idea ciudadana de los impuestos* [Archivo PDF] <https://www.elsoldesanjuandelrio.com.mx/analisis/cultura-tributariala-idea-ciudadana-de-los-impuestos-7060229.html>
- Martínez González, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en Panamá. *Revista FAECOS sapiens*, 3(4), 01-12. [https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco\\_sapiens/article/view/1361](https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/1361)
- Meidawati, N., & Nurul, M. (2019). *Factors influencing the compliance of taxpayers*. Indonesia. doi:<https://doi.org/10.20885/jca.vol1.iss1.art3>
- Mendez, C. E. (2011). *Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México Ediciones Limusa.
- Mesia, S. (2018). *La Cultura Tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del mercado minorista de Pucallpa* [Tesis de maestría, Universidad de Tingo Maria]. [http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1332/SGM\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1332/SGM_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mejillón, A. (2019). *La cultura tributaria y el pago de obligaciones fiscales de los comerciantes del mercado municipal del cantón salinas, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Península de Santa Elena Ecuador]. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/5024>
- Monje, D., y Piscocoya, D. (2021). *Relación entre cultura tributaria y nivel de recaudación de impuestos en comerciantes del mercado santa lucia, ferreñafe 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipan Chiclayo]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8866>
- Martín, F (2009). *Los factores determinantes de la recaudación tributaria* [Archivo PDF]. <http://www.estimacionestributarias.com/archivos/Factores%20determinantes%20v.09.pdf>
- Ohd, P. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the Influences of Religiosity. *ASEAN Journal of Economics, Management and Accounting* .p.3.Malasia.
- Nerré, B. (2001). *The Concept of tax Culture Proceedings Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association* [Archivo PDF]. <http://www.jstor.org/stable/41954732>
- Niño. (2011). *Metología de la investigación*. Bogotá Ediciones de la U.
- O`Boyle , B. (2020, mayo 7). *Latin America's Plans to Tax the Rich. Americas Quaterly* [ Archivo PDF]. From [americasquarterly.org/article/latin-americas-plans-to-tax-the-rich/](http://americasquarterly.org/article/latin-americas-plans-to-tax-the-rich/)
- OCDE. (2021). *Tax Transparency in Latin America 2021: Punta del Este Declaration Progress Report* [Archivo PDF].

<https://www.oecd.org/tax/transparency/documents/tax-transparency-in-latin-america-2021.htm>

Peprah, C., y Duah, W. (2020). *Compliance with income tax administration among micro, small and medium enterprises in Ghana*. Ghana [Archivo PDF].  
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23322039.2020.1782074>

Panteleiev, P., & Nastenکو, V.(2018). *Tax Culture of Employees of the Enterprise Ucraina* [Archivo PDF].  
<file:///C:/Users/USER/Downloads/document.pdf>

Roca, C. (2009). *Estrategias para la formación de la cultura en Guatemala* [Archivo PDF].  
[https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42\\_2008\\_tema1\\_Guatemala.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/guatemala42_2008_tema1_Guatemala.pdf)

Rojo, F. (2016). *Procedimiento de recaudación e inspección de los tributos*. Editorial tutor información

Salas, B. (2011). Los valores personales no Alcanzan para explicar la conciencia tributaria: Experiencia en el Perú. *Revista de centro de Internacional de Administración Tributaria*, 31, 1-141.  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37070265/revista\\_ebook\\_31\\_2\\_011-with-cover-page\\_v2.pdf?Expires=1639535434&Signature=fFzjoG2opoRdY~RQCv0VzVEKTjHBRGSQX5cOfAbvjvcYaQKTUV0NxWasiP3K-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37070265/revista_ebook_31_2_011-with-cover-page_v2.pdf?Expires=1639535434&Signature=fFzjoG2opoRdY~RQCv0VzVEKTjHBRGSQX5cOfAbvjvcYaQKTUV0NxWasiP3K-)

Soka, J. (2020). *Factors influencing tax compliance among smes in moshi municipality Mzumbe* [Archivo PDF].  
<http://scholar.mzumbe.ac.tz/bitstream/handle/11192/3414/MSC-EPP-FSS-Soka-Joachim.%202019.pdf?sequence=1>

SUNAT. (2020). *Glosario de terminos sobre cultura tributaria y aduanera*  
Lima: ABC [Archivo PDF].  
<https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/2020-10/Glosario-de-Terminos-sobre-Cultura-Tributaria-y-Aduanera.pdf>

Vásquez, O. (2021, Julio 18). La cultura de recaudación tributaria y el desarrollo de la zona de Surquillo, Lima. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 9(18).  
<https://revistacienciaseconomicas.unan.edu.ni/index.php/REICE/artic le/view/500>

ANEXOS

Tabla 1: Variables y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>V1</p> <p>CULTURA TRIBUTARIA</p>	<p>Se define como un grupo de capacidades o aptitudes, compartidos por el entorno social en materia tributaria, además las normas se encargan de regular la tributación, que llevan al cumplimiento duradero del pago de las obligaciones fiscales (Cabeza, Castillo, &amp; Garcia, 2016)</p>	<p>Es una variable Ordinal, por lo que se medirá por sus indicadores por las siguientes dimensiones: Educación tributaria , Conciencia tributaria</p>	<p>Educación Tributaria</p>	<p>Conocimiento de los tributos por pagar.</p>	<p>LIKERT: Escala ordinal</p>
				<p>Participación en charlas tributarias.</p>	
				<p>Asesoría tributaria.</p>	
				<p>Actitud frente a obligaciones tributarias.</p>	
				<p>Políticas de SUNAT</p>	
			<p>Conciencia Tributaria</p>	<p>Políticas de SUNAT</p>	
				<p>Nivel económico del contribuyente</p>	
				<p>Habitualidad del pago de obligaciones</p>	
				<p>Cumplimiento de las normas tributarias</p>	
				<p>Responsabilidad</p>	
<p>Servicios de educación, salud y seguridad</p>					
<p>Grado de voluntad del contribuyente</p>					
<p>V2</p> <p>RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS</p>	<p>Los impuestos ingresan a través del pago de diversas operaciones, las principales son declaraciones juradas, IGV, percepciones y pagos a cuenta (Sepal, S,f)</p>	<p>Es una variable ordinal, por lo que se medirá por sus indicadores y por sus dimensiones:</p>	<p>La legislación Tributaria</p>	<p>Emisión de comprobantes</p>	<p>Likert: Escala ordinal</p>
				<p>Equidad Tributaria</p>	
			<p>Ingresos de los impuestos</p>	<p>Montos de recaudación</p>	
				<p>Cumplimiento del pago de impuestos</p>	
			<p>El valor de la materia gravada</p>	<p>Relación de ingresos y recaudación</p>	
<p>Evasión</p>					

## Anexo N° 1. Validaciones

### CARTA DE CONSENTIMIENTO

*"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"*

10 de octubre del 2021

Señores

Escuela de Contabilidad

Universidad César Vallejo – Campus Chiclayo

A través del presente, Magna Celide Echeverre Echeverre, identificado (a) con DNI N° 16465737 representantes de la Asociación de Pequeños Comerciantes del Mercado A-Z (ASPECOMAZ) con el cargo de Presidenta, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

a) HERMILA YULISA, BUSTAMANTE SANCHEZ

b) EYLIN MARILY, LEIVA VASQUEZ

Están autorizadas para:

a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada: **Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo**

Si  No

b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



Firma y Sello

Nombre y Apellidos: Magna Celide Echeverre Echeverre

Cargo: Presidenta

## CONSTANCIA DE COMERCIANTES

### CONSTANCIA

Magna Celide Echeverre Echeverre, identificado (a) con DNI N° 16465737 representantes de la Asociación de Pequeños Comerciantes del Mercado A-Z (ASPECOMAZ), Chiclayo que al final suscribe;

### HACE CONSTAR

Qué; en el Mercado AZ (ASPECOMAZ), Chiclayo cuenta con 298 comerciantes. Se expide la presente constancia a solicitud de las interesadas para su proyecto de investigación que lleva como título. **Cultura Tributaria y la Recaudación de Impuestos en el Mercado AZ, Chiclayo**

10 de octubre del 2021

Atentamente,



Firma y Sello

Nombre y Apellidos: Magna Celide Echeverre Echeverre

Cargo: Presidenta



Anexo N°2: Instrumentos

**CUESTIONARIO N°1**

**“Cultura Tributaria y Recaudación de Impuestos en el Mercado AZ,  
Chiclayo”**

**Presentación:**

El presente Cuestionario tiene como propósito determinar el nivel de cultura tributaria y su relación con la recaudación de impuestos en comerciantes del Mercado “AZ”, Chiclayo.

Después de conocer el propósito de la investigación, acepta participar y responder el cuestionario. Si (  )                      No (  )

**Instrucciones:** A continuación, se precisan las alternativas de respuesta, donde deberá marcar la que mejor se ciñe a su opinión, con un aspa (X).

**(1) Siempre, (2) A veces, (3) Algunas veces, (4) Muy pocas veces, (5) Nunca**

N	Ítems	ALTERNATIVAS				
		1	2	3	4	5
<b>EDUCACIÓN TRIBUTARIA</b>						
1	¿Usted conoce que institución establece los tributos por pagar?					
2	¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria, sobre IGV o regímenes tributarios?					
3	¿Cree Usted que al participar en asesorías tributarias mejoraría su nivel de conocimiento sobre los impuestos?					
4	¿Considera Usted que la educación tributaria fortalece y promueve las practicas sanas tributarias?					
5	¿Cree usted que SUNAT informa correctamente sobre cómo realizar el pago de sus impuestos?					
6	¿Usted aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?					
<b>CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>						
7	¿Usted considera que los cobros tributarios son acordes a su nivel económico?					
8	¿Usted cumple con el pago de sus impuestos a tiempo?					
9	¿Decide contribuir de forma voluntaria con sus impuestos?					
10	¿Es consciente que la irresponsabilidad tributaria le podría conducir a infracciones y sanciones?					
11	¿Cree que la gestión de fondos recaudados se invierte en Educación , Salud y Seguridad u otros gastos públicos?					
12	¿Considera importante la cultura tributaria para el incremento de recaudación de impuestos?					

## CUESTIONARIO N°2:

### “Cultura Tributaria y Recaudación de Impuestos en el Mercado AZ, Chiclayo”

#### Presentación:

El presente Cuestionario tiene como propósito analizar la recaudación de impuestos en comerciantes del Mercado “AZ”, Chiclayo.

Después de conocer el propósito de la investigación, acepta participar y responder el cuestionario. Si ( ) No ( )

**Instrucciones:** A continuación, se precisan las alternativas de respuesta, donde deberá marcar la que mejor se ciñe a su opinión, con un aspa (X).

**(1) Siempre, (2) A veces, (3) Algunas veces, (4) Muy pocas veces, (5) Nunca**

N	Ítems	ALTERNATIVAS				
		1	2	3	4	5
<b>LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA</b>						
1	¿Usted entrega comprobantes de pago en cada venta realizada ?					
2	¿Usted exige a sus proveedores los comprobantes de pago?					
3	¿Usted considera que es adecuado el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes?					
4	¿Considera justificable no realizar sus pagos a la SUNAT porque los demás comerciantes no pagan?					
<b>INGRESOS DE LOS TRIBUTOS</b>						
5	¿Considera que usted como comerciante del Mercado AZ cumple con sus obligaciones tributarias?					
6	¿Está de acuerdo que SUNAT cobre el ingreso del tributo recaudado de los contribuyentes?					
7	¿Usted realiza el pago de sus impuestos a la SUNAT?					
8	¿Realiza el pago de sus impuestos en la fecha establecida por la SUNAT?					
<b>EL VALOR DE LA MATERIA GRAVADA</b>						
9	¿Considera que los pagos de impuestos que realiza a la SUNAT corresponden a las ventas realizadas?					
10	¿Le parece que la tasa de recaudación del IGV es la adecuada?					
11	¿Considera justificable que los comerciantes del mercado AZ no emita comprobantes para no pagar más impuestos?					
12	¿Sabe usted qué consecuencias tiene evadir los impuestos?					

## Anexo 3: Validación de instrumentos

### VALIDACIÓN N°1

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: MG. CPC Eduardo Incio Ñañez

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la carrera profesional de contabilidad. Requero validar los instrumentos con los cuales se recoge la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaremos el título profesional de contabilidad.

El título de la investigación es: "Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación de instrumentos, que se remite contiene:

1. Carta de presentación
2. Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
3. Matriz de operacionalización de variables
4. Certificado de validez de contenido de los instrumentos

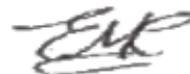
Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

BUSTAMANTE SANCHEZ, HERMILA YULISA  
DNI: 77569682



Firma

LEIVA VASQUEZ, EYLLIN MARILY  
DNI: 72422233

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Cultura Tributaria

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1: EDUCACIÓN TRIBUTARIA</b>								
1	¿Usted conoce quien establece los tributos por pagar?	X		X		X		
2	¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria, sobre IGV o regímenes tributarios?	X		X		X		
3	¿Cree Usted que al participar en asesorías tributarias mejoraría su nivel de conocimiento sobre los impuestos?	X		X		X		
4	¿Considera Usted que la educación tributaria fortalece y promueve las practicas sanas tributarias?	X		X		X		
5	¿Cree usted que SUNAT informa correctamente de cómo realizar el pago de sus impuestos?	X		X		X		
6	¿Usted aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?	X		X		X		
<b>DIMENSION: CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>								
7	¿Usted considera que los cobros tributarios son acordes a su nivel económico?	X		X		X		
8	¿Usted cumple con el pago de sus impuestos a tiempo?	X		X		X		
9	¿Decide contribuir de forma voluntaria con sus impuestos?	X		X		X		
10	¿Es consciente que la irresponsabilidad tributaria le podría conducir a sanciones y multas?	X		X		X		
11	¿Cree que la gestión de fondos recaudados se invierte en Educación, Salud y Seguridad?	X		X		X		
12	¿Considera importante la cultura tributaria para el incremento de recaudación de impuestos?	X		X		X		

Activar Win  
Ve a Configuración

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Recaudación de Impuestos

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1: Legislación Tributaria</b>								
1	¿Usted entrega todos sus comprobantes a sus clientes?	X		X		X		¿Usted entrega comprobantes de pago en cada venta realizada?
2	¿Usted exige a sus proveedores los comprobantes de pago?	X		X		X		
3	¿Usted considera que es adecuado el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes?	X		X		X		
4	¿Considera justificable no realizar sus pagos a la SUNAT porque los demás comerciantes no pagan?	X		X		X		
<b>DIMENSION 2: Recaudación de Impuestos</b>								
5	¿Considera que usted como comerciante del Mercado AZ realiza el pago de sus tributos?	X		X		X		
6	¿Está de acuerdo que el SUNAT cobre el ingreso del tributo recaudado de los contribuyentes?	X		X		X		
7	¿Usted realiza el pago de sus impuestos a la SUNAT?	X		X		X		
8	¿Realiza el pago de sus impuestos en la fecha establecida por la SUNAT?	X		X		X		
<b>DIMENSION 3: El valor de la materia gravada</b>								
9	¿Considera que los pagos de impuestos que realiza a la SUNAT corresponden a las ventas realizadas?	X		X		X		
10	¿Está de acuerdo que el monto recaudado sea el 18 % del IGV?	X		X		X		¿le parece que la tasa de recaudación del igr es la adecuada?
11	¿Considera justificable que los comerciantes del mercado AZ no emita comprobantes para no pagar más impuestos?	X		X		X		
12	¿Sabe usted que consecuencias conrae evadir los impuestos?	X		X		X		

Activa  
Win

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

5 de noviembre del 2021

Apellidos y nombres del juez evaluador: Plácido Eduardo Incio Ñañez      DNI: 16728418

Especialidad del evaluador: Magister en Gestión Financiera y Tributaria

<sup>1</sup> pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



P. EDUARDO INCIO ÑAÑEZ  
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO  
004 - 1972

\_\_\_\_\_  
Firma

## VALIDACIÓN N°2

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: **MG. CPC Hugo Collantes Palomino**  
**Presente**  
**Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la carrera profesional de contabilidad. Requero validar los instrumentos con los cuales se recoge la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaremos el título profesional de contabilidad.

El título de la investigación es: "Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación de instrumentos, que se remite contiene:

1. Carta de presentación
2. Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
3. Matriz de operacionalización de variables
4. Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma  
**BUSTAMANTE SANCHEZ, HERMILA YULISA**  
 DNI: 77569682



Firma  
**LEIVA VASQUEZ, EYLIN MARILY**  
 DNI: 72422233

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Cultura Tributaria

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: EDUCACIÓN TRIBUTARIA</b>								
1	¿Usted conoce quien establece los tributos por pagar?	X		X		X		
2	¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria, sobre IGV o regímenes tributarios?	X		X		X		
3	¿Cree Usted que al participar en asesorías tributarias mejoraría su nivel de conocimiento sobre los impuestos?	X		X		X		
4	¿Considera Usted que la educación tributaria fortalece y promueve las practicas sanas tributarias?	X		X		X		
5	¿Cree usted que SUNAT informa correctamente de cómo realizar el pago de sus impuestos?	X		X		X		
6	¿Usted aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN: CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>								
7	¿Usted considera que los cobros tributarios son acordes a su nivel económico?	X		X		X		
8	¿Usted cumple con el pago de sus impuestos a tiempo?	X		X		X		
9	¿Decide contribuir de forma voluntaria con sus impuestos?	X		X		X		
10	¿Es consciente que la irresponsabilidad tributaria le podría conducir a sanciones y multas?	X		X		X		
11	¿Cree que la gestión de fondos recaudados se invierte en Educación, Salud y Seguridad?	X		X		X		
12	¿Considera importante la cultura tributaria para el incremento de recaudación de impuestos?	X		X		X		

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Recaudación de Impuestos

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSION 1: Legislación Tributaria</b>								
1	¿Usted entrega todos comprobantes de pago en cada venta realizada?	X		X		X		
2	¿Usted exige a sus proveedores los comprobantes de pago?	X		X		X		
3	¿Usted considera que es adecuado el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes?	X		X		X		
4	¿Considera justificable no realizar sus pagos a la SUNAT porque los demás comerciantes no pagan?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: Recaudación de Impuestos</b>								
5	¿Considera que usted como comerciante del Mercado AZ realiza el pago de sus tributos?	X		X		X		
6	¿Está de acuerdo que el SUNAT cobre el ingreso del tributo recaudado de los contribuyentes?	X		X		X		
7	¿Usted realiza el pago de sus impuestos a la SUNAT?	X		X		X		
8	¿Realiza el pago de sus impuestos en la fecha establecida por la SUNAT?	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 3: El valor de la materia gravada</b>								
9	¿Considera que los pagos de impuestos que realiza a la SUNAT corresponden a las ventas realizadas?	X		X		X		
10	¿Le parece que la tasa de recaudación del IGV es la adecuada?	X		X		X		
11	¿Considera justificable que los comerciantes del mercado AZ no emita comprobantes para no pagar más impuestos?	X		X		X		
12	¿Sabe usted que consecuencias conlleva evadir los impuestos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

9 de noviembre del 2021

Apellidos y nombres del juez evaluador: COLLANTES PALOMINO HUGO YVAN    DNI: 16734957

Especialidad del evaluador: MAESTRO EN TRIBUTACION NACIONAL E INTERNACIONAL

<sup>1</sup> pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

Firma

## VALIDACIÓN N°3

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

CPC. Angel Hugo Cerna Diaz

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la carrera profesional de contabilidad. Requiero validar los instrumentos con los cuales se recoge la información necesaria para poder desarrollar la presente investigación y con la cual optaremos el título profesional de contabilidad.

El título de la investigación es: "Cultura Tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación de instrumentos, que se remite contiene:

1. Carta de presentación
2. Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones
3. Matriz de operacionalización de variables
4. Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

BUSTAMANTE SANCHEZ, HERMILA YULISA  
DNI: 77569682

Firma

LEIVA VASQUEZ, EYLIN MARILY  
DNI:72422233

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Cultura Tributaria

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1: EDUCACIÓN TRIBUTARIA</b>							
1	¿Usted conoce quien establece los tributos por pagar?	X		X		X		
2	¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a información tributaria, sobre IGV o regímenes tributarios?	X		X		X		
3	¿Cree Usted que al participar en asesorías tributarias mejoraría su nivel de conocimiento sobre los impuestos?	X		X		X		
4	¿Considera Usted que la educación tributaria fortalece y promueve las practicas sanas tributarias?	X		X		X		
5	¿Cree usted que SUNAT informa correctamente de cómo realizar el pago de sus impuestos?	X		X		X		
6	¿Usted aceptaría mayor capacitación por parte de la SUNAT con temas relacionados de cultura tributaria?	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN: CONCIENCIA TRIBUTARIA</b>							
7	¿Usted considera que los cobros tributarios son acordes a su nivel económico?	X		X		X		
8	¿Usted cumple con el pago de sus impuestos a tiempo?	X		X		X		
9	¿Decide contribuir de forma voluntaria con sus impuestos?	X		X		X		
10	¿Es consciente que la irresponsabilidad tributaria le podría conducir a sanciones y multas?	X		X		X		
11	¿Cree que la gestión de fondos recaudados se invierte en Educación, Salud y Seguridad?	X		X		X		
12	¿Considera importante la cultura tributaria para el incremento de recaudación de impuestos?	X		X		X		

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Recaudación de Impuestos

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1: Legislación Tributaria</b>							
1	¿Usted entrega sus comprobantes de pago en cada venta realizada?	X		X		X		
2	¿Usted exige a sus proveedores los comprobantes de pago?	X		X		X		
3	¿Usted considera que es adecuado el pago de impuestos que exigen a los pequeños comerciantes?	X		X		X		
4	¿Considera justificable no realizar sus pagos a la SUNAT porque los demás comerciantes no pagan?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2: Recaudación de Impuestos</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Considera que usted como comerciante del Mercado AZ realiza el pago de sus tributos?	X		X		X		
6	¿Está de acuerdo que el SUNAT cobre el ingreso del tributo recaudado de los contribuyentes?	X		X		X		
7	¿Usted realiza el pago de sus impuestos a la SUNAT?	X		X		X		
8	¿Realiza el pago de sus impuestos en la fecha establecida por la SUNAT?	X		X		X		
	<b>DIMENSION 3: El valor de la materia gravada</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Considera que los pagos de impuestos que realiza a la SUNAT corresponden a las ventas realizadas?	X		X		X		
10	¿Le parece que la tasa de recaudación del IGV es la adecuada?	X		X		X		
11	¿Considera justificable que los comerciantes del mercado AZ no emita comprobantes para no pagar más impuestos?	X		X		X		
12	¿Sabe usted que consecuencias conlleva evadir los impuestos?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

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

8 de noviembre del 2021

Apellidos y nombres del juez evaluador: Angel Hugo Cerna Díaz      DNI: 40642091

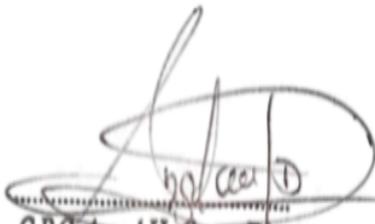
Especialidad del evaluador: Contabilidad Gubernamental

<sup>1</sup> pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

  
**C.P.C. Angel H. Cerna Diaz**  
**MAT. 04 - 2760**

Firma

## CONFIABILIDAD

Tabla 2: Alfa de Cronbach

Confiabilidad de la variable independiente: Cultura tributaria

### **Escala: ALL VARIABLES**

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,719	12

Confiabilidad de la variable independiente: Recaudación de impuestos

### **Escala: ALL VARIABLES**

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,881	12

Tabla 3: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población y muestra
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Existe relación entre la cultura tributaria y la recaudación de impuestos en el Mercado "AZ", Chiclayo?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar el nivel de Cultura tributaria y su relación con la recaudación de impuestos del mercado "AZ", Chiclayo</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>En hipótesis, la cultura tributaria tiene relación directa con la recaudación de impuestos en los comerciantes del mercado "AZ", Chiclayo</p>	<p><b>Variable independiente: Evasión Tributaria (V1)</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de los tributos por pagar.</li> <li>- Participación en charlas tributarias.</li> <li>- Asesoría tributaria.</li> <li>- Actitud frente a obligaciones tributarias.</li> <li>- Políticas de SUNAT</li> <li>- Nivel económico del contribuyente</li> <li>- Habitualidad del pago del contribuyente</li> <li>- Cumplimiento con las normas tributarias</li> <li>- Servicios de educación, salud y seguridad</li> <li>- Grado de voluntad del contribuyente</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> cuantitativo</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> descriptivo-correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> no experimental transversal</p>	<p>Población</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comerciantes del Mercado "AZ".</li> </ul> <p>N= 298comerciantes.</p>
<p><b>Problemas específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuál es el grado de cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 'AZ', Chiclayo?</li> <li>- ¿Cuál es el nivel de la recaudación de impuestos en los comerciantes del Mercado AZ'?</li> <li>- ¿Cuál es la relación de la cultura tributaria y la recaudación de impuestos en los comerciantes del Mercado 'AZ'?</li> </ul>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar el grado de cultura tributaria en comerciantes del mercado "AZ",</li> <li>- Analizar la recaudación de impuestos del mercado "AZ",</li> <li>- Verificar la relación de cultura tributaria y la recaudación de impuestos en los comerciantes del Mercado "AZ".</li> </ul>	<p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El grado de cultura tributaria en comerciantes del Mercado AZ, es bajo.</li> <li>- El nivel de la recaudación de impuestos en el mercado AZ', es bajo.</li> <li>- La relación de la cultura tributaria tiene relación directa con la recaudación de Impuestos en los comerciantes del Mecado 'AZ'.</li> </ul>	<p><b>Variable dependiente: Recaudación de Impuestos (V2)</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emisión de comprobantes</li> <li>- Equidad tributaria</li> <li>- Montos de recaudación</li> <li>- Cumplimiento con el pago de impuestos</li> <li>- Relación de ingresos y recaudación</li> <li>- Evasión</li> </ul>		<p>Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicando la siguiente formula dio como resultado 59 comerciantes</li> </ul> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se utilizó la técnica de la encuesta</li> </ul> <p>Instrumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionarios</li> </ul>