



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

Estrategia de marketing para la recaudación del impuesto predial en
una municipalidad distrital de Luya

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Villar Lopez, Jely Monica (orcid.org/0009-0007-9771-0701)

ASESOR:

Dr. Fernandez Cueva, Amado (orcid.org/0000-0002-5307-3583)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios por llenarme de bendiciones cada día.

A Samuel, Renzo y Andrea que representan la bendición más hermosa que Dios me da y por quienes sigo buscando mejorar como persona.

A mis padres por haberme llenado de amor y felicidad marcando así las rutas de mi vida.

A mis hermanos por el cariño y apoyo que me dan siempre y por ser el reflejo del amor que hemos recibido en nuestro hogar

Jely Mónica

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo de Chiclayo,

A mi Asesor Dr. Fernández Cueva, Amado, por su valioso aporte en la presente investigación y permitir concluir el estudio realizado.

Al alcalde, funcionarios, servidores y población en general de la Municipalidad Distrital de Luya, por brindarme su apoyo, para el desarrollo del presente trabajo

La autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	16
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos	18
3.6. Métodos de análisis de datos:.....	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	25
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
VIII. PROPUESTA.....	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados de la revisión de consulta amigable	22
--	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1 Resultados de la Dimensión Cultura Tributaria.....	19
Figura 2 Resultados de la Dimensión Generación de Riesgo.....	20
Figura 3 Resultados de la Variable Recaudación del Impuesto Predial.....	21
Figura 4 Síntesis gráfica de la propuesta	33

RESUMEN

La investigación titulada: Estrategia de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en una Municipalidad distrital de Luya, tuvo como objetivos diagnosticar la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya, analizar la situación de los ingresos del impuesto predial en los últimos cinco años, diagnosticar los factores causantes de la problemática del impuesto predial, diseñar una estrategia de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en el distrito, validar la propuesta estratégica de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial.

La investigación es de tipo básica, con diseño descriptivo propositivo, se realizó con una muestra de 89 contribuyentes quienes fueron elegidos en forma no probabilística por conveniencia. De los resultados se concluye que el 50% de los contribuyentes de la Municipalidad de Luya conocen sobre el Impuesto Predial, es por ello que se concreta la necesidad de mejorar los conocimientos de los ciudadanos para fortalecer su cultura tributaria, a fin de que toda la población forme parte de la transformación que la ciudad necesita y no sólo conozca, sino que se cumplan con el pago oportuno de su impuesto predial.

Palabras clave: impuesto, predial, cultura, marketing.

ABSTRACT

The research titled: Marketing strategy to improve property tax collection in a district municipality of Luya, had the objectives of diagnosing the problem of property tax collection in a district municipality of Luya, analyzing the situation of property tax revenues in the last five years, diagnose the factors causing the property tax problem, design a marketing strategy to improve property tax collection in the district, validate the strategic marketing proposal to improve property tax collection.

The research is basic, with a purposeful descriptive design, it was carried out with a sample of 89 taxpayers who were chosen in a non-probabilistic way for convenience. From the results, it is concluded that 50% of the taxpayers of the Municipality of Luya know about the Property Tax, which is why the need to improve the knowledge of citizens to strengthen their tax culture is realized, so that the entire population is part of the transformation that the city needs and not only knows but is fulfilled with the timely payment of its property tax.

Keywords: tax, property, culture, marketing.

I. INTRODUCCIÓN

Los recursos económicos con los que disponen las municipalidades en nuestro país, tienen como fuente de ingresos en primer orden a las donaciones y transferencias que el Estado realiza a favor de éstas con las cuales brinda los servicios básicos a su localidad, del mismo modo cuentan con las facultades de generar ingresos propios a través las fuentes de financiamiento de Recursos Directamente Recaudados y algunos impuestos que son de competencia municipal como son Impuesto Predial entre los más importantes, todos ellos contenidos en la legislación tributaria municipal.

En España el Impuesto sobre el Patrimonio equivalente al impuesto predial es cercano al 50% del total de los ingresos tributarios correspondientes al año 2022, Agencia Tributaria Sede Electrónica (2022) demostrando un importante comportamiento de crecimiento respecto al año anterior.

Las crisis que afrontaron los países, fueron totalmente atendidas con fondos del gobierno central a los gobiernos municipales, implementando diferentes políticas de ayuda social en cada país (OECD, 2021) hecho que ha demostrado una vez más la necesidad de implementar a los gobiernos subnacionales con estrategias que permitan potenciar sus ingresos propios mediante una gestión de cobranza eficiente.

El Impuesto a la Propiedad en América Latina y El Caribe (ALC) durante el año 2020 se redujo en un 0.1 puntos porcentuales en proporción al PBI (OCDE, 2022) el bajo porcentaje de recaudación del impuesto a la propiedad a nivel subnacional es debido a la deficiente administración local, requiriendo sistemas sofisticados para elaborar y mantener información catastral actualizada a fin de realizar los cálculos de manera adecuada y oportuna (OCDE, 2019). En Chile el impuesto a la propiedad representa el 5.4% de los ingresos tributarios a nivel del país en el año 2019 (OCDE, 2020) su denominación es Impuesto Territorial siendo el Servicio de Impuestos Internos el responsable de aplicar y fiscalizar los impuestos de acuerdo a su legislación tributaria, las contribuciones son distribuidas entre todas las municipalidades considerando algunos criterios previamente establecidos.

En el año 2019, en Perú, el Impuesto Predial representó el 2.4% de la suma total de ingresos fiscales a nivel nacional (OCDE, 2020). Es importante mencionar

que el Impuesto Predial es un tributo que está bajo la responsabilidad de la municipalidad del distrito donde se encuentra localizada la propiedad inmueble. Las contribuciones por Impuesto Predial representaron un 41.6% del total de ingresos en el año 2019 en cuanto a recaudación tributaria de competencia de Gobiernos Locales o Municipales (MEF, 2022). Los ingresos por impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Santiago de Surco alcanzaron a 114 millones de soles lo cual constituye un 5% de participación respecto al total de lo recaudado por dicho tributo a nivel de todo el país (MEF, 2022) siendo ésta la municipalidad que mejor comportamiento tiene respecto a las demás municipalidades del país por generar altos niveles de ingresos por impuesto Predial, empleando las estrategias de segmentación de contribuyentes para realizar acciones de cobranza, así como la implementación de diferentes canales de pago para facilitar el pago puntual y oportuno de los usuarios (Arce, 2021).

La municipalidad provincial de Chachapoyas en la Región Amazonas viene generando los mejores niveles de recaudación por Impuesto Predial, según la información en la consulta amigable del MEF correspondiente al año 2022, sin embargo, toda la región muestra un comportamiento deficiente de recaudación, evidenciando la escasa gestión para la cobranza del impuesto en las diferentes municipalidades, así como los bajos niveles de cultura tributaria de sus poblaciones.

De la información en la página de Consulta Amigable del MEF se puede observar que en la Municipalidad Distrital de Luya existe un bajo nivel de contribución por del impuesto Predial por parte de la población, evidenciando una mínima cultura tributaria lo que conlleva a que la Municipalidad dependa exclusivamente de los recursos que recibe como transferencia por el Gobierno Nacional para brindar los servicios que requiere su población, esto hace que el actuar del gobierno local sea deficiente considerando que los recursos obtenidos son limitados, siendo que la municipalidad no comunica a los ciudadanos sobre cuáles son sus obligaciones tributarias y del mismo modo no realiza fiscalización tributaria para exigir el pago del tributo, lo cual motiva la presente investigación quedando formulado el problema de la siguiente manera: ¿En qué medida una estrategia de marketing podrá mejorar la recaudación del Impuesto Predial en una municipalidad distrital de Luya?

Existen muchas municipalidades distritales y provinciales en todo el país, que disponen de bajos recursos económico pudiendo revertir ésta situación mejorando su recaudación, por lo tanto en la investigación se considera el aspecto metodológico, en donde resalta la importancia que a partir de los escasos conocimientos sobre el tema de investigación puede existir flexibilidad, ser creativos y tener libertad para la indagación pero al mismo tiempo se debe plantear propuestas claramente definidas con la periodicidad correspondiente (Schenkel & Pérez, 2018) por lo que la estrategia de marketing resulta importante para establecer la ruta a seguir en la búsqueda de mayores ingresos del impuesto predial y servir como referente para su aplicación en otras municipalidades; desde el punto de vista teórico se considera que el aporte del presente estudio permitirá definir claramente la conceptualización del tema tributario municipal y sus implicancias al promover un conocimiento amplio tanto por parte de la comunidad como de los servidores públicos del municipio (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) considerando el aspecto cultural se cree que en la medida que el poblador adopta el tema tributario como parte de su vida cotidiana será mucho más factible el cumplimiento oportuno del pago de sus impuestos (de Rada & Verd, 2022) lo cual permitiría a la municipalidad disponer de mayor recursos financieros; teniendo en cuenta el aspecto social se considera que los mayores ingresos por impuesto predial en una municipalidad repercute directamente en la población conllevando a que ésta puede disfrutar de mejores condiciones del vida al contar con mejores servicios básicos y complementarios.

Concluida con la justificación de la presente investigación se indica que el objetivo general es: Proponer una estrategia de Marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en una Municipalidad Distrital de Luya y siendo los objetivos específicos los siguientes, diagnosticar la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya, analizar la situación de los ingresos del impuesto predial en los últimos cinco años, diagnosticar los factores causantes de la problemática del impuesto predial, diseñar una estrategia de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en el distrito, validar la propuesta estratégica de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial.

II. MARCO TEÓRICO

Concluida la revisión de la literatura referente a recaudación de impuesto predial, en el contexto internacional se cita a Ríos & Valencia (2020) en su investigación sobre Planes estratégicos de marketing; trabajo desarrollado en España, concluyó que un plan estratégico se da de acuerdo a la tendencia y a la necesidad, respondiendo a la globalización y a los nuevos retos. De allí que el diseño de un plan de marketing debería considerar las nuevas tendencias y preferencias de mercado al cual va dirigido para poder tener el impacto esperado.

Nnamani et al. (2023) en su investigación realizada en Nigeria sobre las reformas del impuesto a la propiedad concluye que se debe emplear programas de georreferenciación para obtener datos de las propiedades y utilizar sistemas computarizados para el cálculo del impuesto. De ahí que las municipalidades deben implementar el uso de las TIC para el cálculo del impuesto, así como para la actualización de su catastro.

Según Almonte & Torres (2022) en su investigación sobre cumplimiento de los procesos presupuestarios y tributarios en una municipalidad en República Dominicana, indica que de los ingresos proyectados para el año 2020 por concepto de impuestos, sólo el 0.30% corresponden a Impuestos sobre la propiedad en el presupuesto del municipio del Ayuntamiento de La Vega en República Dominicana, se considera que la generación de recursos propios a través de los impuestos sobre la propiedad deberían tener mayor participación en el presupuesto municipal ya que con una adecuada gestión de cobranza dichos impuestos podría tener un mayor alcance en su recaudación.

Según Gutiérrez (2021) en su investigación sobre los ingresos bajos por concepto del impuesto predial en México, basa su estudio en un análisis estadístico considerando una base de datos de ingresos municipales, donde examina si las variables socioeconómicas de la municipalidad y los recursos recibidos por transferencia influyen en el nivel de recaudación, evaluó si la capacidad y competencias políticas influyen en el nivel de recaudación del impuesto predial; encontrando en su investigación que los municipios en donde existe una mayor competencia entre los candidatos electorales optan por no incrementar la recaudación del impuesto predial, así mismo también influyen la capacidad de la institución en las áreas de Tesorería y de Catastro ya que en la medida en que el

municipio presente mejores condiciones económicas y mayor urbanismo los ingresos del impuesto también son mayores. La investigación también encontró que las transferencias fiscales del Gobierno Central a los municipios no han limitado su capacidad de gestión de cobranza del impuesto predial. De allí que los municipios deberán de implementar mejores estrategias de gestión de cobranza, concentrándose en desarrollar sus funciones municipales sin importar la competencia política electoral, buscando mejorar sus ingresos financieros y tratando de impulsar el desarrollo local, así mismo el incentivo que otorga el Gobierno Central por incrementar la recaudación del impuesto predial debe ser implementado para todos los municipios del país ya que dicha estrategia promueve mejorar la gestión de cobranza en las instituciones ediles.

Cuesta (2022) de Ecuador en su investigación sobre una propuesta de gestión tributaria para una municipalidad, concluyó que los bajos niveles de recaudación del municipio de Cantón se deben al deficiente desarrollo personal y profesional de los trabajadores municipales, no existe una adecuada política municipal para la recaudación de los impuestos y por lo tanto los ingresos no se ven reflejados en obras públicas, proponiendo un modelo de gestión que requiere de permanente actualización. Las propuestas de gestión destinadas a mejorar la recaudación serán efectivas si tanto el personal municipal como los usuarios son debidamente sensibilizados y están dispuestos a llevar a cabo las acciones necesarias para alcanzar los objetivos planteados.

Acevedo & Cepeda (2020) en su trabajo de investigación realiza un análisis financiero sobre el comportamiento de la falta de pago del impuesto predial en un municipio de Girardot Colombia, concluyó que se debe fortalecer e incentivar las campañas informativas, elaborar un adecuado proceso de planificación financiera y administrativa y hacer el seguimiento a todos los procesos para alcanzar las metas establecidas cumpliendo las etapas de cobranzas y fiscalización del impuesto. De allí que la adecuada planificación de las acciones a realizar permite iniciar un proceso de cobranza y fiscalización con los datos actualizados, recursos necesarios debidamente asignados, capacitación al personal responsable y adecuada socialización del plan de trabajo a la población dando a conocer los alcances de las acciones programadas.

Morales (2021) realiza una investigación donde analiza las causas que determinan los ingresos del impuesto predial en el Perú, concluyó que el Plan de Incentivos que el gobierno central promueve referente a la meta de incrementar la recaudación por Impuesto Predial no está obteniendo importantes resultados y se debería hacer un análisis para reformar dicho plan. De allí que los gobiernos locales no sólo deben de gestionar el pago del Impuesto Predial esperando los incentivos del gobierno central, sino que deben cumplir con sus facultades recaudadoras otorgadas legalmente porque dichos recursos son necesarios para brindar los servicios básicos y atender a su población.

Chujutalli & Ormeño (2020) en su investigación presentan estrategias que ayudan a incrementar los ingresos del impuesto predial en la Municipalidad del Rimac, concluyendo que la falta de información a la población sobre las acciones de las autoridades municipales influye en el ausentismo del pago del impuesto predial. De allí que se debe considerar indispensable que las autoridades comuniquen la ejecución de los ingresos y como son utilizadas las contribuciones de los usuarios.

Agurto (2022) propone estrategias de cobranza para mejorar la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad de Chiclayo, concluyó que para mejorar la recaudación del impuesto predial se debe fortalecer la cultura tributaria, actualizar el catastro, incentivar al contribuyente y comunicar a los contribuyentes en que se utilizó su contribución. De allí que utilizando la actualización catastral y la difusión de las obligaciones tributarias en la población se podrá obtener un mejor comportamiento de impuesto predial en el presupuesto institucional, ya que para llevar el control de los predios del distrito es necesario contar con un sistema que permita el registro de las propiedades y los cambios que van sufriendo.

Alcántara (2022) Para mejorar los ingresos tributarios en la Municipalidad de Bagua, es fundamental abordar el problema del incremento en el nivel de morosidad en el impuesto predial, por lo que propone una estrategia de actualización de su catastro, utilizar campañas de descuento, realizar comunicación personalizada en redes sociales y dar facilidades de pago. De allí que, con estrategias, respaldadas por una adecuada metodología, pueden ayudar a una municipalidad a mejorar significativamente la recaudación del impuesto predial y, al

mismo tiempo, fortalecer la relación con los contribuyentes y promover una cultura de cumplimiento tributario.

Teniendo en cuenta el rumbo de la presente investigación se ha organizado las teorías considerando los antecedentes descritos y las variables del estudio.

Desde el marketing se analiza la teoría de jerarquía de necesidad de Maslow en donde Madero (2021) sostiene que es importante analizar las preferencias de las personas teniendo en cuenta la época en la que estamos viviendo. Por lo tanto, al comprender la jerarquía de las necesidades de los habitantes, será posible identificar las áreas en las que podemos enfocarnos para destacar la tributación como un elemento fundamental en la percepción de los ciudadanos.

Maslow considera a un ser humano como una pirámide de cinco niveles donde el primer nivel son las necesidades fisiológicas; conociendo el comportamiento del ser humano vamos identificando la prioridad de satisfacción de sus necesidades; la función principal del municipio es atender las necesidades fundamentales para que la población goce de mejores condiciones de vida como son los de dotar los servicios de agua, desagüe, electricidad, pistas, centros educativos, establecimientos de salud, comercio, etc. para satisfacer las diferentes necesidades clasificadas por niveles según Maslow, para cumplir con sus funciones los municipios necesitan de recursos financieros que en su gran mayoría son transferidos por el Gobierno Central pudiendo generarlos de manera autónoma, para ello requiere que la población conozca las potestades municipales así como también conozcan sus obligaciones tributarias.

Marketing es un amplio proceso de planificación de actividades que recogen la necesidad de bienes y servicios de un público específico al cual se debe de satisfacer mediante un estudio de preferencias de los clientes estableciendo costos y plazos para su implementación (Rodríguez & Ammetller, 2018).

La teoría del marketing tradicional permite llegar al cliente o usuario utilizando los canales tradicionales como son radio, televisión, medios impresos, merchandising, etc, con la finalidad de alcanzar un posicionamiento en el público objetivo (Asociación Civil Estudios Populares, 2018). Ésta forma de comunicación ha quedado rezagada al haberse incrementado los medios de comunicación digital, por lo que al haber accesibilidad a muchos canales de comunicación se deben de concentrar en captar la atención de su público con mensajes que transmitan lo que

el público quiere escuchar, con información que genere sentimiento como admiración, orgullo, cólera, molestia, etc; sólo de esa manera los mensajes van a generar un cambio de conducta, ya sea para unirse al objetivo o para obstaculizarlo.

La teoría del marketing digital se refiere a una forma de comunicación utilizando la virtualidad, empleando medios como redes sociales, página web, correos electrónicos, blog, etc. en donde la organización busca estar presente con sus bienes o servicios en la vida de los usuarios, así mismo busca fidelizar a los clientes con una interacción continua con ellos, acortando distancias y creando cercanías con su público objetivo (Esquivel, 2018). Las empresas en los diferentes rubros a los que se dedican deberían desarrollar el marketing digital considerando que es el nuevo enfoque para ejercer la administración y estrategia, lo cual sirve como soporte estratégico a las organizaciones (Marín-Palacios & Fullat, 2022).

La estrategia de marketing de las organizaciones o instituciones modernas permite trabajar en el posicionamiento de éstas buscando crear una imagen organizacional que las identifique por las acciones sociales a las que se proyectan creando un impacto social importante que busca contribuir en la mejor calidad de vida de las personas (Lavanda et al., 2022). La percepción de los pobladores referente a sus instituciones influirá en el mayor o menor cumplimiento de sus instituciones.

Un plan de marketing va más allá de colocar a una organización o empresa en una posición competitiva para inducir a que los clientes compren los bienes o servicios que ofrece, vale decir que la estrategia debe lograr una rentabilidad financiera (Chu, 2020).

Las costumbres y acciones propias de una sociedad se van fortaleciendo en la medida que su gente la siga practicando, es así que la gestión del marketing cultural permite llegar con una estrategia diseñada para revalorar la identidad de una población, generando valores, sentimientos y actitudes que inducen a su público objetivo a situarse en una posición cercana a lo que la organización o institución desea proyectar resaltando su identidad cultural (Martins, 2023). Las personas que se sienten identificadas con su gente, pueblo, costumbres, tradiciones, etc. buscan mantener vigente su arraigo cultural, en el cual se puede introducir la gestión de cultura tributaria como parte de sus valores morales y tributarios buscando un equilibrio entre bienestar social y la obligación moral de ser

parte de la gestión de una comunidad con mejores condiciones de vida para sus pobladores.

Con una estrategia de marketing, se busca establecer un camino a seguir evaluando las condiciones internas y externas para hacer un diagnóstico, establecer objetivos y definir estrategias, luego plantear acciones que respondan a las necesidades y preferencias del cliente definiendo costos y plazos (da Gama & Casaca, 2020).

La teoría de la Cultura tributaria se basa en la formación de los valores tributarios de los pobladores entendiendo la importancia de su aporte al Estado para que éste pueda atender las necesidades que demanda la sociedad tales como son educación, saneamiento, transporte, etc.

La cultura tributaria se fortalece en la medida que exista un control efectivo de parte del estado, que haga cumplir las disposiciones normativas (Gul et al., 2020). Si el gobierno es estricto, la población tenderá a acatar las leyes; en contraste, la falta de presencia estatal lleva a la indiferencia de los ciudadanos y crea una situación en la que la gente no cumple con sus obligaciones tributarias, ya que no perciben que el incumplimiento afecte de alguna manera su situación personal, por lo tanto, se vuelve irrelevante si cumplen o no con el pago de impuestos. Kuandykov et al. (2021) llegan a la conclusión de que la cultura tributaria de la población está vinculada a la comunicación fiscal que proporciona el Estado. A través de campañas de concienciación, es posible fomentar entre los ciudadanos una actitud favorable hacia el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y la internalización de valores relacionados con los impuestos, lo que puede llevarlos a convertirse en contribuyentes responsables.

Ogorodnikova et al. (2020) inician su análisis examinando los tres elementos fundamentales que conforman la cultura tributaria: la ética, la educación y la responsabilidad fiscal, y destacan que estos factores influyen en la conducta de la población en la medida en que se llegue a comprender adecuadamente. Quispe et al. (2020) indican que la cultura tributaria impacta significativamente en la evasión fiscal y los factores más relevantes son la percepción sobre la obligatoriedad de pagar impuestos y la consideración de cómo los beneficios o perjuicios afectan los ingresos de la empresa; dichos factores marcan la conducta de los contribuyentes ante la evasión fiscal. Cabrera et al. (2021) consideran que la cultura tributaria

afecta de manera significativa en la evasión fiscal en Perú, siendo que los ciudadanos no toman conciencia para el pago de sus impuestos.

El aspecto tributario en las municipalidades los conforma los impuestos, tasa y contribuciones, para lo cual el Estado ha generado un marco normativo que otorga facultades específicas a las entidades ediles con la finalidad de cumplir con las gestiones que permitan generar los recursos financieros para mantener una ciudad provista de los servicios necesarios y garantizar el bienestar de la población; para lo cual cada ente municipal deberá de implementar las áreas correspondientes y ejecutar las funciones previstas en la Ley (MEF & BID, S/F).

A nivel mundial existe la cobranza por Impuesto Predial, cuyas denominaciones varían pudiendo encontrarlas como Impuesto Territorial, Impuesto a la Propiedad Inmobiliaria, etc., siendo importante el registro de las propiedades a fin de conocer el detalle y la actualización de las mismas (Wyatt, 2019) esto permite tener una planificación del uso de las tierras y el crecimiento de los pueblos, en donde las autoridades podrán elaborar proyectos concretos dirigidos al beneficio de la población, con ciudades planificadas evitando el crecimiento desordenado; el Impuesto Predial es aquel tributo que grava el valor de las propiedades urbanas y rústicas, así lo especifica el marco normativo correspondiente

Kresch et al. (2022) consideran que existe mayor probabilidad de que el impuesto predial sea pagado en aquellos hogares que cuentan con los servicios básicos de saneamiento en comparación con aquellos hogares que no cuentan con dichos servicios. Los ciudadanos necesitan tener las condiciones básicas para atender las necesidades de su hogar y después programar pagos por impuesto.

El valor del impuesto predial se determina con la presentación de la Declaración Jurada de propiedad ante la municipalidad en cuyo lugar se encuentra el predio. Es el Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento quienes se encargan de aprobar los valores arancelarios y valores unitarios de cada municipalidad a nivel nacional considerando criterios debidamente establecidos a fin de que éstos correspondan a la realidad del lugar. Turley (2022) considera que la autoevaluación del valor de la propiedad mediante la presentación de la declaración jurada facilita al Estado la valoración de las propiedades.

La legislación tributaria municipal establece de manera detallada cuales son las entidades inafectas al pago del impuesto predial, del mismo modo nuestra

legislación contempla el beneficio de exoneración del pago por el valor de 50 UITs para los pensionistas que cumplan con determinados requisitos. Banzhaf et al. (2021) indica en su investigación que las exenciones del impuesto predial de acuerdo a la edad son un instrumento político importante y que sirven para brindar bienestar y disminuir la crisis financiera.

La legislación tributaria municipal considera que es renta de la municipalidad distrital en cuyo distrito se ubica la propiedad afecta al impuesto predial, por lo que dicha municipalidad se encuentra obligada a implementar medidas necesarias para la correcta administración de los fondos que ingresan por dicho concepto.

El cronograma de pago del impuesto predial está establecido en la legislación tributaria, pudiendo la entidad edil fraccionar el pago en cuotas trimestrales, muchos ciudadanos consideran que el pago del impuesto es voluntario y que lo pueden hacer en cualquier época del año, dicha actitud genera inconvenientes en la ejecución del presupuesto municipal ya que el ingreso por impuesto predial debería ser en los meses de enero y febrero, recaudación que no se cumple por desconocimiento de la población, lo cual implica retrasos en la ejecución de planificación de actividades que son financiadas por dichos impuesto.

Se debe concientizar a la población de la relación existente entre los ingresos tributarios y los gastos que realiza el Estado, las acciones que realiza la administración tributaria para obtener los recursos y también las consecuencias de la evasión tributaria (Patricio et al., 2023) la falta de educación tributaria a los ciudadanos por parte de la administración tributaria afecta los ingresos de las entidades del Estado, haciendo que éste no cumpla con sus funciones por falta de presupuesto.

La falta de una relación sólida entre ciudadanos y estado genera la existencia de evasión fiscal (Gashi & Beqiri, 2023) ya que por un lado el ciudadano considera que su contribución no está siendo usada adecuadamente debido a la percepción de corrupción, así como del inadecuado uso de los ingresos del estado y por otro lado las mínimas sanciones y bajo castigo moral a los evasores hace que la evasión fiscal se normalice en la sociedad. Taranu & Verbeeck (2022) consideran que una adecuada política contra la expansión urbana es el impuesto a la propiedad, ya que de esa manera se exige al ciudadano a optimizar el uso de los suelos. Por otro lado, Martin & Beck (2018) concluyen que la gentrificación o incremento del valor de una

determinada zona ocasiona un incremento del impuesto a la propiedad con lo cual desplaza a los propietarios; a mayores servicios en las zonas urbanas mayor será el valor del impuesto.

La educación tributaria en niños, jóvenes y adultos de una población busca introducir los conceptos básicos de tributación municipal, así como entender que las necesidades de la población podrán ser atendidas siempre que los ciudadanos sean parte de la solución de los problemas mediante la participación contributiva, así como con la participación activa y coordinada con las autoridades, ello conduce a alcanzar una sociedad solidaria. La aplicación de una estrategia pedagógica comunicativa contribuye en la educación y fortalecimiento de la conciencia tributaria a largo plazo, lo que permite contrarrestar la evasión fiscal (Puigví, 2022).

Pirela (2021) concluye que la educación universitaria del contador público debe considerar materias que formen valores tributarios, esto permitirá que los profesionales brinden servicios orientados cumplimiento y respeto de las normas tributarias.

Si las autoridades municipales se aseguran de que la población esté bien informada acerca de sus responsabilidades tributarias y también informan cómo se utilizan los ingresos tributarios, pueden fomentar la participación ciudadana y establecer una relación más estrecha con los ciudadanos. Al transparentar tanto los ingresos como los gastos del municipio, brindan a los residentes la oportunidad de obtener información detallada sobre la gestión, lo que demuestra el nivel de respeto que las autoridades tienen hacia sus ciudadanos. El proceso de transparencia de la información pública de las entidades en el portal web institucional permite generar confianza de los ciudadanos con el Estado, así mismo da oportunidad a cuestionamientos y control por parte de la sociedad civil (Villalobos, 2020).

Cuanta más información se comparta, aumenta la probabilidad de que dicha información llegue a los ciudadanos, lo que les permite planificar y realizar sus pagos de tributos municipales en el plazo correspondiente.

La percepción de una administración municipal que enfatiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, llevando a cabo medidas de fiscalización y aplicando sanciones a aquellos que subvalúan o evaden impuestos, motiva a los ciudadanos a realizar sus pagos de manera oportuna por temor a enfrentar multas como

resultado de las acciones de fiscalización emprendidas por la municipalidad. Es fundamental que la población esté informada sobre las actividades de fiscalización que lleva a cabo la municipalidad, lo que demuestra que está manteniendo el orden en la comunidad mediante el cumplimiento de sus responsabilidades establecidas en la legislación municipal. Esto contribuye a fortalecer la percepción de un gobierno eficiente y transparente, incentivando así el cumplimiento tributario. Es esencial que la población tenga una comprensión clara de que las autoridades municipales han sido elegidas para llevar a cabo la implementación de las leyes y para gestionar una administración municipal eficaz.

La implementación de un proceso de fiscalización requiere una preparación adecuada, ya que puede ser un proceso largo y costoso para la entidad. Por esta razón, a menudo se considera más efectivo llevar a cabo un enfoque preventivo que incluye actividades de difusión, sensibilización y persuasión.

El Estado debe esforzarse de manera constante por adoptar de manera sistemática las innovaciones tecnológicas de la era actual, con el objetivo de reducir los costos de producción (Lorente, 2020). La mayoría de las municipalidades en nuestro país tienden a retrasarse en la adopción de avances tecnológicos en su administración y procesos de cobranza. Esto significa un desaprovechamiento de las ventajas que la tecnología ofrece, ya que la implementación de sistemas catastrales y de cobranza podría ayudar a reducir costos y agilizar las tareas relacionadas con la recaudación.

El enfoque en la gestión basada en resultados es una estrategia que establece los cimientos para una gestión integral que abarca la planificación, supervisión y evaluación de programas o proyectos con el objetivo de alcanzar resultados concretos y medibles (UNODC, 2018).

Dentro del enfoque de gestión basada en resultados, los participantes deben respaldar sus logros con pruebas que sean cuantificables en relación al objetivo general. Esta información se utiliza para tomar decisiones de gestión que permiten una revisión de las estrategias basada en los resultados previos. El objetivo es optimizar los recursos y esfuerzos, enfocándolos hacia los resultados esperados.

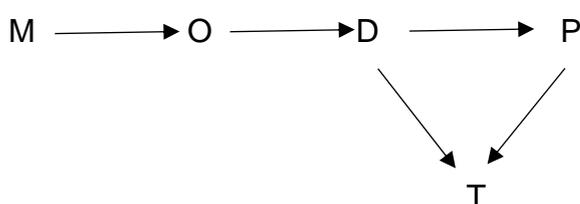
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, de tipo básica, con diseño descriptivo propositivo. Según Hernández & Mendoza (2018) una investigación es cuantitativa cuando recolecta datos mediante el uso de técnicas estadísticas y procede con la medición de sus variables, dimensión e indicadores, luego se identifica el comportamiento de la población objetivo y finalmente se analizar la conducta de los ciudadanos estudiados, en éste caso referidos al pago del impuesto predial; diseño descriptivo propositivo porque se hizo un diagnóstico del problema, luego se analizaron los datos y finalmente se hizo una propuesta.

Teniendo en cuenta que el trabajo de investigación es una propuesta estratégica de marketing que permitan incrementar los ingresos de la recaudación del impuesto predial, la misma se puede medir y observar por lo estaría considerado dentro del paradigma Positivista.

El diseño del estudio tiene el siguiente esquema



Dónde:

M Muestra de estudio seleccionada

O Variable de estudio: Recaudación del impuesto predial

D Diagnóstico y evaluación del problema

T Son las teorías que fundamentan la propuesta: Teoría de la jerarquía de necesidades, teoría del marketing digital, teoría del marketing tradicional y teoría de cultura tributaria.

P Propuesta de solución al problema

3.2. Variables y operacionalización.

Variable independiente: Estrategia de marketing

Definición conceptual

Estrategia de marketing es un plan donde la empresa u organización utilizará todas sus capacidades y fortalezas para poder adaptarse y cumplir con las

exigencias del mercado objetivo teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas existentes.

Definición operacional.

La estrategia de marketing constituye una propuesta de solución al problema de la recaudación del impuesto predial, y son elaboradas por la autora del presente estudio teniendo en consideración las estrategias de marketing tradicional como: radio, televisión, impresiones y merchandising y estrategia de marketing digital como: contenidos, redes sociales, correo electrónico, dicha propuesta será sometida a validación mediante juicio de experto, teniendo en cuenta las siguientes dimensiones e indicadores:

Dimensión: Aspectos generales

- Nombre de la propuesta
- Síntesis gráfica de la propuesta
- Secciones que comprende la propuesta
- Elementos componentes de cada una de sus secciones
- Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio

Dimensión: Contenido

- Pertinencia del nombre de la propuesta
- Describe las teorías y enfoques que sustentan la propuesta
- Concordancia de la propuesta con la información del marco teórico conceptual
- Coherencia de la propuesta con el diagnóstico del problema
- Concordancia con los objetivos de la propuesta de investigación
- Describe la metodología a desarrollar en la implementación de la propuesta
- Describe las estrategias y/o actividades que conforman la propuesta
- Describe los procesos a implementar en la propuesta

Dimensión: Valoración integral de la propuesta

- Pertinencia de la propuesta
- Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación
- Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación

- El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación
- Determinación del sistema de evaluación de la propuesta

La valoración de los resultados, se realiza a través de una ficha de experto según los valores siguientes: muy adecuado (MA), bastante adecuado (BA), adecuado (A), poco adecuado (PA) e inadecuado (I)

Variable dependiente: Recaudación del impuesto predial

Definición conceptual

Recaudación del impuesto predial es el cobro del tributo denominado impuesto predial que deben realizar los gobiernos locales en todo el país, se encuentran afectas todas las propiedades inmuebles urbanas o rústicas, dicha renta representa ingresos para la municipalidad donde se encuentra ubicada la propiedad; MEF & BID (s/f).

Definición operacional.

La recaudación del impuesto predial se evaluó con la aplicación de un cuestionario de 14 preguntas, las mismas que se encuentran organizadas teniendo en cuenta las dimensiones de cultura tributaria y generación de riego, así como con los indicadores de cada dimensión.

Indicadores

Dimensión: Cultura Tributaria:

- Conocimiento.
- Aprendizaje
- Disposición de pago
- Difusión

Dimensión: Generación de Pago:

- Fiscalización
- Sanación
- Ejecución

Escala

El formato considera 5 niveles de respuesta.

Nunca (1), Casi nunca (2), veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5)

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

3.3.1. Población

La población lo forman 1190 ciudadanos registrados como contribuyentes en la municipalidad distrital de Luya correspondiente al año 2023, para el estudio se ha incluido a los ciudadanos que tienen por lo menos una propiedad en la ciudad, se ha excluido a propietarios menores de edad.

3.3.2. Muestra

Para el presente estudio se considera a una muestra de 89 contribuyentes de la comuna edil de Luya

3.3.3. Muestreo

Se empleó la técnica Aleatoria Simple para seleccionar la muestra de estudio utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p q N}{z^2 p q + e^2 (N-1)e}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 1190

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de individuos de la población que tiene las características que se desean estudiar.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen las características de interés.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 0.10%

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (1190)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (1190-1)}$$

n = 89 contribuyentes.

3.3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis lo conforman contribuyentes de una municipalidad de Luya.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.

La técnica e instrumentos para la recolección se elaboran mediante un proceso riguroso garantizando la validez de los datos obtenidos que su análisis y discusión permitirán llegar a conclusiones en la investigación (Useche et al., 2019)

Entrevista. - Se aplicó una guía de entrevista a tres (03) servidores de una Municipalidad Distrital de Luya, con lo cual se diagnosticó los factores causantes de la problemática de los ingresos del impuesto predial.

Encuesta. - Herramienta en este estudio, en la que se aplicó un cuestionario a los residentes que pagan impuestos en una Municipalidad Distrital de Luya. Lo que nos permitió recopilar información y analizar la recaudación del impuesto predial en el distrito. Se logró identificar el problema relacionado con la recaudación de impuestos prediales y se formuló una propuesta estratégica.

Se empleó un formulario de cuestionario en formato Likert que nos permitió obtener información sobre las opiniones y comportamientos de los contribuyentes.

3.5. Procedimientos

Se solicitó de permiso al alcalde de una Municipalidad Distrital de Luya para realizar la investigación en dicha comuna, luego se aplicó el instrumento de entrevista a tres (03) funcionarios de la municipalidad y el cuestionario a la población de la muestra de estudio, con la información obtenida se pudo analizar, diagnosticar y emitir conclusiones y recomendaciones.

3.6. Métodos de análisis de datos:

Se utilizó un enfoque de análisis tipo descriptivo, para interpretar los datos y poder emitir una opinión de los resultados obtenidos.

3.7. Aspectos éticos

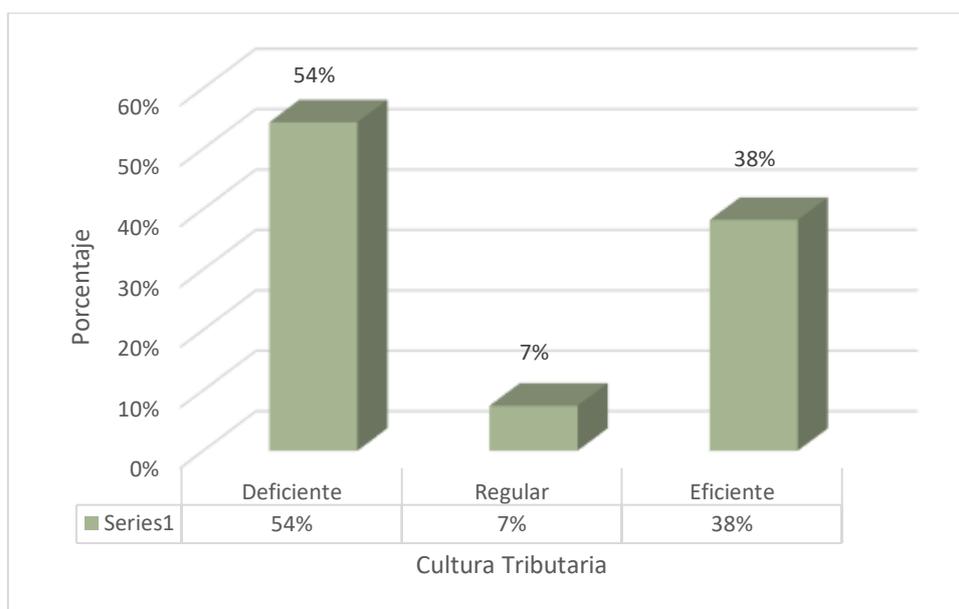
El trabajo de investigación ha seguido los procedimientos establecidos por la Universidad, aplicando las encuestas a la población de la muestra seleccionada y buscando que la información sea real y verídica para que los resultados permitan hacer el análisis adecuado, lo cual nos conduce a emitir las conclusión y recomendaciones necesarias alineadas al objetivo de nuestra investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados del cuestionario diagnóstico aplicado a los ciudadanos del distrito de Luya

Figura 1

Resultados de la Dimensión Cultura Tributaria

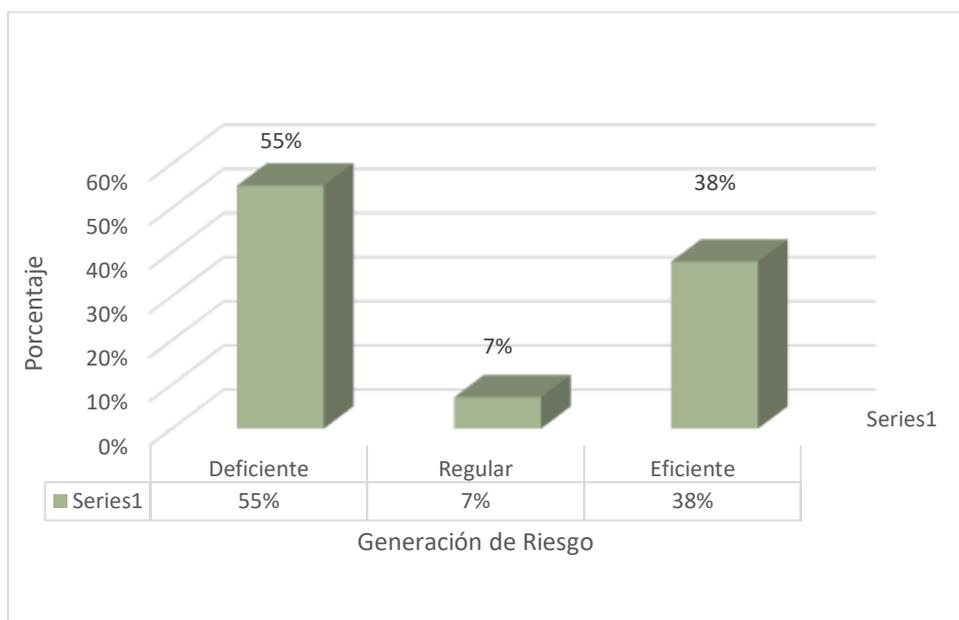


La figura N° 1 refleja los resultados de los ítems desde el 1 hasta el ítem 8 que están relacionados con la dimensión de Cultura Tributaria y que buscan evaluar el conocimiento de la población sobre las obligaciones tributarias, específicamente del impuesto predial, así como las acciones realizadas por la Municipalidad Distrital de Luya para difundir estas obligaciones, siendo los siguientes, un 54% de la población encuestada se encuentra en la categoría de deficiente, un 7% está en la categoría de regular y un 38% se ubica en la categoría de eficiente. Estos resultados indican que la mayoría de los ciudadanos encuestados no tienen un conocimiento sólido sobre cuáles son sus obligaciones tributarias en relación con el impuesto predial. Además, señalan que la Municipalidad Distrital de Luya podría mejorar en términos de difusión de estas obligaciones, ya que la mayoría de los encuestados no ha escuchado difusión realizada por la municipalidad al respecto. Es evidente que hay un trabajo importante por hacer en lo que respecta a la difusión de las obligaciones tributarias por parte de la municipalidad y en la educación de la población para que cumpla con el pago del impuesto predial. Además, los

ciudadanos muestran interés y apoyo hacia la municipalidad para llevar a cabo actividades educativas en los centros de educación sobre la difusión mediante charlas y talleres sobre impuesto predial, lo que podría contribuir a una mayor concienciación y cumplimiento tributario en el futuro.

Figura 2

Resultados de la Dimensión Generación de Riesgo

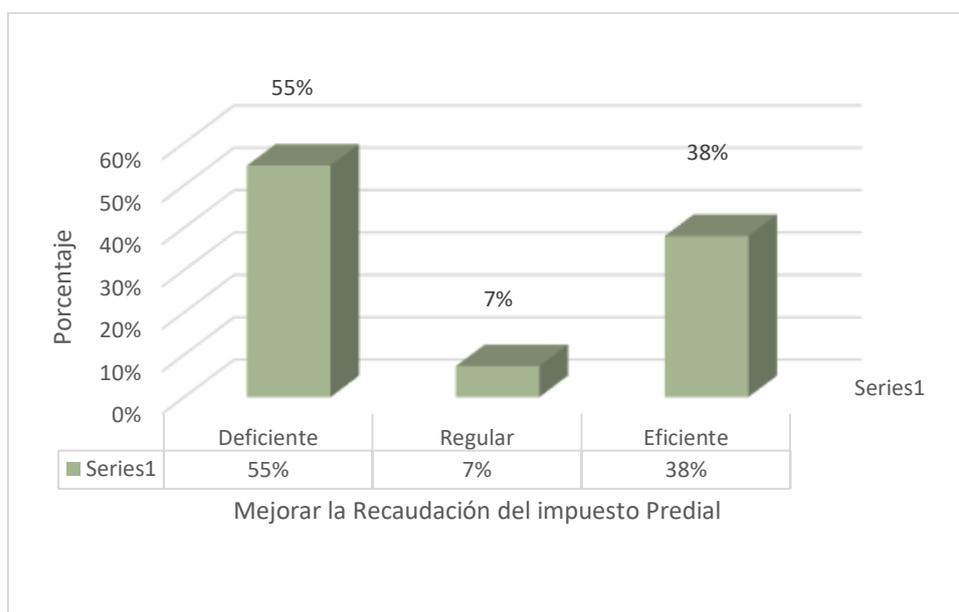


En la figura N° 2 se observa resultados del cuestionario referidos a ítems desde el N° 9 hasta el N° 14, los resultados de la encuesta en la dimensión de Generación de Riesgos, que buscó evaluar el conocimiento de la población sobre las acciones forzosas de cobranza que la Municipalidad de Luya podría implementar en relación con el impuesto predial y cómo afectaría a los ciudadanos morosos, omisos o subvaluadores, siendo los siguientes: un 55% de la población encuestada se encuentra en la categoría de deficiente, un 7% está en la categoría de regular y un 38% se ubica en la categoría de eficiente. Estos resultados indican que la mayoría de los ciudadanos encuestados no tienen un conocimiento sólido acerca de las acciones de fiscalización y las sanciones que podrían derivarse del incumplimiento del pago del impuesto predial. Así mismo, la población no sabe que podrían estar sujetos a embargos de sus cuentas y bienes por los incumplimientos respecto al pago del impuesto predial. Estos hallazgos sugieren que la población no percibe los riesgos que implica incumplir con sus obligaciones tributarias. Las

acciones coercitivas que la municipalidad debería implementar no existen, ni la difusión de las consecuencias de su incumplimiento. En resumen, la municipalidad no ejerce las potestades de fiscalización y sanción que tiene de acuerdo a la legislación tributaria municipal, lo que resulta en una falta de generación de riesgo para la población en términos de incumplimiento tributario y por lo tanto despreocupación de los pobladores por realizar los pagos de sus impuestos

Figura 3

Resultados de la Variable Recaudación del Impuesto Predial



Los resultados de la encuesta en relación a la variable Recaudación del impuesto predial, que abarcó los ítems desde el N° 1 hasta el N° 14, se resumen de la siguiente manera, un 55% de la población encuestada se encuentra en la categoría de deficiente, un 7% está en la categoría de regular y un 38% se ubica en la categoría de eficiente. Estos resultados indican que la mayoría de los ciudadanos encuestados tienen un conocimiento limitado acerca de las obligaciones tributarias relacionadas con el impuesto predial. Además, sugieren que la Municipalidad Distrital de Luya no está realizando esfuerzos significativos para informar a la población sobre estas obligaciones tributarias, ni siquiera sobre las consecuencias que conlleva su incumplimiento. En resumen, la municipalidad no está llevando a cabo acciones efectivas para dar a conocer a la población las obligaciones tributarias que deben cumplir en relación con el impuesto predial. Esto

ha llevado a que los ciudadanos desconozcan las posibles consecuencias del no cumplimiento de estas obligaciones, lo que podría estar afectando negativamente la recaudación del impuesto predial en el distrito y con ello la deficiente generación de recursos económicos a favor de la comuna, impidiendo la atención adecuada de las necesidades de la población. Así mismo con la falta de educación tributaria hacia la población por parte de la municipalidad, se deja de formar valores tributarios en las nuevas generaciones de la localidad.

4.2. Resultados de la revisión de la consulta amigable en la página web del Ministerio de Economía y Finanzas.

Tabla 1

Resultados de la revisión de consulta amigable

Ingresos	Impuesto Predial
2018	S/ 16,924.00
2019	S/ 31,866.00
2020	S/ 12,069.00
2021	S/ 50,145.00
2022	S/ 21,652.00

Para conocer los ingresos económicos registrados por la municipalidad distrital de Luya se procedió a realizar la consulta amigable en el módulo de ejecución de los ingresos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), observando que los ingresos en el año base 2018 muestra un bajo nivel de ingresos, situación que cambia el año 2019 mostrando un importante incremento, sin embargo el año 2020 disminuye el ingreso incluso por debajo de lo recaudado el año base, atribuyendo éste comportamiento de los ingresos debido a la pandemia de COVID-19 en donde la población dejó de tributar por la difícil situación económica que travesaba y los escasos recursos económicos de las familias de la localidad; para el año 2021 ésta situación se revierte superando ampliamente lo recaudado en años anteriores, pero para el año 2022 los ingresos por impuesto predial vuelven a disminuir siendo el resultado de las consecuencias de la pandemia COVID-19 que afectó la economía mundial, lo cual incrementó el costo de vida, siendo el distrito de luya un lugar donde su economía se basa en la

agricultura, ganadería y el comercio, habiendo sido dichas actividades paralizadas durante la pandemia existió una situación crítica en la mayoría de las familias que se vieron afectadas y obligadas a priorizar sus gastos para atender sus necesidades básicas de alimentación, vestido, vivienda y educación; esto muestra que en la Municipalidad distrital de Luya no implementan acciones eficientes de gestión de cobranza lo cual afecta el presupuesto municipal ya que no existen recursos para atender las necesidades de la población.

4.3. Resultados de la guía de entrevista aplicada a funcionarios de la Municipalidad Distrital de Luya

Se aplicó la entrevista a tres trabajadores de la Municipalidad Distrital de Luya con el objetivo de conocer los factores causantes de la problemática del impuesto predial, los entrevistados trabajan en diferentes áreas de la municipalidad, habiendo considerado a la responsable de Rentas que lleva dos(02) años en el cargo y al mismo tiempo también realiza funciones de Mesa de Partes, la responsable de la DEMUNA cuenta con diez (10) años en el cargo y anteriormente ha realizado funciones de Rentas así como otros dentro de la municipalidad y por último al Tesorero que tiene doce (12) años en el cargo y es responsable de los ingresos económicos de la municipalidad por todo tipo de fuentes de financiamiento. En los trabajadores entrevistados tenemos una profesional universitaria en Administración de Empresas, una Técnica Contable y un Técnico Agropecuario, de los cuales una tiene contrato por Locación de Servicios y dos trabajadores son contratados por el régimen 276.

Respecto al problema principal que diagnostican sobre la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde laboran, dos trabajadores coinciden en indicar que es la morosidad o pocos pagos por dicho concepto y una trabajadora considera que el principal problema es la falta de capacitación al personal y la falta de concientización a la población sobre tributación.

Sobre los principales factores causantes de la problemática de la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde laboran indican que hay poco interés de la gente, una inexistente concientización a la población y por último baja cultura tributaria por parte de la población en el distrito.

Respecto a las alternativas de solución que plantean para solucionar la problemática de la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde

laboran, dos trabajadores coinciden en que la Municipalidad debe de realizar concientización a los pobladores sobre la importancia de pagar el impuesto predial y una trabajadora indica que la Municipalidad debe de implementar capacitación al personal en temas tributarios.

Respecto a cuáles son los ingresos por concepto del impuesto predial en los últimos cinco años en la municipalidad donde laboran, dos trabajadores desconocen dicha información y la trabajadora de Rentas sólo brinda información de los años 2021 con un monto de S/ 50,165.70 y 2022 con un monto de S/ 54,757.70 indicando que solo conoce dicha información porque son los años que ella labora en la institución.

Sobre la importancia de implementar un plan de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde laboran, todos los trabajadores entrevistados manifiestan que si es importante implementar un plan de marketing que sea aplicado a en toda la población lo cual permitiría que los ciudadanos conozcan sobre cuáles son sus obligaciones tributarias, los procedimientos para cumplir con sus obligaciones tributarias y sobre todo fortalecer la cultura tributaria en la localidad.

Respecto a la cantidad de contribuyentes que tiene la municipalidad, dos trabajadores desconocen la cantidad exacta de contribuyentes que tiene la municipalidad y una trabajadora indica que la municipalidad distrital cuenta con 1190 contribuyentes de la zona urbana y que no tiene registro de los predios urbanos existentes en la jurisdicción.

En la pregunta si los predios urbanos y rústicos de la jurisdicción de la municipalidad donde labora se encuentra debidamente registrados, un trabajador indica que desconoce dicha información, una trabajadora indica que sólo se encuentran registrados un 75% de predios urbanos y sólo un 40% de predios rústico, y finalmente otra trabajadora indica que la municipalidad sólo cuenta con un registro de predios urbanos.

Finalmente, ante la pregunta si la municipalidad realiza el pago del 3/1000 (3 por mil) de los ingresos por impuesto predial a la Dirección General de Políticas y Regulación en Vivienda y Urbanismo y si adquieren los valores unitarios arancelarios cada año, todos los trabajadores entrevistados indican que la municipalidad distrital de Luya no realiza dicho pago.

V. DISCUSIÓN

El propósito central de este estudio es proponer una estrategia de marketing destinada a aumentar los ingresos derivados del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya. Además, se pretende reforzar la conciencia tributaria entre los habitantes del distrito y fomentar el compromiso de los contribuyentes sobre sus obligaciones tributarias.

Los hallazgos de la investigación en relación al indicador de conocimiento revelan que los ciudadanos tienen un entendimiento teórico sobre la naturaleza del impuesto predial y su destino en términos de fondos recaudados. Sin embargo, este nivel de conocimiento no se traduce necesariamente en un aumento de la recaudación para la municipalidad, dado que se observa un alto grado de morosidad en los pagos, resultado similar a lo que concluye Giraldo (2022) que respalda la hipótesis planteada, donde sugiere que una gestión tributaria enfocada en educar a los contribuyentes sobre la legislación tributaria puede promover una cultura tributaria que conduzca a un pago oportuno del impuesto predial. Esto implica que no basta simplemente con el conocimiento que se tiene al respecto, sino que es necesario llevar a cabo una labor eficiente de gestión de cobranza que incluya la implementación de diversas estrategias previamente diseñadas para llegar a todos los residentes del distrito y aumentar así los recursos financieros disponibles en la entidad edil.

Se evidencia que un poco menos de la mitad de los residentes participa en las charlas informativas organizadas por la municipalidad. Sin embargo, es importante destacar que la comunidad valora la inclusión de temas de tributación municipal en el currículo educativo de los centros educativos. Esto refleja un nivel de interés relativamente bajo por parte de los pobladores en asumir plenamente su responsabilidad ciudadana, al mismo tiempo que sugiere que están dispuestos a delegar parte de esta responsabilidad a las instituciones educativas, esperando que estas instruyan a los estudiantes sobre cuestiones tributarias municipales; éstos resultados son similares a los que Mundo (2021) en su investigación constata que la escasa recaudación del impuesto predial se debe en gran medida a la falta de conocimiento de los procedimientos tributarios necesarios y al desconocimiento de los propósitos a los que se destina el dinero recaudado. Esto resalta la necesidad de fortalecer tanto los conocimientos tributarios como los valores y la conciencia

ciudadana en la población para fortalecer la predisposición hacia el pago del impuesto.

La actitud apática de los residentes al no querer participar en las charlas ofrecidas por la municipalidad, donde podrían aprender y contribuir en temas de interés común, subraya la urgencia de llevar a cabo una amplia labor de sensibilización y educación en la población. Esto es esencial para mejorar los conocimientos, valores y el sentido de ciudadanía, los cuales se han debilitado debido a la deficiente gestión tributaria que ha perdurado a lo largo de varios años a través de diversas administraciones municipales. Asimismo, es fundamental señalar que la difusión desempeña un papel crucial en la transparencia de las acciones realizadas por la entidad, ya que permite comunicar a la población acerca de sus actividades, logros y también sobre la corresponsabilidad que recae en la ciudadanía, resultado similar a lo investigado por Molina & Rodríguez (2019) en donde indica que la transparencia es un elemento primordial en el rol democrático de la población lo cual permite al ciudadano ser parte activa del desarrollo local y considerar que con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias puede exigir a sus autoridades la atención de sus necesidades.

Los habitantes de Luya no efectúan sus pagos del impuesto predial de manera voluntaria y rara vez ponen estos pagos como una prioridad en sus gastos familiares mostrando un resultado deficiente lo cual resulta similar a lo obtenido por García (2020) donde concluye que el bajo nivel educativo de los habitantes de un lugar tiene un impacto negativo en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Además, la falta de conciencia tributaria y los valores personales limitados contribuyen a la escasa recaudación de ingresos en la municipalidad debido a la falta de pago de impuestos. La ausencia de iniciativas de gestión de cobro por parte de la municipalidad ha generado una amplia brecha entre los ciudadanos y sus responsabilidades tributarias, La falta de políticas tributarias activas por parte de la municipalidad ha contribuido al conformismo y la disminución de los valores cívicos entre sus ciudadanos, lo que a su vez ha resultado en una recaudación tributaria insuficiente. Para que los residentes puedan comprender y cumplir con sus obligaciones tributarias, es esencial llevar a cabo una campaña informativa de amplia difusión que tenga como objetivo educar a los ciudadanos contribuyentes y futuros contribuyentes, lo cual permitirá fomentar la ciudadanía activa en ellos.

Respecto al indicador difusión podemos encontrar que la municipalidad no realiza acciones de difusión para educar y dar a conocer a la población las obligaciones tributarias pero los ciudadanos consideran que la municipalidad siempre debería hacer publicidad sobre este tema, los resultados coinciden con lo investigado por Vílchez (2020) donde demuestra que mediante la aplicación de un programa de educación fiscal los estudiantes exhiben un nivel superior de difusión y orientación tributaria; las personas estamos aprendiendo constantemente durante nuestra vida y los pobladores niños y adultos requieren de tener al alcance la información pertinente para poder fortalecer su cultura tributaria y enriquecer sus valores. En la medida que mayor información tengamos al alcance sobre las obligaciones tributarias mayor será la posibilidad de los ciudadanos cumplan con realizar el pago de sus tributos.

De acuerdo a lo encontrado en la investigación la municipalidad distrital de Luya no realiza acciones de fiscalización predial, sin embargo los ciudadanos consideran que si se debería hacer fiscalización en el distrito; caso contrario a lo encontrado por Medina (2021) en donde la municipalidad si realiza fiscalización por impuesto predial y lo hacen de manera acertada; la fiscalización busca la ampliación de la base de contribuyentes, mejorar los ingresos, inducir a una cultura de pago oportuna del impuesto y generar una presión en los contribuyentes para el cumplimiento del pago del impuesto, por lo que resulta necesario e importante su implementación para obtener mayores ingresos en la comuna, sin embargo ello implica que los responsables encargados de dicho trabajo conozcan los procedimientos a realizar, donde la municipalidad tenga los recursos financieros que necesita, ya que el proceso de fiscalización es oneroso, considerando que la municipalidad distrital de Luya cuenta con un presupuesto pequeño es difícil la implementación de un área de fiscalización por lo que sus esfuerzo deberían enfocarse en una campaña de información continua con el objetivo de concientizar a los ciudadanos y lograr los ingresos por concepto de impuesto predial con la participación voluntaria de los ciudadanos. Las notificaciones preventivas dando a conocer el estado de cuenta de las obligaciones tributarias de los ciudadanos en el distrito pueden ejercer un primer nivel de presión a los pobladores; dicha acción no necesariamente puede llegar a concluir con procedimientos de fiscalización, pero

si influirá en la decisión de los contribuyentes para tomar en cuenta el pago de sus deudas tributarias.

Respecto al indicador sanción se observa que el resultado es deficiente ya que la Municipalidad no impone sanciones por conceptos tributarios por lo que la población en el distrito desconoce dicho procedimiento; sin embargo parte de la población considera que la Municipalidad si debería de imponer sanciones a los ciudadanos que incumplen con el pago de sus impuestos municipales, resultado que es similar a lo obtenido por Ríos (2021) en donde demuestra que con la aplicación correcta de los procedimientos de sanción se mejora la recaudación ya que los contribuyentes toman conciencia de las consecuencias que acarrea el no pagar el impuesto predial. Así mismo Madrigal-Delgado (2021) considera que los ingresos por concepto del impuesto predial en México mejorarán con una adecuada gestión de cobranza por lo que es necesario fortalecer la capacidad recaudadora partiendo con potenciar el capital humano para implementar las acciones adecuadas de cobranza; esto implica que al tener personal debidamente capacitado se pueden iniciar los procesos de cobranza que ampara la Ley de Tributación Municipal llegando a aplicar las sanciones a los contribuyentes deudores. Radvan & Svobodová (2023) consideran que la declaración jurada de impuestos se debería eliminar ya que toda la información se encuentra registrada en el catastro y que la fiscalización se debería hacer de manera periódica.

En el indicador Ejecución se obtuvo un resultado deficiente ya que la población desconoce en qué consiste un proceso de ejecución, pero considera que la municipalidad debe realizar ejecuciones para el cobro del impuesto predial, dichos resultados son similares a los obtenidos por Mendoza-Fernández et al (2020) donde consideran que para mejorar los ingresos la Municipalidad debe implementar el principio de eficiencia; esto garantiza que los procesos de cobranza sean aplicados con rigurosidad y respeto a las normas legales. La garantía del debido proceso en los procedimientos de fiscalización y posterior ejecución de la deuda crean un posicionamiento de legalidad de la entidad edil respecto a sus acciones de cobranza.

En la Dimensión Cultura Tributaria los resultados de la investigación son deficientes lo cual refleja que gran parte de la población desconoce cuáles son sus obligaciones tributarias respecto al impuesto predial, que no han escuchado o visto

información emitida por parte de la municipalidad al respecto, pero considera que es necesario que la municipalidad haga difusión sobre estos temas, resultados que son similares a los que obtuvo Huamán (2020) al determinar que existe correlación en cultura tributaria y conocimiento de la obligaciones tributarias; lo que nos permite entender que a través del conocimiento se genera cultura tributaria, por lo que es importante que la municipalidad así como el gobierno nacional implemente estrategias que permitan educar a los contribuyentes y estudiantes sobre temas de tributación municipal, postulado que es similar a lo concluido por Gonzales (2022) donde arriba que el responsable de Recaudación debe de realizar acciones de sensibilización para fortalecer la cultura tributaria así como dar a conocer los montos de pago a los contribuyentes. Por su parte Nurlala et al. (2021) consideran que la cultura tributaria y los valores de moralidad afectan positivamente al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Así mismo Seliutina (2021) concluye que tomar conciencia sobre la necesidad que tiene el Estado de los recursos provenientes de los impuestos es entender lo que significa cultura tributaria. Vehovar et al. (2018) consideran que la cultura tributaria se verá afectado por los valores personales tributarios,

Los resultados de la investigación en la Dimensión Generación de riesgo indican que el 55% de la población es deficiente, 7% es regular y 38% es eficiente, lo cual demuestra que los pobladores no conocen los riesgos que tienen por no pagar su impuesto predial, no han sido fiscalizados ni sancionados, es decir que la municipalidad no cumple con las potestades fiscalizadoras y sancionadoras establecidas en la legislación tributaria municipal, lo cual no genera percepción de riesgo en la población, resultados similares a los obtenidos por Celestino (2021) en donde demuestra que la falta de fiscalización es una debilidad en la gestión de recaudación; lo que nos lleva a entender que en la medida que la municipalidad no implemente programas de fiscalización sobre impuesto predial los pobladores seguirá incumpliendo con el pago de sus tributos.

A través de las acciones destinadas a cultivar una percepción de riesgo entre los contribuyentes, se busca modificar las actitudes de aquellos ciudadanos que no cumplen con sus pagos de impuestos; Sin embargo, según los resultados de la investigación, en el distrito de Luya no existe una percepción de riesgo significativa, dado que la municipalidad no implementa ningún tipo de estrategia de cobranza

que involucre la fiscalización y la imposición de sanciones cuando sea necesario. Esto implica que los contribuyentes pueden no percibir un riesgo elevado de enfrentar multas y sanciones si se descubre que han evadido sus obligaciones tributarias o subvalorado sus bienes.

Por su parte Irureta (2022) obtiene como resultado de su investigación que la planificación de fiscalización ejecución y determinación de la deuda que realizan los colaboradores repercute de manera favorable en los niveles de recaudación tanto en la cobranza ordinaria como en el cobranza forzosa; éstas acciones permiten que la población perciba a la municipalidad como una entidad de prestigio que está vigilante en el cumplimiento de sus funciones lo que induce a los pobladores a que paguen sus obligaciones tributarias de manera oportuna evitando la cobranza forzosa.

Respecto a la variable Recaudación del impuesto predial, se obtuvo que un 55% es deficiente esto implica que la población desconoce cuáles son sus obligaciones tributarias, pero que si está dispuesta a aprender, considera que si deberían enseñar en los centros educativos sobre el tema, pero ésta misma población tiene baja disposición al pago de su impuesto, la municipalidad no realiza difusión sobre impuesto predial, no cuenta con un plan de fiscalización y nunca impone multas por no pagar el impuesto predial; demostrando que la municipalidad no realiza gestión de cobranza y que la población tiene una baja cultura tributaria, lo cual afecta a los ingresos por impuesto predial, por lo que es necesario que a través del liderazgo de la autoridad municipal implemente programas orientados a brindar información y educar a la población en temas tributarios, resultados que son similares a lo obtenido por D'Armas & Mayor (2022) en donde concluye que con el alto nivel de aceptación de autoridad elegida por el pueblo sus objetivos son aceptados por los trabajadores y por la población en general.

Es necesario que los ciudadanos comprendan el alcance de sus obligaciones tributarias, así como las consecuencias sobre el incumplimiento de las mismas, sólo así se podrá cambiar el comportamiento de indiferencia respecto al pago del impuesto predial que actualmente se observa en el distrito de Luya a pesar de que en los distritos y provincias cercanas los ciudadanos en su gran mayoría cumplen con realizar el pago de sus obligaciones tributarias y que conocen los procedimientos de fiscalización que se implementan en sus distrito.

VI. CONCLUSIONES

- 1 En relación a la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya, se identificaron varios aspectos preocupantes. Primero, se observó que la municipalidad no lleva a cabo una gestión adecuada para cobrar el impuesto predial. Además, los residentes carecen de conocimientos sobre sus responsabilidades tributarias. Por último, la población de Luya muestra un nivel muy bajo de cultura tributaria.
- 2 En lo que respecta a la situación de los ingresos por impuesto predial en los últimos cinco (5) años, se ha observado que estos son generalmente bajos en comparación con lo que deberían ser en realidad. Existe una notable brecha de morosidad que la municipalidad debe reducir para obtener los recursos necesarios y poder satisfacer las necesidades de su población.
- 3 En cuanto a las causas de la problemática relacionada con el impuesto predial, se identificó que la Oficina de Rentas no cuenta con un responsable exclusivo que pueda gestionar eficazmente esa área, cumplir con las disposiciones establecidas en la Legislación tributaria y llevar a cabo una cobranza adecuada. Además, se observa una falta de empoderamiento del personal para abordar cuestiones tributarias y, por último, se nota una escasez de valores tributarios en la población.
- 4 Se elaboró una estrategia de marketing con el propósito de mejorar la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya. Esta estrategia se basó en diversas teorías, incluyendo la jerarquía de necesidades, el marketing tradicional, el marketing digital, la teoría de la cultura tributaria y el enfoque de la gestión basada en resultados. La intención es aplicar esta propuesta en la municipalidad con el fin de aumentar los ingresos del impuesto predial. La propuesta fue validada a través de la evaluación de expertos en el campo.
- 5 Se validó la propuesta con la participación de expertos quienes revisaron, evaluaron y realizaron sugerencias para mejorar la propuesta, luego procedieron a firmar la conformidad confirmando su validez.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al alcalde y los regidores de la municipalidad distrital de Luya, establecer una Oficina de Rentas con personal dedicado exclusivamente a esta función, encargado de llevar a cabo la gestión de cobranza de los tributos municipales.
2. Implementar estrategias de cobranza con el objetivo de reducir la brecha de morosidad en relación al impuesto predial.
3. Capacitar al personal municipal responsable de la Oficina de Rentas en temas tributarios y de atención al contribuyente para brindar un servicio eficiente y confiable
4. Implementar la propuesta de marketing diseñada para aumentar los ingresos por impuesto predial. Esta estrategia busca promover la cultura tributaria entre los ciudadanos y fomentar valores relacionados con la tributación en todas las edades, desde niños hasta adultos en la localidad, así como reducir la morosidad.

VIII. PROPUESTA

ESTRATEGIA DE MARKETING PARA INCREMENTAR LOS INGRESOS DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA

Presentación.

Los ingresos por concepto del Impuesto Predial en la Municipalidad Distrital de Luya muestra un bajo comportamiento de recaudación, teniendo en cuenta el número de contribuyentes registrados en todo el distrito.

La responsable de la Oficina de Rentas realiza también las funciones de Mesa de Partes, esto no permite concentrarse en desarrollar todas las funciones que la legislación tributaria le ha otorgado para recaudar los tributos municipales.

La propuesta se orienta a fortalecer la cultura tributaria mediante estrategias de marketing que permitirán incrementar los ingresos del impuesto predial en la localidad de Luya, aplicando una segmentación del público objetivo en estudiantes quienes conforman la sección de potenciales contribuyentes y los adultos quienes son los responsables tributarios encargados del pago del impuesto predial. Así mismo se propone emplear estrategias del marketing tradicional como radial, impresiones y merchandising; así como el marketing digital como contenidos, redes sociales, correo electrónico.

Justificación.

Las entidades ediles a nivel nacional cuentan con las facultades recaudatorias de los tributos municipales y son los responsables de la administración de dichos fondos; éstas funciones se encuentran establecidas en la normatividad municipal.

Los tributos municipales creados para la administración local son las rentas con las que el gobierno local puede disponer para la atención de las necesidades de su población.

En el distrito de Luya los pobladores muestran un bajo interés respecto al pago del impuesto predial, esto ve reflejado con los reducidos ingresos tributarios registrados, por lo que existe una gran necesidad de fortalecer la cultura tributaria en la población, así como la generación de valores tributarios, por lo que se debe aplicar la propuesta estratégica de marketing para incrementar los ingresos del Impuesto Predial, donde la municipalidad interactúa con la población objetivo

Cambiar el comportamiento de la población de no pagar su impuesto predial implicará realizar un trabajo estratégico de manera continua a largo plazo involucrando a la población en su conjunto

Marco Teórico.

La estrategia de marketing es un documento guía que establece las prioridades de un plan de acción que la entidad debe de realizar para alcanzar los objetivos propuestos.

La estrategia de marketing relacionada al tema comunicacional permite elaborar un plan de acción considerando las herramientas de publicidad, redes sociales y las relaciones públicas entre las más importantes (Blume et al., 2018) en la medida que una marca permanezca presente en la vida de su público objetivo tendrá mayores oportunidades de ser considerada como opción en la toma de decisiones; es así que la población requiere de una estrategia de marketing comunicacional para recordar cuáles son sus obligaciones tributarias de tal manera que pueda priorizar su pago y tener presente que existe la obligación de pagar el impuesto predial en la municipalidad donde se encuentra ubicado su predio. En muchas ciudades del país existe una fuerte campaña publicitaria de parte de los gobiernos locales para dar a conocer las obligaciones tributarias y los beneficios de pagar oportunamente el impuesto predial, así como también difundir las consecuencias de no realizar el pago, obteniendo como resultado disminución de la morosidad, mayores ingresos económicos para la entidad edil y mayor disponibilidad de recursos para atender las necesidades de la población.

El uso de la comunicación digital permite el posicionamiento del producto o servicio (Gutierrez-Valladolid et al., 2021) actualmente mediante el uso de las redes social se puede llegar a impactar en el público objetivo, esto permite que los usuarios consideren dentro de sus conceptos de conocimiento general aquello que continuamente visualizan. Con el internet disponible para todos los pobladores, en la actualidad las redes sociales y otras plataformas digitales de la comunicación digital se han convertido en una necesidad, lo que permite interactuar de inmediato con aquello que nos interesa.

Objetivos

Objetivo General: Incrementar los ingresos del Impuesto Predial en la Municipalidad Distrital de Luya.

Objetivos específicos.

- Generar valores tributarios en la población del distrito.
- Promover un comportamiento de pago puntual de los tributos.
- Reducir la conducta de morosidad del impuesto predial.

Fundamentación.

La propuesta estratégica de marketing para incrementar los ingresos del Impuesto Predial en la municipalidad distrital de Luya, es el resultado de la investigación efectuada en la jurisdicción del distrito de Luya, identificando que los ciudadanos necesitan mejorar los escasos conocimientos que tienen sobre tributación municipal, que permita fortalecer la cultura tributaria y los valores tributarios, lo que llevará a edificar ciudadanía a nivel local.

Con la propuesta de marketing se involucra a la sociedad civil y los barrios, así como al sector educación con los centros educativos de la ciudad, quienes mejoraran sus conocimientos previos dando énfasis a la educación tributaria local, revalorando la esencia del ser humano como parte de la sociedad y como tal obligado a contribuir para mejorar la calidad de vida de toda la población en su conjunto.

Enfoques.

- **Gestión del Conocimiento.** - Anteriormente, este enfoque se aplicaba principalmente en actividades del sector privado, con la intención de transmitir conocimientos y experiencias de los empleados dentro de la misma empresa. Ahora, se busca una articulación entre la Oficina de la DEMUNA, que trabaja en programas sociales y en los barrios, y el enfoque de marketing tradicional. Esto se hace con el objetivo de sensibilizar a la población sobre temas relacionados con el Impuesto Predial.

La estrategia de marketing implementada en los centros educativos tiene como objetivo capitalizar la experiencia de los docentes y utilizar los temas de ciencias sociales para inculcar valores tributarios en los estudiantes. Esto

tiene como finalidad formar futuros ciudadanos que sean contribuyentes comprometidos y que participen activamente en asuntos políticos, sociales y económicos en el distrito.

- **Formación de Valores Tributarios.** - Es esencial que los residentes comprendan el motivo y el propósito de pagar impuestos, ya que esto asegura una práctica constante de cumplimiento de las obligaciones tributarias a través del pago voluntario de impuestos. Este proceso permite proporcionar a la municipalidad los recursos necesarios para ofrecer los servicios requeridos por la población y administrarlos de manera eficaz y eficiente.
- **Construcción de la Ciudadanía.** - Los ciudadanos tenemos la responsabilidad de contribuir con una parte de nuestros recursos para el beneficio común. Esto es esencial para asegurar la prestación de servicios públicos en la ciudad y promover una convivencia digna para todos. La construcción de la ciudadanía solo se logra cuando somos conscientes de nuestra contribución al desarrollo de nuestra comunidad.

Diagnóstico

Para entender la situación actual del problema de los bajos ingresos del impuesto predial en la municipalidad distrital de Luya partimos realizando el análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Análisis FODA

Fortalezas.

- La municipalidad cuenta con un área de Rentas para la atención a los vecinos referente al impuesto predial.
- El alcalde muestra interés en buscar solución al problema sobre la recaudación del impuesto predial.
- La responsable de Rentas conoce el tema de tributación.
- Estrecha coordinación con centros educativos.

Debilidades.

- La responsable de Rentas también cumple las funciones de Mesa de partes.
- No tienen un sistema para Rentas.

- No cuentan con documentos normativos que establezcan los procedimientos para la ejecución de sus funciones de una administración tributaria.
- Falta de capacitación a la responsable de Rentas.
- No existe difusión sobre las obligaciones tributarias.

Oportunidades

- Existentes diversos medios de comunicación masiva.
- Disponibilidad de diferentes canales de pago en el mercado.
- Comités de barrios organizados.

Amenazas

- Escasas oportunidades de trabajo.
- Crisis política y económica del país.
- Desconocimiento de la población en temas tributarios.

Descripción de la propuesta.

La estrategia de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de Luya tiene las siguientes fases:

Marketing Tradicional: Se deberá elaborar material informativo para su difusión en la radio municipal, en las reuniones con los barrios y programas sociales y material didáctico para los centros educativos.

Marketing Digital: Desarrollar contenido informativo para su difusión en las redes sociales más utilizadas en la localidad Facebook, Instagram, whatsapp y notificaciones a través del correo electrónico a los contribuyentes.

Intervención en los Barrios. - En las reuniones que la municipalidad organiza en los cuatro barrios de la ciudad para informar sobre las acciones en curso y los proyectos en desarrollo, también se pueden utilizar como oportunidad para concienciar a los residentes sobre la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias municipales. Esto implicaría proporcionar capacitación en temas tributarios a los vecinos y distribuir material publicitario relacionado con el asunto.

Para generar interés en los talleres, se llevará a cabo un concurso entre los cuatro barrios y los centros poblados cercanos. Este concurso se centrará en la mejora de parques, jardines, la limpieza de sus áreas, así como en el

embellecimiento de fachadas, balcones y ventanas. La actividad se llevará a cabo durante un período de cuatro meses y la premiación se programará para el mes de junio, coincidiendo con la celebración de las fiestas patronales.

Centros de Educación. - Se llevará a cabo una coordinación con los directores o encargados de los centros educativos con el fin de coordinar la organización de talleres de formación destinados a los profesores sobre cuestiones tributarias de ámbito municipal. Estos maestros posteriormente instruirán a sus estudiantes sobre dichos temas y realizarán la correspondiente evaluación. Además, como parte de las festividades con motivo del aniversario de la ciudad de Luya, se llevará a cabo una competencia interna de murales informativos, en la cual los premios serán concedidos por la municipalidad.

Contenidos a desarrollar.

ESTRATEGIAS	DETALLE	ACCIONES	ACTIVIDADES	PERIODICIDAD	RESPONSABLE	PRESUPUESTO
Fomentar cultura tributaria: Barrios, programas sociales y beneficiarios de programa Lurawi Perú	Registrar información básica de cada poblador y aplicar cuestionario para conocer el nivel de conocimiento sobre Impuesto Predial	Registro de datos del participante	Elaboración de una ficha de datos	Anual	Responsable de Rentas	S/ 50.00
		Informar sobre temas tributarios	Preparación de material informativo y merchandising	un mes	Responsable de Rentas	S/ 900.00
		Brindar información y alcances del concurso.	Elaborar bases del concurso y explicación el procedimiento	cuatro meses	Responsable de Rentas	S/ 1,000.00
Promover la educación en temas tributarios en los centros educativos	Reunión de trabajo con docentes.	Informar sobre temas tributarios a profesores	Preparación de material informativo y merchandising	un mes	Responsable de Rentas	S/ 900.00
		Clases sobre tributación	Preparación y aplicación de clases y evaluación	Dos	Docente	S/ 50.00
		Brindar información y alcances del concurso.	Elaborar bases del concurso y explicar el procedimiento	un mes	Responsable de Rentas	S/ 1,500.00
Difusión de temas tributarios en redes sociales para mejorar la forma de comunicación con el vecino.	Utilizar perfiles y canales en plataformas virtuales y sociales para difundir temas del Impuesto predial	Elaboración de contenidos	Preparar material de difusión sobre la obligación del impuesto predial	Un mes	Responsable de Comunicaciones	S/ 500.00
		Utilizar facebook, Instagram, whatsapp, y tik tok	Publicación de contenidos en redes sociales	Anual	Responsable de Comunicaciones	S/ 50.00
		Correo electrónico y whatsapp	Notificar recordatorios de pago a contribuyentes	Anual	Responsable de Rentas	S/ 50.00
TOTAL PRESUPUESTO						S/ 5,000.00

Evaluación.

Se llevarán a cabo evaluaciones iniciales y finales en cada taller para evaluar el progreso de los participantes en los barrios. Además, se realizarán pruebas de conocimiento a los alumnos en los centros educativos. Se contempla la posibilidad de reconocer y premiar la participación de los centros educativos.

Vigencia del modelo

La estrategia de marketing propuesta para incrementar los ingresos en la municipalidad distrital de Luya se llevará a cabo a lo largo de un período de 5 años y se podrá modificar según las necesidades que surjan durante su implementación.

Retos que exige el modelo.

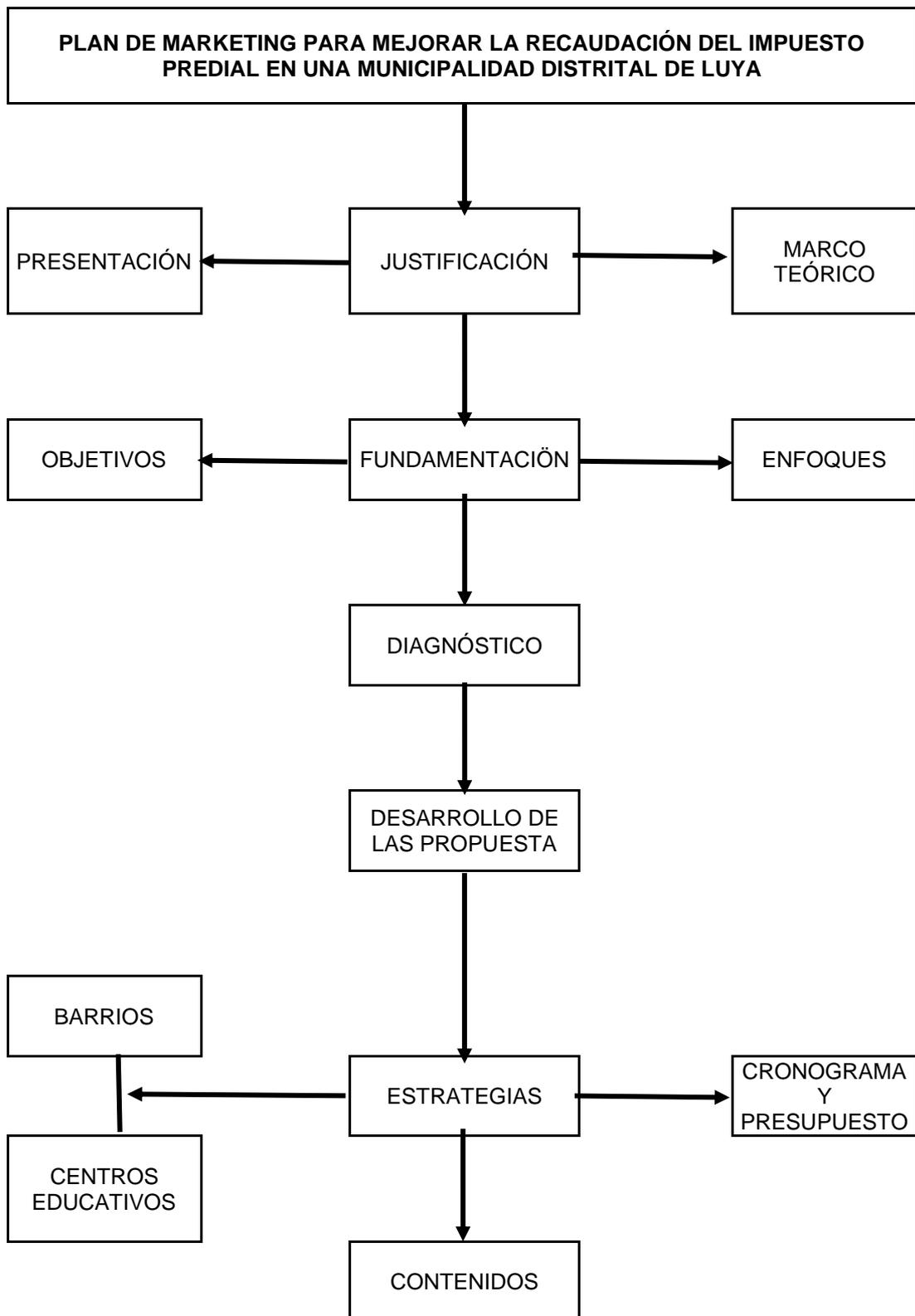
Alcanzar a la mayor cantidad posible de ciudadanos en el distrito de Luya con el fin de promover la cultura tributaria y la formación de valores relacionados con los impuestos.

CRONOGRAMA

Nº	ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
		1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.
1	Elaboración de plan de trabajo	X															
2	1ra presentación de plan de trabajo	X															
3	Reunión de coordinación con directores de centros educativos y presidentes de barrios		X														
4	Adquisición de materiales y contratación de servicios		X														
5	Socialización de plan de trabajo		X	X													
6	Taller con profesores				X												
7	Talleres con barrios					X	X	X	X	X	X			X	X		
12	Concurso de barrios												X				
13	Premiación a participantes												X				
8	Dictado de clase en centros educativos													X	X		
9	Concurso de periódicos murales															X	
10	Presentación de periódicos murales en aniversario de la ciudad																X
11	Premiación a participantes																X

Figura 4

Síntesis gráfica de la propuesta



REFERENCIAS

- Acevedo, R. y Cepeda, O. (2021). Análisis financiero del comportamiento del no pago del impuesto predial y su impacto en el municipio de Girardot periodo 2016 - 2019. [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios.Girardot-Colombia]. <https://hdl.handle.net/10656/13822>.
- Agencia Tributaria Sede Electrónica (2022). Análisis del Presupuesto de ingresos de Madrid 2019 – 2022 <https://agenciatributaria.madrid.es/portales/contribuyente/es/Impuestos-tasas-y-precios-publicos/Bienes-Inmuebles-IBI-/Mas-informacion/Impuesto-sobre-Bienes-Inmuebles-IBI-Informacion-general/?vgnextfmt=default&vgnextoid=d88526dcde762810VgnVCM1000001d4a900aRCRD&vgnnextchannel=59e1e5bcc9c78710VgnVCM1000008a4a900aRCRD>
- Agurto, J. (2022). Estrategias de cobranza para la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Chiclayo. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/78469>
- Alcántara, E. (2022). Estrategias tributarias para la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad provincial de Bagua. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/79843>.
- Almonte, C. y Torres, R. (2022). Evaluación del cumplimiento de los procesos presupuestarios y tributarios en el Ayuntamiento Municipal de La Vega, República Dominicana. 2017-2018. [Tesis de Maestría, Santo Domingo: Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña]. Disponible en: <https://repositorio.unphu.edu.do/handle/123456789/4818>

- Arce, J. (2021). Estrategias de mejora para aumentar la recaudación del Impuesto Predial en la Municipalidad Distrital de Santiago. [Tesis de maestría, Universidad César vallejo]. Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/68160?locale-attribute=es>
- Asociación Civil Estudios Populares (2018). Acciones para una buena comunicación de gobiernos locales: manual de marketing y comunicación política. *Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. https://www.kas.de/documents/287460/4262432/Manual_marketing_com_pol_2018.pdf
- Banzhaf, H., Mickey, R. & Patrick, C. (2021). Age-based property tax exemptions. *Journal of Urban Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103303>.
- Blume, C. E., Cruzado Huerta, S. H., & Zegarra Cavero, C. M. (2018). Análisis de las estrategias de comercialización de vehículos livianos de marcas chinas en el mercado peruano y planteamiento de estrategias para su comercialización. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1372>
- Cabrera, A., Sánchez, J. y Cachay, C. (2021). Tax culture and its relationship with tax evasion in Peru. *Journal de Ciencias Sociales*. ISSN 13159518, <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85114715838&origin=inward&txGid=8564b1a82ba20ebdba2e0ed942fc465b>.
- Celestino, P. (2021). Recaudación tributaria y su incidencia en el logro de los objetivos de la gestión municipal en Ate, 2020. [Tesis de Maestría,

- Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/54166>.
- Chu, M. (2020). *El ROI de las decisiones del marketing. Un enfoque de rentabilidad*. Editorial UPC. <https://doi.org/10.19083/978-612-318-270-0>.
- Chujutalli, J., & Ormeño Calderón, C.A. (2020). Estrategias para incrementar la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Distrital del Rímac [Trabajo de investigación, Universidad del Pacífico]. Repositorio institucional.
<http://hdl.handle.net/11354/2736>.
- Cuesta, P.A. (2022). Modelo de Gestión Tributaria para mejorar la eficiencia en la recaudación de impuestos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cascales, periodo 2021. [Trabajo de titulación modalidad Proyecto de Desarrollo previo a la obtención del título de Magister en Administración Tributaria, UCE].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/27571>.
- da Gama, A. P., & Casaca, J. A. (2020). A “strategic map” for marketing. *Innovar*, 30(77), 77–91.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87431>.
- de Rada, V. D., & Verd, J. M. (2022). Introduction: The current state of social research methodology in Spain. *Papers*, 107(4).
<https://doi.org/10.5565/rev/papers.3078>
- D'Armas, M., Mayor J. (2022). Gestión Administrativa y su incidencia en la Planeación Estratégica del GAB Municipal del Cantón Santa Lucia Provincia del Guayas Periodo 2020-2021. [Tesis de Maestría Universidad Estatal de

- Milagro - Ecuador]. Repositorio institucional.
<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/5900>.
- Dirección General de Tributos. (2018). El impuesto sobre el patrimonio en 2018.
<http://www.060.es>.
- Esquivel, A. (2018). Marketing digital para el posicionamiento de la Institución Educativa Privada Manuel Antonio Rivas, Chiclayo. [Tesis de Maestría Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/21362>.
- García, E. (2020). Cultura tributaria en los comerciantes del mercado modelo de Chulucanas, Municipalidad Provincial de Morropón, 2020. [Tesis de Maestría Universidad César Vallejo]. Disponible en:
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/59438>.
- Gashi, M., & Beqiri, R. (2023). THE IMPACT OF PUNISHMENT, BUDGET SPENDING, AND SOCIAL STIGMATIZATION ON FISCAL EVASION: THE CASE OF KOSOVO. *Journal of Liberty and International Affairs*, 9(1), 204–219. <https://doi.org/10.47305/JLIA2391209g>.
- Giraldo, S. (2022). La gestión tributaria y el impuesto predial en la municipalidad distrital de Paramonga. [Tesis de Maestría Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio institucional
<http://hdl.handle.net/20.500.14067/6662>.
- Gonzales, E. S. (2022). Conciencia tributaria y recaudación del impuesto predial en la municipalidad Distrital de Rumisapa, 2021. [Tesis de Maestría Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/80382>.

- Gul, F. A., Khedmati, M., & Shams, S. M. M. (2020). Managerial acquisitiveness and corporate tax avoidance. *Pacific Basin Finance Journal*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2018.08.010>.
- Gutiérrez, M. U. (2021). Poor local finances: What explains property tax collection in México?. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 36(1), 49–88. <https://doi.org/10.24201/edu.v36i1.1871>.
- Gutiérrez-Valladolid, L., Palpa-Pacheco, M., & Jiménez-Calderón, C. (2022). Estrategia de marketing digital en la juguería D’Katty’s S.A., Lima (2021). *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 4(2), 118–138. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i2.618>.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education, 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5. <http://repositoriobibliotecas.uv.cl/handle/uvsc/1385>
- Huamán, H. (2020). La cultura tributaria y la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Provincial de Casma, 2019. [Tesis de Maestría Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41306>.
- Irureta, M. (2021). Fiscalización Tributaria y la Recaudación del Impuesto Predial en la Municipalidad de Chiclayo-2021. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/76522>.

- Kresch, E., Walker, M., Best, M., Gerard, F., Naritomi, J. (2022). Sanitation and property tax compliance: Analyzing the social contract in Brazil. *Journal of Development Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2022.102954>.
- Kuandykov, N., Abil, Y., Utepov, A., Nurkey, A. & Abenova, A. (2021). Investigating the relationship between tax culture and tax communication in Kazakhstan. *Problems and Perspectives in Management*. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.17](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.17)
- Lavanda F., Reyes M., Ruiz R., Castillo L. (2022). La imagen corporativa a través de una estrategia de marketing social en las empresas peruanas. (2022). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 4107–4121. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1788.
- Lorente, L. (2020). Financing, distribution and growth. *Revista de Economía Institucional*, 21(42), 65–107. <https://doi.org/10.18601/01245996.v22n42.04>.
- Madero, S. (2022). Percepción de la jerarquía de necesidades de Maslow y su relación con los factores de atracción y retención del talento humano. *Contaduría y Administración*, 68(1), 377. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3416>.
- Madrigal-Delgado, G. de J. (2021). Recaudación del impuesto predial en México: desafío del federalismo fiscal. *Investigación Administrativa*, 50–1, 1–21. <https://doi.org/10.35426/iav50n127.09>.
- Marín-Palacios, C., & Fullat, M. B. (2022). Promotional digital marketing strategies with social networks. Bibliometric analysis of digital strategies through Facebook and Instagram. *TECHNO Review. International Technology*,

Science and Society Review / Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad, 11. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4393>

Martin, I. W., & Beck, K. (2018). Gentrification, property tax limitation, and displacement. *Urban Affairs Review*, 54(1), 33–73. <https://doi.org/10.1177/1078087416666959>.

Martins, I. (2023). La identidad cultural como marca. *COMeIN*, (132). <https://doi.org/10.7238/c.n132.2336>.

Medina, A. (2021). Análisis de la incorporación de una presunción legal en la determinación del impuesto predial como mecanismo para facilitar la labor fiscalizadora de la administración tributaria municipal. [Tesis de Maestría Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/4076>.

MEF. (2021). Marco Macroeconómico Multianual 2022 – 2025. <https://www.gob.pe/institucion/mef/informes-publicaciones/2124513-marco-macroeconomico-multianual-2022-2025-mmm>.

MEF, & BID. (s/f). Guía para el registro y determinación del impuesto predial. https://www.mef.gob.pe/contenidos/tributos/doc/guia_registro_determinacion_impuesto_predial.pdf

MEF, & BID. (s/f). Guía para la gestión de cuenta del impuesto predial. https://www.mef.gob.pe/contenidos/tributos/doc/guia_gestion_cuenta_impuesto_predial.pdf.

Mendoza-Fernández, V., Mendoza-Fernández, N., & Pozo-Fernández, M. (2020). Acercamiento al estudio de la gestión tributaria y su incidencia en la recaudación de impuestos en el cantón Portoviejo, Manabí; período 2018-

2019. *Dominio de Las Ciencias*, ISSN-e 2477-8818, Vol. 6, Nº. Extra 5, 2020 (Ejemplar Dedicado a: Diciembre Especial 2020), Págs. 138-161, 6(5), 138–161. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385966&info=resumen&idioma=SPA> <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385966>.
- Morales, A. (2021). Análisis de los determinantes de la recaudación del impuesto predial en el Perú. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/21102>.
- Nnamani, O., Ifeanacho, K., Onyekwelu E. & Ogbuefi, P. (2023). Barriers to effective property tax reform in Nigeria: Implementation of the land use charge in Enugu state, *Land Use Policy*, <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2023.106544>.
- Nurlela, I., Kurniawan, A. & Umiyati, I. (2021) the effect of awareness, morality, tax culture and distributive justice on the taxpayer compliance. *ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i01.699>.
- OCDE. (2019). Revenue Statistics 2019. ISBN 9789264782228 <https://doi.org/10.1787/0bbc27da-en>.
- OCDE. (2020). Panorama de las Administraciones Públicas América Latina y el Caribe 2020. ECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/1256b68d-es>.
- OECD. (2021) Revenue Statistics in Latin America and the Caribbean 2021. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/96ce5287-en-es>.
- OCDE. (2022) Revenue Statistics in Latin America and the Caribbean 2022. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/58a2dc35-en-es>.

- Ogorodnikova, I., Pecherkina, I., Baksha, N. & Tarasova, A. (2020) Tax Culture and Trust. *Comparative Sociology*. <https://doi.org/10.1163/15691330-12341523>.
- Patricio, S. S., Velasco, M. A., Sánchez, M. R., y Begazo, L. H. (2023). Cultura tributaria y evasión fiscal en micro y pequeñas empresas comerciales. *Revista Venezolana De Gerencia*. 28 (No. Especial 9), 518-530. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.32>.
- Pirela, W. (2021). Influence of university education on the formation of the tax culture of the public accountant. *Visión de Futuro*. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.26.01.001.en>.
- Puigví, T. M. (2022). Tax education, a strategy also to improve tax culture: the experience of the Tax Agency of Catalonia. *Revista de Educacion y Derecho*, (26). <https://doi.org/10.1344/REYD2022.26.40643>
- Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O. y Vélez, K. (2020). Tax culture and its effect on tax evasion in Ecuador. *Revistas Espacios*. ISSN 0798-1015, https://brill.com/view/journals/coso/19/3/article-p363_3.xml.
- Radvan, M. & Svobodová, T. (2023). Recurrent Property Tax Control in the Czech Republic. *Białostockie Studia Prawnicze*. <https://doi.org/10.15290/bsp.2023.28.02.14>.
- Ríos, F. & Valencia, L. (2020). Plan estratégico de marketing para la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás, seccional Bucaramanga. [Tesis de maestría, Universidad Santo Tomás Colombia]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/11634/21468>.
- Ríos, H. (2022). Estrategias de gestión y recaudación del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de San Rafael, San Martín 2021. [Tesis de Maestría,

- Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/79779>.
- Rodríguez, I., Ammetller-montes, G. (2020). Principios y estrategias de marketing. Researchgate. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/328171653_Principios_y_estrategias_de_marketing_Vol_1.
- Rodríguez-Navas, P. M., & Breijo, V. R. (2021). Evaluating and fostering transparency in local administrations. *Analise Social*, 54(233), 828–862.
<https://doi.org/10.31447/as000032573.2019233.07>.
- Seliutina, T. (2021). Factors of Formation of Tax Behavior and Tax Culture at the National Level. *Russian Journal of Legal Studies (Moscow)*.
<https://doi.org/10.17816/RJLS75987>.
- Schenkel, E. y Pérez M. (2018). Un abordaje teórico de la investigación cualitativa como enfoque metodológico. *ACTA Geográfica*,
https://www.researchgate.net/publication/331382164_Un_abordaje_teorico_de_la_investigacion_cualitativa_como_enfoque_metodologico.
- Taranu, V. & Verbeeck, G. (2022). Property tax as a policy against urban sprawl. *Land Use Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106335>.
- Turley, G. (2022) A review of Ireland's Local Property Tax. *Administration*.
<https://doi.org/10.2478/admin-2022-0025>.
- UNODC. (2018). Manual para Gestión Basada en Resultados y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
https://www.unodc.org/documents/SDGs/UNODC_Handbook_on_Results_Based_Management_Espanol.pdf.

- Useche, M. C., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, E. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. *News.Ge* (p. 86). <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/467>
- Vehovar, A., Mumel, D., & Hauptman, L. (2018). A Conceptual Model of the Relationship between Personal Values and Personal Tax Culture Regarding the Perception of Tax System Fairness. *Naše Gospodarstvo/Our Economy*, 64(1), 41–47. <https://doi.org/10.2478/ngoe-2018-0005>
- Vílchez, M. (2020). Programa de educación fiscal en la cultura tributaria de los educandos de Institución Educativa Andrés Avelino Cáceres - Cachicadán 2020 [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/51297>.
- Villalobos, J. (2020). Municipal public economy. <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/103833>
- Wyatt, P. (2019). From a property tax to a land tax – who wins, who loses? *Land Use Policy*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104172>.

ANEXOS

Anexo A. matriz de operacionalización de variables o tabla de categorización

Variables	Definición conceptual	Definición procedimental	Dimensión	Indicadores	Técnicas / Instrumentos	Escala de medición
Estrategias de marketing	Plan donde la empresa u organización utilizará todas sus capacidades y fortalezas para poder adaptarse y cumplir con las exigencias del mercado objetivo teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas existentes	Aplicación de marketing tradicional y marketing digital con intervención en centros educativos y barrios de la ciudad. La propuesta: estrategias de marketing será evaluada mediante validación de juicio de expertos.	Aspectos generales	Nombre de la propuesta Síntesis gráfica de la propuesta Secciones que comprende la propuesta Nombre de las secciones de la propuesta Elementos componentes de cada una de sus secciones Relación de jerarquización de cada una de sus secciones Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio	Juicio de expertos	Muy Adecuado (MA) Bastante Adecuado (BA) Adecuado (A) Poco Adecuado (PA) Inadecuado (I)
			Contenido	Pertinencia del nombre de la propuesta (programa, plan, modelo) Describe las teorías y enfoques que sustentan la propuesta Concordancia de la propuesta con la información del marco teórico conceptual Coherencia de la propuesta con el diagnóstico del problema Concordancia con los objetivos de la propuesta de investigación Describe la metodología a desarrollar para implementar la propuesta Describe las estrategias y/o actividades que conforman la propuesta Describe los procesos a implementar en la propuesta		
			Valoración integral de la propuesta	Pertinencia de la propuesta Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación Determinación del sistema de evaluación de la propuesta		

Variables	Definición conceptual	Definición procedimental	Dimensión	Indicadores	Técnicas / Instrumentos	Escala de medición
Recaudación del impuesto predial	Recaudación del impuesto predial es el cobro del tributo por concepto del impuesto predial que realizan las municipalidades provinciales y distritales en todo el país, siendo el impuesto predial de periodicidad anual donde se grava el valor del predio urbano y rústico, cuya renta corresponde cobrar a la municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra ubicado el predio; MEF (2020)	Recaudación del impuesto predial será evaluada mediante la aplicación de un cuestionario que consta de 14 items aplicado a contribuyentes de la ciudad y una entrevista aplicada a los funcionarios de la municipalidad.	Cultura Tributaria	Conocimiento Aprendizaje Disposición de pago Difusión	Cuestionario	Nunca (1) Casi Nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Generación de Riego	Fiscalización Sanción Ejecución		

Anexo B. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE IMPUESTO PREDIAL PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA - UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Introducción.

Edad:

Sexo:

Ocupación

Marcar con una X su respuesta

PREGUNTA	OPCIÓN DE RESPUESTA				
	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
1. Entiende Ud. Cuando le hablan sobre el Impuesto Predial					
2. ¿Conoce Ud. los beneficios que obtiene la población por el pago del Impuesto Predial?					
3. ¿Con qué frecuencia acude Ud. ¿A charlas informativas programadas por la Municipalidad?					
4. Con que frecuencia cree Ud. que se debe enseñar temas relacionados al impuesto predial en los Centros Educativos.					
5. ¿Ud. paga puntualmente su impuesto predial?					
6. ¿Ud. prioriza el pago del impuesto predial en sus gastos familiares?					
7. Con que frecuencia escucha u observa difusión publicitaria sobre impuestos predial.					
8. Con que frecuencia cree Ud., que la Municipalidad debe publicitar las obligaciones de los ciudadanos de pagar el Impuesto Predial.					
9. ¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial en tu ciudad?					
10. Alguna vez, su propiedad, ha sido fiscalizada por el impuesto predial					
11. ¿Ud. ha sido sancionado con multas por no pagar el impuesto predial?					

12. ¿Cree Ud. que se debe imponer multas por no pagar el impuesto predial?					
13. ¿Ud. conoce sobre los embargos que la Municipalidad podría ejecutar por no pagar el Impuesto Predial?					
14. La Municipalidad está facultada para embargar bienes y cuentas. ¿Con qué frecuencia se debe ejecutar esta sanción?					

Gracias.

GUÍA DE ENTREVISTA

Guía de entrevista aplicada a funcionarios de una municipalidad distrital de Luya.

PRESENTACIÓN

Estimado funcionario, soy estudiante de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, por lo que me encuentro realizando un trabajo de investigación titulado: Estrategias de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya, en tal sentido, se está solicitando su valioso apoyo consistente en establecer un diálogo con su persona para que nos explique el comportamiento de los ingresos por concepto de Impuesto Predial en la entidad donde usted labora.

OBJETIVO

Diagnosticar los factores causantes de la problemática del impuesto predial

CUERPO DE LA ENTREVISTA

Información personal.

Iniciando la entrevista es necesario conocer algunos aspectos técnicos relacionados con su persona. Nos gustaría que nos comente:

- ¿En qué cargo de la Municipalidad se desempeña usted?

.....

- ¿Cuál es su profesión?

.....

- ¿Cuántos años labora en dicho cargo?

..... años

- ¿Cuál es su condición laboral con la entidad?

Régimen 276 () Contrato CAS () Designado ()

Otro: especifique:

Información específica

- ¿Cuál es el principal problema que ha diagnosticado usted en la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad donde labora?

.....
.....
.....
.....

- ¿Cuáles son los principales factores causantes de la problemática de la recaudación del impuesto predial en la Municipalidad donde usted labora?

.....
.....
.....
.....

- ¿Qué alternativa de solución plantearía usted para solucionar la problemática de la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde usted labora?

.....
.....
.....
.....

- ¿Considera importante proponer un plan de marketing para mejorar la recaudación del impuesto predial en la municipalidad donde usted labora?

.....
.....
.....
.....

- ¿Cuáles son los ingresos por concepto de impuesto predial en los últimos cinco (5) años en la municipalidad donde usted labora?

2018:
2019:
2020:
2021:
2022:

- ¿Cuántos contribuyentes tiene el registro de su municipalidad?
.....
.....
.....
.....

- ¿Los predios urbanos y rústicos de la jurisdicción de la municipalidad donde usted labora se encuentran debidamente registrados?
.....
.....
.....
.....

- ¿La municipalidad donde usted labora paga el tres (3) por mil de lo recaudado por impuesto predial a la Dirección General de Políticas y Regulación en Vivienda y Urbanismo y adquiere los valores unitarios arancelarios cada año? ¿Porqué?
.....
.....
.....
.....

Muchas gracias.

Anexo C. Matriz de evaluación por juicio de experto, formato UCV.

Evaluación por juicio de expertos- 1

Respetado juez: William Alexander Carrión López; Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando a la comunidad científica. Agradecemos su valiosa colaboración

Datos generales del juez

Nombre del juez:	William Alexander Carrión López			
Grado profesional:	Maestro	(X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica	()	Social	()
	Educativa	()	Organizacional	()
Área de experiencia profesional:	Planeamiento y Control Gubernamental			
Institución donde labora:	Contraloría General de la República			
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años			()
	Más de 5 años			(X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)				

Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos del instrumento

Nombre dl instrumento:	Cuestionario
Autor(a):	Jely Mónica Villar López
Procedencia :	Elaboración propia
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	25 minutos
Ámbito de aplicación:	Municipalidad distrital de Luya

Significación:	El presente instrumento se compone de dos (2) dimensiones: Cultura tributaria con sus indicadores conocimiento, aprendizaje, disposición de pago y difusión con ocho (8) ítems y la dimensión Generación de Riesgo con sus indicadores fiscalización, sanción y ejecución con seis (6) ítems. El objetivo es diagnosticar la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya.
-----------------------	--

Soporte teórico

Variable /categoría	Dimensiones o sub categorías	Definición
Recaudación del impuesto predial	Cultura Tributaria	Son los valores, los conocimientos y comportamientos que tienen los ciudadanos respecto a la tributación en observancia a la legislación vigente (Mora et al. s/f)
	Generación de riesgo	Conocimiento de la población sobre las consecuencias respecto al incumplimiento del pago de impuesto predial

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, ante usted le presento el instrumento denominado “Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial”, elaborado por Jely Mónica Villar López en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis

		adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo
	Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

No cumple con el criterio (1)

Bajo Nivel (2)

Moderado nivel (3)

Alto nivel (4)

Dimensiones del instrumento

- **Primera dimensión:** Cultura Tributaria
- **Objetivo de la dimensión:** Diagnosticar cuanto conoce la población sobre las obligaciones tributarias del impuesto predial, su disposición a cumplirlas y la información que recibe la población al respecto.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
-----------	-------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Conocimiento	Entiende Ud. Cuando le hablan sobre el Impuesto Predial?	4	4	4	
	¿Conoce Ud. los beneficios que obtiene la población por el pago del Impuesto Predial?	4	4	4	
Aprendizaje	¿Con qué frecuencia acude Ud. A charlas informativas programadas por la Municipalidad?	4	4	4	
	Con que frecuencia cree Ud. que se debe enseñar temas relacionados al impuesto predial en los Centros Educativos?	4	4	4	
Disposición de pago	¿Ud. paga puntualmente su impuesto predial?	4	4	4	
	¿Ud. prioriza el pago del impuesto predial en sus gastos familiares?	4	4	4	
Difusión	Con que frecuencia cree Ud., que la Municipalidad debe publicitar las obligaciones de los ciudadanos de pagar el Impuesto Predial.	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	4	4	4	

- **Segunda dimensión:** Generación de riesgo
- **Objetivo de la dimensión:** Identificar el nivel de entendimiento de la población.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
-----------	-------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Fiscalización	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	4	4	4	La pregunta fue planteada en la dimensión Cultura Tributaria
	Alguna vez, su persona, ha sido fiscalizada por el impuesto predial?	4	4	4	
Sanción	¿Ud. ha sido sancionado con multas por no pagar el impuesto predial?	4	4	4	
	¿Cree Ud. que se debe imponer multas por impuesto predial?	4	4	4	Sugerencia: ¿Cree Ud. que se debe imponer multas por no pagar el impuesto predial?
Ejecución	¿Ud. conoce sobre los embargos que la Municipalidad ejecuta por no pagar el Impuesto Predial?	4	4	4	
	La Municipalidad está facultada para embargar bienes y cuentas. ¿Con qué frecuencia se debe ejecutar esta sanción?	4	4	4	



 Firma del validador
 DNI: 40931792

Evaluación por juicio de expertos- 2

Respetado juez: Dr. Juan Carlos Cavero Rojas; Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando a la comunidad científica. Agradecemos su valiosa colaboración

Datos generales del juez

Nombre del juez:	Juan Carlos Cavero Rojas			
Grado profesional:	Maestro	()	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica	()	Social	()
	Educativa	()	Organizacional	()
Área de experiencia profesional:	Gestión Pública y Tributación			
Institución donde labora:	Municipalidad Provincial de San Martín			
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años			()
	Más de 5 años			(X)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)				

Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos del instrumento

Nombre dl instrumento:	Cuestionario
Autor(a):	Jely Mónica Villar López
Procedencia :	Elaboración propia
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	25 minutos
Ámbito de aplicación:	Municipalidad distrital de Luya
Significación:	El presente instrumento se compone de dos (2) dimensiones: Cultura tributaria con sus indicadores conocimiento, aprendizaje, disposición de pago y difusión con ocho (8)

	ítems y la dimensión Generación de Riesgo con sus indicadores fiscalización, sanción y ejecución con seis (6) ítems. El objetivo es diagnosticar la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya.
--	---

Soporte teórico

Variable /categoría	Dimensiones o sub categorías	Definición
Recaudación del impuesto predial	Cultura Tributaria	Son los valores, los conocimientos y comportamientos que tienen los ciudadanos respecto a la tributación en observancia a la legislación vigente (Mora et al. s/f)
	Generación de riesgo	Conocimiento de la población sobre las consecuencias respecto al incumplimiento del pago de impuesto predial

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, ante usted le presento el instrumento denominado “Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial”, elaborado por Jely Mónica Villar López en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA	Totalmente en desacuerdo (no)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión

El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	cumple con el criterio)	
	Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo
	Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

- No cumple con el criterio (1)
 Bajo Nivel (2)
 Moderado nivel (3)
 Alto nivel (4)

Dimensiones del instrumento

- **Primera dimensión:** Cultura Tributaria
- **Objetivo de la dimensión:** Diagnosticar cuanto conoce la población sobre las obligaciones tributarias del impuesto predial, su disposición a cumplirlas y la información que recibe la población al respecto.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Conocimiento	Entiende Ud. Cuando le hablan sobre el Impuesto Predial?	4	4	4	
	¿Conoce Ud. los beneficios que	4	4	4	

	obtiene la población por el pago del Impuesto Predial?				
Aprendizaje	¿Con qué frecuencia acude Ud. A charlas informativas programadas por la Municipalidad?	4	4	4	
	Con que frecuencia cree Ud. que se debe enseñar temas relacionados al impuesto predial en los Centros Educativos?	4	4	4	
Disposición de pago	¿Ud. paga puntualmente su impuesto predial?	4	4	4	
	¿Ud. prioriza el pago del impuesto predial en sus gastos familiares?	4	4	4	
Difusión	Con que frecuencia cree Ud., que la Municipalidad debe publicitar las obligaciones de los ciudadanos de pagar el Impuesto Predial.	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	3	3	3	Para tener concordancia con el indicador la pregunta debería ser: ¿Con que frecuencia escucha u observa difusión publicitaria sobre impuesto predial?

- **Segunda dimensión:** Generación de riesgo
- **Objetivo de la dimensión:** Identificar el nivel de entendimiento de la población.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Fiscalización	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	4	4	4	
	Alguna vez, su persona, ha sido fiscalizada por el impuesto predial?	4	4	4	
Sanción	¿Ud. ha sido sancionado con multas por no pagar el impuesto predial?	4	4	4	
	¿Cree Ud. que se debe imponer multas por impuesto predial?	4	4	4	
Ejecución	¿Ud. conoce sobre los embargos que la Municipalidad ejecuta por no pagar el Impuesto Predial?	4	4	4	
	La Municipalidad está facultada para embargar bienes y cuentas. ¿Con qué frecuencia se debe ejecutar esta sanción?	4	4	4	


 DR. EPCC. Juan Carlos Carrero Rojas
 Matricula N° 19-518

 Firma del validador
 DNI: 41601199

Evaluación por juicio de expertos- 3

Respetado juez: Walter Guzmán Cotrina Mego; Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando a la comunidad científica. Agradecemos su valiosa colaboración

Datos generales del juez

Nombre del juez:	Walter Guzmán Cotrina Mego			
Grado profesional:	Maestro	(x)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica	()	Social	()
	Educativa	()	Organizacional	()
Área de experiencia profesional:	Gerencia de Servicios de Administración Tributaria			
Institución donde labora:				
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años			()
	Más de 5 años			(x)
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)				

Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

Datos del instrumento

Nombre dl instrumento:	Cuestionario
Autor(a):	Jely Mónica Villar López
Procedencia :	Elaboración propia
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	25 minutos
Ámbito de aplicación:	Municipalidad distrital de Luya
Significación:	El presente instrumento se compone de dos (2) dimensiones: Cultura tributaria con sus

	indicadores conocimiento, aprendizaje, disposición de pago y difusión con ocho (8) ítems y la dimensión Generación de Riesgo con sus indicadores fiscalización, sanción y ejecución con seis (6) ítems. El objetivo es diagnosticar la problemática de la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya.
--	--

Soporte teórico

Variable /categoría	Dimensiones o sub categorías	Definición
Recaudación del impuesto predial	Cultura Tributaria	Son los valores, los conocimientos y comportamientos que tienen los ciudadanos respecto a la tributación en observancia a la legislación vigente (Mora et al. s/f)
	Generación de riesgo	Conocimiento de la población sobre las consecuencias respecto al incumplimiento del pago de impuesto predial

Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, ante usted le presento el instrumento denominado “Cuestionario sobre recaudación del impuesto predial”, elaborado por Jely Mónica Villar López en el año 2023 de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión
	Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo
	Totalmente de acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

No cumple con el criterio (1)

Bajo Nivel (2)

Moderado nivel (3)

Alto nivel (4)

Dimensiones del instrumento

- **Primera dimensión:** Cultura Tributaria
- **Objetivo de la dimensión:** Diagnosticar cuanto conoce la población sobre las obligaciones tributarias del impuesto predial, su disposición a cumplirlas y la información que recibe la población al respecto.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Conocimiento	Entiende Ud. Cuando le hablan sobre el Impuesto Predial?	4	4	4	
	¿Conoce Ud. los beneficios que obtiene la población por el pago del Impuesto Predial?	3	3	3	
Aprendizaje	¿Con qué frecuencia acude Ud. A charlas informativas programadas por la Municipalidad?	4	4	4	
	Con que frecuencia cree Ud. que se debe enseñar temas relacionados al impuesto predial en los Centros Educativos?	4	4	4	
Disposición de pago	¿Ud. paga puntualmente su impuesto predial?	4	4	4	
	¿Ud. prioriza el pago del impuesto predial en sus gastos familiares?	4	4	4	
Difusión	Con que frecuencia cree Ud., que la Municipalidad debe publicitar las obligaciones de los ciudadanos de pagar el Impuesto Predial.	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	3	3	3	

- **Segunda dimensión:** Generación de riesgo
- **Objetivo de la dimensión:** Identificar el nivel de entendimiento de la población.

Indicador	Ítems	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Fiscalización	¿Con qué frecuencia cree Ud. que se debe de fiscalizar el impuesto predial?	1	1	1	Es igual al ítem 2 de difusión
	Alguna vez, su persona, ha sido fiscalizada por el impuesto predial?	3	3	3	La fiscalización se realiza al predio
Sanción	¿Ud. ha sido sancionado con multas por no pagar el impuesto predial?	4	4	4	
	¿Cree Ud. que se debe imponer multas por impuesto predial?	4	4	4	
Ejecución	¿Ud. conoce sobre los embargos que la Municipalidad ejecuta por no pagar el Impuesto Predial?	4	4	4	
	La Municipalidad está facultada para embargar bienes y cuentas. ¿Con qué frecuencia se debe ejecutar esta sanción?	3	3	3	La frecuencia de la sanción está estipulada en la Ley de Tributación Municipal



 Firma del validador
 DNI: 46005912

Anexo D. Validación de Propuestas por juicio de expertos.

Evaluación de propuesta por juicio de expertos- 1

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI (1)

PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando la tesista, relacionado con la PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

Datos generales del experto encuestado:

Año de experiencia en la labor: 18

Grado académico: Maestra en Maestra en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

Test de autoevaluación del experto:

Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

Nombres y Apellidos del experto	Bety Pasión Canta Ventura
---------------------------------	----------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada: PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA.

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el marketing y otros aspectos relacionados.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una **X** en la columna correspondiente. Las categorías son:

Muy adecuado (MA)

Bastante adecuado (BA)

Adecuado (A)

Poco adecuado (PA)

Inadecuado (I)

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, la autora le agradecería sobremanera.

ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	M A	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta		X			
2	Síntesis gráfica de la propuesta	X				
3	Secciones que comprende la propuesta		X			
4	Elementos componentes de cada una de sus secciones		X			
5	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio			X		

CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta		X			
2	Describe las teorías y enfoques que sustentan la propuesta			X		
3	Concordancia de la propuesta con la información del marco teórico conceptual.			X		

4	Coherencia de la propuesta con el diagnóstico del problema		X			
5	Concordancia con los objetivos de la propuesta de investigación		X			
6	Describe la metodología a desarrollar en la implementación de la propuesta.			X		
7	Describe las estrategias y/o actividades que conforman la propuesta.			X		
8	Describe los procesos a implementar en la propuesta			X		

VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia de la propuesta	X				
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación		X			
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.			X		
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación		X			
5	Determinación del sistema de evaluación de la propuesta		X			

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO

Las escalas a evaluar aseguran lograr los objetivos del estudio para el procesamiento de los datos.

Maneja un buen uso y selección de componentes.

Se recomienda ejecutar una prueba piloto del instrumento de investigación, un subconjunto de los participantes de la propuesta.

Chachapoyas 08 de agosto de 2023

Mg. BETY PASIÓN CANTA VENTURA
DNI 10374205

Evaluación de propuesta por juicio de expertos- 2

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI (2)

PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando la tesista, relacionado con la PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

Datos generales del experto encuestado:

Año de experiencia en la labor: 20 años

Grado académico: Doctor

Test de autoevaluación del experto:

Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

Nombres y apellidos del experto	Jessica Muñoz Marín
---------------------------------	----------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada: PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA.

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el marketing y otros aspectos relacionados.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una **X** en la columna correspondiente. Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, la autora le agradecería sobremanera.

ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	M A	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta		X			
2	Síntesis gráfica de la propuesta		X			
3	Secciones que comprende la propuesta		X			
4	Elementos componentes de cada una de sus secciones		X			
5	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		X			

CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta		X			
2	Describe las teorías y enfoques que sustentan la propuesta			X		
3	Concordancia de la propuesta con la información del marco teórico conceptual.		X			
4	Coherencia de la propuesta con el diagnóstico del problema		X			

5	Concordancia con los objetivos de la propuesta de investigación		X			
6	Describe la metodología a desarrollar en la implementación de la propuesta.		X			
7	Describe las estrategias y/o actividades que conforman la propuesta.		X			
8	Describe los procesos a implementar en la propuesta		X			

VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia de la propuesta		X			
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación		X			
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.		X			
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación	X				
5	Determinación del sistema de evaluación de la propuesta		X			

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO

Que es pertinente el desarrollo de la propuesta

Lugar y fecha: Chachapoyas 01 de setiembre 2023



Dr. Jessica Muñoz Marín
DNI: 10586647

Evaluación de propuesta por juicio de expertos- 3

FORMATO PARA LA VALIDACIÓN MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando la tesista, relacionado con la PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto nos pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

Objetivo: Valorar su grado de experiencia en la temática referida.

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, responda a las siguientes interrogantes:

Datos generales del experto encuestado:

Año de experiencia en la labor: 19 años

Grado académico: Maestría en Gestión Pública

Test de autoevaluación del experto:

Por favor evalúe su nivel de dominio acerca de la esfera la cual se consultará marcando con una cruz o aspa sobre la siguiente escala (Dominio mínimo = 1 y dominio máximo= 10)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

Nombres y apellidos del experto	Adela Mercedes Guevara Rubio
---------------------------------	-------------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada: PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN UNA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUYA.

Por las particularidades de la indicada propuesta es necesario someter a su valoración, en calidad de experto; aspectos relacionados con el marketing y otros aspectos relacionados.

Mucho le agradeceremos se sirva otorgar. Según su opinión, una categoría a cada ítem que aparece a continuación, marcando con una **X** en la columna correspondiente. Las categorías son:

- Muy adecuado (MA)
- Bastante adecuado (BA)
- Adecuado (A)
- Poco adecuado (PA)
- Inadecuado (I)

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, la autora le agradecería sobremanera.

ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	M A	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta	X				
2	Síntesis gráfica de la propuesta	X				
3	Secciones que comprende la propuesta	X				
4	Elementos componentes de cada una de sus secciones	X				
5	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio	X				

CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Nombre de la propuesta	X				
2	Describe las teorías y enfoques que sustentan la propuesta	X				
3	Concordancia de la propuesta con la información del marco teórico conceptual.	X				
4	Coherencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X				

5	Concordancia con los objetivos de la propuesta de investigación	X				
6	Describe la metodología a desarrollar en la implementación de la propuesta.	X				
7	Describe las estrategias y/o actividades que conforman la propuesta.	X				
8	Describe los procesos a implementar en la propuesta	X				

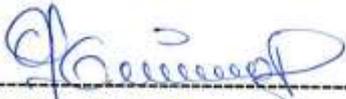
VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Pertinencia de la propuesta					
2	Actualidad: La propuesta tiene relación con el conocimiento científico del tema de estudio de investigación	X				
3	Congruencia interna de los diversos elementos propios del estudio de investigación.	X				
4	El aporte de validación de la propuesta favorecerá el propósito de la tesis para su aplicación	X				
5	Determinación del sistema de evaluación de la propuesta	X				

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO

Creo importante las estrategias de marketing como el tradicional y el digital para llegar el público objetivo. Como recomendación sería el poder considerar ésta última para sensibilizar y fortalecer la cultura tributaria en adolescentes y jóvenes, con un concurso de tiktok por ejemplo.

Lugar y fecha: Chachapoyas 20 de setiembre 2023



 Dr./Mg. Adeb. Mercedes Guisasa Rubio
 DNI... 30199708

Anexo F. Confiabilidad del Instrumento.

Resumen del procesamiento de casos			
		N°	%
Casos	Válido	25	100%
	Excluido	0	0
	Total	25	100%

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

Estadística de fiabilidad	
Alfa de conbrach	N° de elementos
0.705	14

Anexo G. Constancias de SUNEDU



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos CARRION LOPEZ
Nombres WILLIAM ALEXANDER
Tipo de Documento de Identidad DNI
Número de Documento de Identidad 40931792

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico MAESTRO
Denominación MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA
Fecha de Expedición 11/05/18
Resolución/Acta 0124-2018-UCV
Diploma 052-033842
Fecha Matrícula 19/10/2015
Fecha Egreso 22/01/2017

Fecha de emisión de la constancia:
28 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001470760

ROLANDO RUIZ LLANTANE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Interno: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 28.09.2023 10:12:53-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	CAVERO ROJAS
Nombres	JUAN CARLOS
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	41601199

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.
Rector	LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Director	PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	DOCTOR
Denominación	DOCTOR EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD
Fecha de Expedición	13/12/19
Resolución/Acta	0410-2019-UCV
Diploma	052-075892
Fecha Matrícula	14/08/2016
Fecha Egreso	11/10/2019

Fecha de emisión de la constancia:
28 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001471248

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Módulo: Servidor de
Agente automatizado
Fecha: 28.09.2023 15:22:28-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **COTRINA MEGO**
Nombres **WALTER GUZMAN**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **46005912**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **TANTALEAN RODRIGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General **LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**
Fecha de Expedición **17/10/22**
Resolución/Acta **0615-2022-UCV**
Diploma **052-175316**
Fecha Matricula **05/04/2021**
Fecha Egreso **24/08/2022**

Fecha de emisión de la constancia:
28 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001470568

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO

Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Intitvo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 28.09.2023 08:44:38-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectores de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **CANTA VENTURA**
Nombres **BETY PASION**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Numero de Documento de Identidad **10374205**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAESTRA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA**
Fecha de Expedición **13/12/19**
Resolución/Acta **0401-2019-UCV**
Diploma **052-075686**
Fecha Matricula **03/01/2014**
Fecha Egreso **15/01/2016**

Fecha de emisión de la constancia:
28 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001472173

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Nombre: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 2023.09.28 12:40:58-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la Información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	MUÑOZ MARIN
Nombres	JESSICA
Tipo de Documento de Identidad	DNI
Numero de Documento de Identidad	10586647

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector	ORBEGOZO VENEGAS BRIJALDO SIGIFREDO
Secretario General	SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Decano	MOYA RONDO RAFAEL MARTIN

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	DOCTOR
Denominación	DOCTORA EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION
Fecha de Expedición	28/08/2014
Resolución/Acta	0955-2014-UCV
Diploma	A1674013
Fecha Matrícula	Sin información (****)
Fecha Egreso	Sin información (****)

Fecha de emisión de la constancia:
30 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001474187

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Netivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 30/09/2023 10:48:13-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(****) La falta de información de este campo, no involucra por sí misma un error o la invalidez de la inscripción del grado y/o título, puesto que, a la fecha de su registro, no era obligatorio declarar dicha información. Sin perjuicio de lo señalado, de requerir mayor detalle, puede contactarnos a nuestra central telefónica: 01 500 3930, de lunes a viernes, de 08:30 a.m. a 4:30 p.m.



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través del Ejecutivo de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos GUEVARA RUBIO
Nombres ADELA MERCEDES
Tipo de Documento de Identidad DNI
Número de Documento de Identidad 10159708

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
Rector ORBEGOSO VENEGAS BRIJALDO SIGIFREDO
Secretario General SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL
Decano MOYA RONDO RAFAEL MARTIN

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico MAESTRO
Denominación MAGISTER EN GESTION PUBLICA
Fecha de Expedición 24/10/2014
Resolución/Acta 1059-2014-UCV
Diploma A1806731
Fecha Matricula Sin información (*****)
Fecha Egreso Sin información (*****)

Fecha de emisión de la constancia:
29 de Setiembre de 2023



CÓDIGO VIRTUAL 0001473626

ROLANDO RUIZ LLATANCE
EJECUTIVO
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Evento: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 29/09/2023 16:51:13-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(*****) La falta de información de este campo, no involucra por sí misma un error o la invalidez de la inscripción del grado y/o título, puesto que, a la fecha de su registro, no era obligatorio declarar dicha información. Sin perjuicio de lo señalado, de requerir mayor detalle, puede contactarnos a nuestra central telefónica: 01 500 3930, de lunes a viernes, de 08:30 a.m. a 4:30 p.m.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, FERNÁNDEZ CUEVA AMADO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Estrategia de marketing para la recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de Luya", cuya autora es VILLAR LOPEZ JELY MONICA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00 %, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHICLAYO, 24 de noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FERNANDEZ CUEVA AMADO DNI: 28110795 ORCID: 0000-0002-5307-3583	