



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

El nivel de la cultura tributaria, en los comerciantes
en un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Contador Público

AUTORAS:

Gil Cardenas, Diana Lizbeth (orcid.org/0000-0003-2505-6054)

Rivera Vidal, Maria Estefany (orcid.org/0000-0002-4386-5923)

ASESOR:

Dr. Vasquez Villanueva, Carlos Alberto (orcid.org/0000-0002-0782-7364)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional, por ser el soporte y el impulso para seguir adelante pese de las adversidades presentadas.

A mis familiares que estuvieron en cada proceso de mi vida profesional.

Diana

A mis hijos, quienes han sido mi mayor motivación para nunca rendirme en este gran reto.

A mi pareja Frank por su apoyo incondicional día a día.

Maria.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por habernos dado la vida, la salud y por ser nuestro guía a lo largo de la carrera.

A la Universidad César Vallejo, mi casa de estudios, por contribuir en la obtención de nuestro título profesional.

A los comerciantes de la Asociación de Propietarios del Centro Comercial “Multiplaza Proceres”, por haber brindado información necesaria para el desarrollo del presente estudio.

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, VASQUEZ VILLANUEVA CARLOS ALBERTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "El nivel de la cultura tributaria, en los comerciantes de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023", cuyos autores son GIL CARDENAS DIANA LIZBETH, RIVERA VIDAL MARIA ESTEFANY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, 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.

LIMA, 21 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
VASQUEZ VILLANUEVA CARLOS ALBERTO DNI: 00238680 ORCID: 0000- 0002-0782-7364	Firmado electrónicamente por: CAVASQUEZVI el 21-11-2023 15:21:51

Código documento Trilce: TRI - 0657765

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Declaratoria de Autenticidad de las Autoras

Nosotros, GIL CARDENAS DIANA LIZBETH, RIVERA VIDAL MARIA ESTEFANY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El nivel de la cultura tributaria, en los comerciantes de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
GIL CARDENAS DIANA LIZBETH DNI: 73697196 ORCID: 0000-0003-2505-6054	Firmado electrónicamente por: DGILCA el 21-11-2023 22:01:19
RIVERA VIDAL MARIA ESTEFANY DNI: 47555712 ORCID: 0000-0002-4386-5923	Firmado electrónicamente por: MRIVERAVI el 21-11- 2023 17:48:18

Código documento Trilce: INV - 1401108

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LAS AUTORAS.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variable y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Método de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	21
<i>Baremo del cuestionario Cultura tributaria</i>	21
Tabla 2	22
<i>Cultura tributaria</i>	22
Tabla 3	23
<i>Conciencia tributaria</i>	23
Tabla 4	23
<i>Educación tributaria</i>	23
Tabla 5	24
<i>Valores tributaria</i>	24
Tabla 6	25
<i>Actitudes tributarias</i>	25
Tabla 7	25
<i>Conocimiento tributario</i>	25

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de la cultura tributaria en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023, cuyo enfoque fue cuantitativo, de tipo descriptivo no experimental. Como resultado se encontró que los comerciantes encuestados tienen una cultura tributaria del 54% de nivel alto y un 46% nivel medio, para la conciencia tributaria está representada por un 58% de nivel medio y un 42% de nivel alto, con respecto a los valores tributarios cuentan con un 98% de nivel alto y solo 2% un nivel medio, sus actitudes tributarias son un 100% de nivel alto, con respecto a la educación tributaria los comerciantes tienen un 94% de nivel medio y un 6% de nivel alto, por último el conocimiento tributario de los comerciantes es de 72% nivel medio, un 16% nivel alto y un 12% nivel bajo. Se concluyó que la mayoría de los contribuyentes encuestados presenta un nivel alto de cultura tributaria, esto demuestra que cuentan con valores y actitudes tributarios de manera positiva, logrando cumplir con responsabilidad, honestidad, honradez y transparencia al momento de realizar sus pagos, a la vez perciben conocimientos básicos sobre la tributación, pero no obtienen capacitación, ni charlas, ni talleres como se espera por parte de la SUNAT.

Palabras clave: cultura tributaria, conciencia tributaria, conocimiento tributario, valores tributarios y actitudes tributarias.

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the level of tax culture in the merchants of a shopping center in San Juan de Lurigancho, 2023, whose approach was quantitative, descriptive, non-experimental. As a result, it was found that the merchants surveyed have a tax culture of 54% at a high level and 46% at a medium level, for tax awareness it is represented by 58% at a medium level and 42% at a high level, with respect to the tax values have a 98% high level and only 2% a medium level, their tax attitudes are 100% high level, with respect to tax education, merchants have 94% medium level and 6% of level. high, finally the tax knowledge of merchants is 72% medium level, 16% high level and 12% low level. It is concluded that the majority of taxpayers surveyed present a high level of tax culture, this shows that they have positive tax values and attitudes, managing to comply with responsibility, honesty, trustworthiness and transparency when making their payments, at the same time. They perceive basic knowledge about taxation, but they do not obtain training, talks, or workshops as expected from SUNAT.

Keywords: tax culture, tax awareness, tax knowledge, tax values and tax attitudes.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente la recaudación fiscal tiene una grave incertidumbre con respecto a la deficiencia de cultura tributaria, por lo cual, se demuestra que no se obtienen mayores ingresos por tributos, esto siendo por falta de cumplimiento voluntario del pago de sus contribuciones.

Por ello cabe mencionar que la deficiencia de cultura tributaria en los diferentes departamentos representa un promedio de 76,8%, evidenciando la falta de conocimiento sobre las leyes tributarias, con ello se menciona que existe un gran número de comerciantes que repercuten en la incorrecta aplicación de las normas tributarias, por otro lado, se menciona que al no tributar de manera adecuada por falta de cultura tributaria se genera un pausado desarrollo del país en productividad y producción, por ello el país tiene las principales tasas de desigualdad. Solo en lima la deficiencia de cultura tributaria representa 63,5% y en los otros departamentos el 36,5%. (Comex Perú, 2023)

Por otro lado, se puede resaltar que la cultura fiscal en los comerciantes es un tema trascendental, porque permite evaluar la conciencia, valores, actitudes, conocimiento y educación tributaria en los diferentes centros comerciales de lima metropolitana, donde destacan los comerciantes de lima centro uno y dos y lima este dos, que representan el 60% que tienen una buena cultura tributaria; lima este uno, lima norte y sur uno y dos representan el 30% de los comerciantes que mayormente tienen mala cultura tributaria. Instituto nacional de estadística e investigación INEI (2021)

Por otra parte, se puede mencionar que, en el distrito de san juan de Lurigancho, la mayoría de comerciantes no cuentan con una adecuada cultura tributaria por desconocimiento sobre aspectos tributarios, determinando que 80% de ellos rehúyen ante los pagos de tributos y los el 20% cumple con su deber. Superintendencia nacional de administración tributaria SUNAT (2020)

Por si fuera poco, esto se observa en los comerciantes del centro comercial Asoc. Propiet. Multiplaza “Proceres”, que tienen una mala cultura fiscal, debido a que no conocen sobre los impuestos ni como estos se pagan, que régimen les trae mayores beneficios, mencionando que sin tributar ellos obtienen sus ganancias íntegras, pero los comerciantes que tienen una buena cultura tributaria, cumplen con sus obligaciones generadas por el rubro de su negocio, permitiendo el desarrollo del país.

La falta de cultura tributaria se repite en diferentes centros comerciales, por ello se plantea como problema general ¿Cuál es el nivel en la Cultura Tributaria, de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023? siguientes interrogantes (1) ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria, en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023? (2) ¿Cuál es el nivel de la educación tributaria en los comerciantes de un centro comercial de un mercado de San Juan de Lurigancho, 2023? (3) ¿Cuál es el nivel de los valores tributarios en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023? (4) ¿Cuál es el nivel de las actitudes tributarias en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023? (5) ¿Cuál es el nivel del conocimiento tributario en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023?

Se justifica a la investigación, porque en el centro comercial de San Juan de Lurigancho, existe un porcentaje de comerciantes que tienen mala cultura fiscal, por ende, no saben de las normativas vigentes sobre la tributación y de los beneficios que acarrea cuando se comprometen a ser buenos contribuyentes.

Esta investigación es necesaria para que todas las personas conozcan acerca de la tributación y se concienticen sobre las contribuciones, teniendo en cuenta que los tributos generan mayor inversión y mayor desarrollo al país. (Ramírez et ál., 2019)

Los beneficios de tener una buena cultura tributaria, es que permite a los comerciantes realizar sus pagos de tributos de manera correcta, guiándose de sus valores éticos y morales, conociendo sobre las sanciones a las que están expuestos como comerciantes, teniendo en cuenta que su contribución origina

la mejora de los servicios básicos, siendo beneficiados tanto los pobladores del todo el territorio, como las personas que contribuyen, puesto que, saben cuál es su responsabilidad, sus deberes y obligaciones. (Ramos et ál., 2021)

Teniendo como objetivo general, Determinar el nivel de la cultura tributaria en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023, los objetivos específicos planteados son (1) Determinar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023, (2) Determinar el nivel de educación tributaria en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023, (3) Determinar el nivel de los valores tributarios en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023, (4) Determinar el nivel de las actitudes tributarias en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023 y (5) Determinar el nivel de conocimiento tributario en los comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho, 2023.

Por lo mencionado anteriormente es necesario que se realice el estudio del nivel de cultura tributaria en los comerciantes de un centro comercial, siendo este una herramienta importante para disminuir la desinformación de leyes y normas tributaria, logrando obtener mayor recaudación del fisco.

II. MARCO TEÓRICO

En los precedentes internacionales sobre la variable cultura tributaria tenemos a Cabrera y Zapata (2021) cuyo objetivo de estudio fue establecer el nivel de cultura fiscal en cuanto a la disposición de pagar impuestos al país de manera consciente, solidaria y responsable. El estudio fue descriptivo, y se encontró como resultado que los empleados encuestados en general tenían una buena cultura tributaria que les permitía pagar impuestos al gobierno de manera consciente, solidaria y responsable.

Mientras que Ordóñez y Tenesaca (2015), determina que el objetivo fue recopilar información acerca de la cultura tributaria del contribuyente y la emisión de facturas por parte de los pequeños negociantes de la bahía de Guayaquil. La metodología es la investigación documental, descriptiva, se recopiló documentos por medios digitales e impresos de revistas científicas. La técnica empleada fue la encuestas y entrevistas. Como resultado se obtuvo que la cultura tributaria de los negociantes, representa un 45% de ellos incumplen con sus pagos tributarios y 30% se retrasa eventualmente por falta de capacitación.

De igual manera Morales et ál. (2019), cuya finalidad es identificar la cultura tributaria de los contribuyentes y recomendar medidas para optimizar valores, creencias y actitudes tributarias. Entre las estrategias metodológicas del estudio se utilizó el enfoque descriptivo, la técnica la encuesta de cultura fiscal de cinco bloques. Como parte de los resultados, gran parte de los participantes que desarrollaron la encuesta, tienen un escaso conocimiento sobre los impuestos que tienen que cancelar, desconociendo a que se destina el dinero recaudado por el gobierno, resaltando que el 73 % de los participantes coinciden con la idea de que la educación tributaria logrará aumentar la conciencia de la población, permitiendo que estos cumplan de manera voluntaria con sus obligaciones.

Para Bordones et ál. (2019), el objetivo del estudio fue establecer en los jóvenes de entre 12 a 17 años la necesidad de formación, educación y cultura tributaria, es decir, conciencia tributaria. En este sentido es de tipo descriptivo; de análisis sistemático. Como resultado se encontró falta de cultura fiscal en materia tributaria por lo que se recomienda realizar un programa técnico de

educación tributaria para estudiantes universitarios, mediante juegos, ponencias y grupos avanzados en esta materia.

En el mismo marco Burgos (2020), tiene como objetivo describir la cultura tributaria de las empresas pequeñas que venden sus productos en las ferias gratuitas de la ciudad de Jipijapa. Es un estudio descriptivo no experimental de corte transversal, utilizando métodos de encuesta para lograr obtener un modelo de 127 empresas. Los resultados concluyeron que el 77,2% de la población no comprendía la cultura tributaria y participaba de alguno de los sistemas tributarios, y el 22,83% conocía lo que era la cultura tributaria y participaba de alguno de los regímenes tributarios.

En los antecedentes nacionales para la variable se puede mencionar al primer autor quien es Hinojosa (2019), el cual su investigación tuvo como objetivo identificar de qué modo la cultura tributaria aumentará las recaudaciones de impuestos de los contribuyentes en el mercado modelo de la ciudad de Chachapoyas, 2018. Para el desarrollo se utilizó un método descriptivo. En el estudio participaron 149 negociantes de dicho mercado. El muestreo aplicado fue no probabilístico intencional, la técnica fue la encuesta. En los resultados se concluyó que los comerciantes del centro comercial cuentan con total desconocimiento tributario, por causa de la actividad informal de los pequeños empresarios

También, Ordoñez y Chapoñan (2020), menciona que el objetivo fue describir la cultura tributaria de los contribuyentes, dicha investigación fue descriptivo, y de diseño no experimental, donde cuenta con una muestra de 80 comerciantes. La técnica fue la encuesta, con un formulario de 20 ítems. Obteniendo como resultado que, si la cultura tributaria mejora, por ende, el nivel de cumplimiento de los deberes tributarios se elevará.

También para Alfaro (2022) su objetivo de estudio fue describir la cultura tributaria de las clínicas para el cuidado de los animales, Abancay. El diseño fue no experimental, el instrumento fue el cuestionario y la técnica una encuesta, aplicada a un empadronamiento de 15 veterinarias. Los resultados permiten evidenciar que un ($<0,05$) de clínicas para animales está relacionado con la

cultura tributaria, resaltando las actitudes, valores y conocimientos, donde el conocimiento es el que obtiene mayor nivel de valor. Dando como conclusión que las clínicas veterinarias están a la disposición de remunerar los tributos puesto que tienen una buena cultura tributaria.

Y finalmente para Romero et ál. (2022) su investigación tuvo como finalidad detallar la cultura fiscal en las entidades del Perú. La metodología es de enfoque de índole cuantitativo, diseño no experimental corte transversal, se utilizó la técnica de encuesta. El resultado mostró que la presencia de la cultura tributaria en las empresas peruanas es de presencia media, porque la mayoría desconoce sobre la tributación.

La cultura tributaria

La cultura para Barrera (2015), es como un conjunto de creencias, moral, derecho, conocimientos, costumbre, arte u otras capacidades y hábitos obtenido por medio de la sociedad.

El tributo según Morales et ál. (2019), es un pago que se realiza de manera obligatorio, que es establecido por ley.

La cultura fiscal se define como un conjunto de acciones y conductas que posee una población, haciéndose responsable de sus deberes y derechos que tienen sobre los tributos, con el fin de mejorar la disponibilidad de un sistema tributario, remarcando que la adecuada conciencia tributaria y la recaudación de los tributos son las que permitirán financiar los gastos tributarios, esto permitiendo beneficiar a los mismos contribuyentes. (Chía et ál., 2018)

La cultura fiscal es definida como un conjunto de conocimientos, valores y actitudes que se comparten por los miembros de una sociedad con respecto a la tributación. Y esta es traducida como una ejecución con base en entendimiento, afirmación y confianza de los valores personales, respeto a la ley, responsabilidad y solidaridad social. (Mora et ál., 2022)

La Cultura Tributaria para Arias (2022), se basa en los valores de cada ciudadano, determinado que es la base para otorgar leyes y normas que

permitan tener una buena recaudación, siendo este importante para el desarrollo de cada país.

La cultura tributaria es importante porque permite desarrollar económicamente a un país y distribuir los ingresos a la población, aparte de otorgarle mejores y más servicios. (Amasifuén, 2017)

La cultura fiscal es un conjunto de conocimientos, valores, educación y actitudes que poseen los contribuyentes con respecto a sus responsabilidades tributarias, permitiendo el desarrollo económico del país, mediante ejecución de proyectos en beneficio de la población.

A su vez se menciona que la importante de la cultura fiscal radica en la regulación de sociedad y la economía del país, cuando un país encuentra con una cultura adecuada la economía es estable y eficaz, y son reflejados en el presupuesto estatal, en el financiamiento en programas estatales, gestión de principales tareas y funciones del estado. (Savitska et ál., 2022)

Los beneficios que trae consigo la cultura tributaria es cubrir los déficits originados por los evasores, permite al estado pedir préstamos externos, lo que permite al estado pagar sus intereses. (Amasifuén, 2017)

La educación fiscal en jóvenes permite aumentar la moral y las buenas prácticas para mayor crecimiento del país. Mencionando que la administración tributaria promoverá la realización de talleres donde desarrolle capacitación en educación tributaria, visitas guiadas a lugares donde se hayan realizado obras en beneficio de la población y fomento pedagógico de la buena práctica tributaria y los efectos adversos de evasiones e ilusiones tributarias. (Mora, 2022)

La educación cívico tributario, hace mención que se debe enseñar desde edad muy temprana para crear conciencia que se debe evitar la infracción y fraude en temas tributarios, donde se encarga de evaluar el comportamiento y el cumplimiento de las obligaciones, para crear una exitosa educación cívico-tributaria. (Martínez y Miguel, 2015)

De igual manera Masbernat (2022), menciona que la educación fiscal se encarga de orientar a los ciudadanos acerca de los entes recaudadores y los

pagos voluntarios del impuesto, haciendo mención que la educación se encuentra vinculado estrechamente con el cumplimiento de pagos.

Al contrario, Espinosa et ál., (2021), recalca que la educación es base para inculcarse en la cultura fiscal, mediante campañas de sensibilización y programas que implen conocer más acerca de la tributación. Enmarcándose en la misma línea Cárdenas (2020), fundamenta que la educación es la línea base para tomar conciencia sobre lo que es tributación y beneficios que se obtiene mediante la contribución.

La educación fiscal es la orientación de los ciudadanos desde la edad temprana sobre actitudes y compromiso frente a los tributos, resaltando el sentido social de los impuestos y su relación con el gasto público.

Los beneficios que trae consigo la educación fiscal es que crea compromiso derivado de la ética, pues resalta el compromiso social y comunitaria del tributo, así mismo tiene el apego por el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por ello se debe resaltar que es muy necesario enseñar educación tributaria en las escuelas de nivel primaria y secundaria, para que siempre se encuentren vinculados con los tributos. (Colmenero, 2016)

La importancia de la educación tributaria se resalta porque permite sensibilizar a los ciudadanos y así mismo la única forma de orientarlos a cumplir con sus deberes tributarios. (Espinosa et ál., 2021)

El conocimiento tributario es una aptitud ante los deberes que se tiene para el desarrollo del país y su influencia en la tributación personal, así mismo es el entendimiento e interiorización de lo bueno que es realizar aportes al estado y permitiendo que todos los pobladores accedan a los servicios básicos que ofrece el país, mediante la recolección de tributos. (Monterrey, 2019)

Además, Broncano (2018), menciona que el conocimiento tributario es interiorizar los regímenes tributarios que presenta el país, porque con ello va a permitir tener una adecuada cultura tributaria, para el desarrollo del país. También, Monterrey Saldaña (2019), señala que permite comprender como nace las obligaciones y como se determina el pago del impuesto, remarcando que, a

mayor conocimiento, existe un país más solidario y más igualitario, obteniendo mayor beneficio y ventaja sobre los países en vías de desarrollo.

Por otro lado, Carranza (2020), ha identificado que, al no tener conocimiento de tributación, hace que persista la deficiencia en actitudes y el pago voluntario de impuestos, determinando que hace un conocimiento nulo sobre tributos. Por último, Chávez et ál. (2017), identifico el escaso conocimiento por parte de los comerciantes, debido a que presenta un lenguaje técnico y difícil de comprender sobre una adecuada cultura fiscal.

El conocimiento tributario es el acto consciente de conocer acerca de todo los relacionando con la tributación y los deberes que conllevan estos para cada ciudadano y/o contribuyente.

El beneficio de contar con un adecuado conocimiento, permite a los pobladores realizar una adecuada tributación y mostrarse más comprometidos. (Carranza, 2020)

La importancia de tener conocimiento tributario es que permite contar con toda información que resalta el sistema tributario, reglas, normas y procedimientos, que se encuentran plasmado en el código tributario, teniendo en cuenta que los pobladores más informados, cumplen de manera voluntaria con sus deberes tributarios. (Chávez et ál., 2017).

La actitud tributaria aumenta según la gestión de los entes recaudadores, puesto que los ciudadanos se sienten más predispuestos cuando ven más obras en bien del país, u observan mayores beneficios para su comunidad. (Álvarez, 2018).

A su vez Johnson (2015), resalta la actitud tributaria de los ciudadanos es de suma importancia, porque cuando las personas que asumen una actitud ante temas tributarios y conocen acerca de los beneficios que logra el país mediante la recaudación, se evita la corrupción; siendo esto uno de los problemas más grandes que sufre el país.

Según Mascagni y Santoro (2023), la actitud tributaria en cierta medida esta entrelazada con los valores personales, el cual hace que se tome conciencia

sobre los beneficios que se logra con la recaudación de tributos y que es perjudicial la evasión y fraude en las arcas del estado.

De la misma forma Alfaro (2022) mencionan que la actitud tributaria en ciudadanos que están más dispuestos a contribuir con el país, esta se ve reflejada de manera positiva, ya que los beneficios otorgados son de maneras más equitativa. También Kadarisman et ál. (2022), resalta que a mayor actitud del ciudadano mayor es la voluntad de intención de pago de tributos, para el bien de su comunidad.

La actitud tributaria es la forma en la que una persona comprende, percibe y responde a sus obligaciones tributarias, permitiendo tomar conciencia de las consecuencias que, de evadir los impuestos, y a la vez conocer los beneficios que conllevar cumplir responsablemente con sus obligaciones.

Los beneficios de contar con una buena actitud tributaria, es el de participar activamente en las actividades que crea los entes recaudados y se comprometen a participar en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. (Barberán et ál., 2022)

Es importante tener una actitud tributaria, porque va de la mano con el comportamiento hacia los pagos que se realiza es decir a tener mayor actitud, el ciudadano estará más dispuesto a cumplir con sus obligaciones, y a ser un contribuyente eficiente, permitiendo tener mejores proyectos y mayor beneficio para su comunidad. (Rachma y Faud, 2023)

La conciencia tributaria es la capacidad de distinguir entre lo malo y bueno, a partir de los conocimientos adquiridos, para ello los ciudadanos debensaber los beneficios y las ventajas que traen consigo el aporte al estado mediante los tributos y medio del discernimiento, el ciudadano evalúa y juzga los progresos que tiene un país y de qué manera se está viendo el desarrollo de un sector o comunidad. (Martínez y Miguel, 2015).

Mientras que para Estévez et ál. (2018), menciona que a mayor conciencia tributaria se va evitar la falta de transparencia y la irresponsabilidad cívica y se va controlar la evasión tributaria. siguiendo la misma línea Herrera (2018), resalta

que la falta de conciencia, no permite que los ciudadanos gocen de un servicio de calidad, el cual es ofrecido por el estado, puesto que la falta de recursos, no hace posible la distribución igualitaria a todos los recursos.

Para Arroyo et ál. (2015), marca que, para tener una conciencia tributaria adecuada, es tener una base sobre lo que es la tributación, Las consecuencias de estas y como contribuye los impuestos dentro del país. Puesto que los ciudadanos que conocen más acerca de la tributación tienen mayor conciencia y por consiguiente mayor aporte con sus impuestos para con el estado.

Por otro parte Khafizah et ál. (2020) hace mención que una adecuada conciencia tributaria del ciudadano permite que los ciudadanos confíen con mayor facilidad en los entes recaudadores y sepan los beneficios y lo que acarrea la evasión tributaria para un país y más si está en vías de desarrollo.

La conciencia tributaria es la inclusión de los ciudadanos con las obligaciones y deberes que tienen, participando de manera activa en la recaudación tributaria, luego es verificada en el gasto público.

Los beneficios de tener una buena conciencia tributaria es que permite cumplir con sus obligaciones de carácter tributario, mencionando que está basado en características culturales y morales. (Cajma, 2017)

La importancia de tener conciencia tributaria permite a las empresas tener una planificación eficaz de sus gastos y planificación de sus pagos hacia el ente recaudador, también con ello permite tomar decisiones de diferentes temas y que estas sean de manera más efectiva y beneficiosas para la empresa. (Bordones et ál., 2019)

Los valores tributarios, son un conjunto de procesos ya establecidos por la sociedad, para vivir en sociedad, el cual permite socializarse y tener una convivencia tranquila; resaltando que los valores están en base a los comportamientos de los seres humanos, que se ven reflejados en la afectividad, la moral y hasta en lo cultural, vinculándose con su entorno. (Rivera, 2023).

Asimismo, Villalba y Guillen (2018), describe que un sistema de confianza en valores personales, permite actuar a favor de una cultura tributaria,

conllevarlo a ser personas responsables con sus impuestos. Asimismo, Castañeda (2017), describe que los valores tributarios como una relación estrechamente entrelazada con el principio de equidad, permitiendo a los ciudadanos a ser más conscientes con los aportes que da para el estado y los beneficios que sean distribuidos de manera igualitaria.

Por otra parte, Solórzano (2017), menciona que los valores tributarios son la base para que exista una cultura tributaria, porque mediante ella los ciudadanos toman conciencia y asumen compromiso para evitar realizar evasión y fraude tributario. En la misma línea Bencomo (2019), menciona que los valores morales y éticos permiten que los ciudadanos se afiancen a su cumplimiento voluntario de los deberes cívico-tributarios.

Los valores tributarios son acciones que promueven la cultura tributaria, mediante principios y comportamientos de los ciudadanos relacionados con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, asumiendo sus responsabilidades con el sostenimiento del país.

Los beneficios de contar con valores tributarios es que permite resaltar las áreas sobre ética y moral de los contribuyentes, permitiendo tener un tener un vínculo con los entes recaudadores, el cual permite creer ciegamente y cumplir con sus deberes y así buscar la manera de cumplir voluntariamente con sus contribuciones y orientar a otros contribuyentes que ingresen a la formalidad y aprendan más sobre cultura fiscal. (Olgúin y Picón, 2022)

La importancia de los valores tributarios es que permite poder tener una cultura tributaria y en estas emergen algunas de los valores más resaltantes, como es la justicia tributaria, el cual permite crear conciencia tributaria, para cumplir con sus deberes y así mismo menciona valores resultantes de responsabilidad social, compromiso, confianza y transparencia. (Villalba y Guillen, 2018)

III. METODOLOGÍA

La investigación fue de enfoque cuantitativo. Por ello Hernández et ál. (2017), menciona que el enfoque cuantitativo es la utilización de análisis de datos y recolección de datos, permitiendo responder las preguntas sobre la investigación, probar hipótesis, este es cuantificado y en su gran mayoría se utiliza la estadística para establecer patrones.

Así mismo Babativa (2017), indica que el enfoque cuantitativo es deductiva y objetiva, pudiendo ser medibles, generando proyecciones relacionados a la población o entre otras poblaciones a través de deducciones estadísticas que se establecen como muestra.

Para Ñaupas et ál. (2015) alude que es la utilización de técnicas y métodos que son de manera cuantitativa, y enmarca la magnitud, la medición y observación de las unidades analizadas, además se emplea el muestreo y el uso de estadísticas.

El enfoque cuantitativo es la recopilación e investigación para la obtención de información, utilizando la interpretación de diferentes fuentes de indagación.

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Según el propósito la investigación fue básica. Para Nicomedes (2018), menciona que el análisis básico es la confirmación de las hipótesis explicativas o causales, así mismo es el hallazgo de nuevas normas científicas y nuevas micro teorías sociales relacionado a eventos, hechos de procesos sociales de las dimensiones. Donde Echenique (2017), menciona que el objetivo es buscar y realizar nuevos conocimientos, el cual permita tener nuevas teorías para diferentes ciencias.

La investigación básica es un tipo de investigación el cual se basa en un proceso de estudio de teorías empíricas, con el fin de encontrar e investigar nuevas teorías y conocimientos con bases científicas.

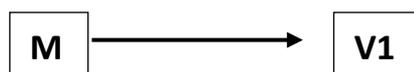
La investigación según el alcance fue de tipo descriptivo. Donde Guevara et ál. (2020), menciona que la investigación descriptiva, se realiza cuando el investigador desea describir los componentes principales y la realidad. Según Martínez, (2018), señala que el tratamiento es forma descriptiva, con mención que es usado en ciencias naturales, donde evalúa al sujeto, población y fenómeno. Así mismo para Ochoa y Yunkor (2020), menciona que es un detallado estudio sobre un tema de investigación cuantitativa, donde existe una variable denominada de interés.

Investigación descriptiva es referida a la descripción del sujeto y fenómenos de estudio, puntualizando el “qué” y “por qué”, para analizar las características mediante preguntas o formularios.

Diseño de investigación

El diseño no experimental: descriptivo, donde Dzul (2017), se puede determinar que la investigación es no experimental, porque se enmarca en la observación de los fenómenos como tal, ocurriendo en un determinado tiempo y único momento; el cual recolecta sus datos sobre las variables, permitiendo obtener datos. Mientras que para Alvares (2020), el diseño no experimental, es la no manipulación de la variable por parte del investigador. Y para Agudelo et ál. (2015), La investigación no experimental o ex post facto es aquel que no se manipula la variable, se asigna de manera aleatoria a los sujetos de estudio.

El diseño no experimental es aquel que no se manipula las variables, basado en la observación y que se encuentra determinada en un tiempo y en un solo momento.



Donde:

M: muestra

V1: cultura tributaria

3.2. Variable y operacionalización

La variable de investigación fue la cultura tributaria. El estudio tiene las siguientes dimensiones las cuales son (1) Educación tributaria, (2) Conocimiento tributario, (3) Actitudes tributaria, (4) Conciencia tributaria y (5) Valores tributarios. La Operacionalización se encuentra en el (Anexo 1A).

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Unidad de análisis

La investigación tiene como unidad de análisis a los comerciantes de un centro comercial acogidos en el nuevo RUS. Por ello Hernández et ál. (2017), define a la unidad de análisis como individuos, organizaciones, periódicos, etc., que se emplea para el muestreo. Por consiguiente, para Azcona et ál. (2015), es un objeto ubicable en un tiempo y espacio preciso. Y para Decarlo et ál. (2016), la unidad de análisis es el objeto sobre el cual se desea estudiar, considerado como la parte principal del estudio.

Unidad de análisis es el conjunto de objetos y personas que tienen una determinada cualidad, el cual puede ser medible y que sea esencial para un estudio determinado.

Población

En la investigación la población estuvo conformada por 200 comerciantes de un centro comercial, acogidos nuevo RUS. Por ello Díaz De León (2016) define a la población que está compuesta por elementos, el cual tiene características iguales para ser estudiada, cuantificada y medida. Para Arias et ál. (2016), la población es un conjunto de casos, el cual es limitado, accesible y definido, el cual será referente para la muestra. Por otra parte, Condori (2020), define a la población como elementos accesibles, que se encuentran en un ámbito especial, donde se desarrolla la investigación.

La población es un grupo de individuos u objetos que interactúan en un determinado lugar, que son tomados para realizar una investigación en un tiempo y espacio.

Criterio de inclusión. se incluyó 200 comerciantes de un centro comercial de San Juan de Lurigancho que se encuentran acogidos en el régimen nuevo RUS.

Criterios de exclusión. se excluyó a los del régimen general, especial y Mype tributario.

Muestra

La muestra fue de 50 comerciantes de un centro comercial acogidos al nuevo RUS. Por ello Condori, (2020), menciona que es una porción representativa para el estudio, el cual tiene la característica de la población. Por consiguiente, para Otzen y Manterola (2017), la muestra es obtenida de manera probabilística no probabilística. Para Porras (2017), la muestra es el conjunto de unidades tomadas a partir de la población.

La muestra es una porción pequeña tomada de un todo, que permite realizar estudios con un determinado fin.

Muestreo

El muestreo que se utilizó fue no probabilístico porque me permite escoger al sujeto o sujetos que se utilizará para la muestra de la investigación. Según Hurtado y De Guzmán (2018), termina a la muestra como una selección de individuos u objetos para ser estudiadas según los principios de la investigación. Siguiendo en la misma línea Martínez (2018), describe a la población como un subconjunto de la población, el cual se utiliza para ser estudiada y obtener conjeturas de una teoría.

El muestreo es la elección de objetos e individuos, determinado como muestra finita para obtener información mediante la estimación.

Por conveniencia porque nos permite tener mayor accesibilidad a los sujetos de investigación. Por ello Otzen y Manterola (2017), mencionan que por conveniencia se sustenta en la accesibilidad y la proximidad de los objetos para estudio. Mientras que para USON.MEX (2017) se caracteriza por ser representativo y utilizado en sondeos. Y Alperin y Skorupka (2018),

mencionan que la población en estudio es una porción pequeña que es seleccionada por conveniencia, permitiendo evitar errores.

Por Conveniencia es la elección de muestra que se encuentra de manera estática y es más factible para el investigador.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

La técnica fue la encuesta. Para Rojas (2018), la encuesta sirve para obtener información y reevaluar las opiniones sobre fenómenos y problemas, considerando respuestas. También Katz et ál. (2019), describe a la encuesta como una recopilación de datos a través de respuestas, mencionando que es utilizado como estrategia de investigación. Y finalmente Falcón et ál. (2019), la encuesta es el detalle de la información para identificar los que estén más acorde al estudio de la variable.

La encuesta es el conjunto de interrogantes, que permiten recolectar datos, mediante las respuestas obtenidas de los encuestados.

La encuesta está diseñada de acuerdo a la escala de Likert para (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre, esto se puede apreciar en la matriz instrumental

Instrumento

El instrumento fue un cuestionario. Donde Hernández y Duana (2020), menciona que el cuestionario servirá para extraer la información determinada, y esto será mediante la formulación de preguntas. Y según Ferial et ál. (2019) menciona que el cuestionario es una serie de preguntas, que se realizan para saber información sobre el tema de investigación y son utilizados con frecuencia en las investigaciones cuantitativas y sociales. Por otra parte, Casas et ál. (2015), describe a la encuesta como un conjunto de preguntas sobre un tema o grupo de temas diseñados para ser respondidos.

El cuestionario es un conjunto de interrogantes, que permiten obtener información sobre algún tema en específico.

El instrumento permitirá cuantificar la cultura tributaria, teniendo en cuenta las dimensiones de educación, conciencia, valores, actitudes y conocimiento tributario. Instrumento de muestra en el anexo

Validez. validez del cuestionario se hizo con juicio de expertos, teniendo un porcentaje del 100% de V Aiken (Anexo 7.B). según T.I.C. (2015), menciona la validez como una respuesta a la prueba que está haciendo, pudiendo ser elaborada, concebida y medida. Por otra parte, Bautista et ál. (2022), determinado como un instrumento que permite medir la variable, mediante la calificación de expertos.

La validez es el grado que un instrumento permite medir de manera certera la variable que se desea estudiar.

Confiabilidad. La confiabilidad, se hizo a través del alfa de Cronbach dando un porcentaje del 81% de la muestra de 50 comerciantes (Anexo 7.C). Según Guerrero (2016), la describe como la estabilidad y consistencia en las conclusiones de una prueba o escala, teniendo como resultados similares de la variable estudiada, aunque sea estudiada por diferentes investigadores. También para Padua (2018), la confiabilidad es la aceptación científica de lo que se está estudiando y mostrándose la utilidad de la prueba. Por otra parte, Sánchez et ál. (2020) define a la confiabilidad como la estabilidad sobre el cumplimiento de condiciones que permitan obtener los resultados.

La confiabilidad es un grado que permite obtener resultados de manera certera y válida.

3.5. Procedimientos

Se pidió autorización centro comercial para la realización del cuestionario, ello se encuentra en el (Anexo 3), permitiendo acceder al centro comercial, realizar una encuesta a cada comerciante, ello nos

permitió recoger la información necesaria para obtener resultados, que fueron llevados a tablas de Excel, para luego ser procesados en el programa SPSS y finalmente obteniendo los resultados acordes a nuestros objetivos.

3.6. Método de análisis de datos

Se usará el método deductivo. Por ello, Toledo (2017), describe al método deductivo, como un proceso de prueba teórica que empieza con una teoría establecida y finalmente desarrollándose para determinar un estudio. Por otra parte, Rodríguez (2017), mencionan el método deductivo como partir de lo general a lo particular, evidenciando teorías.

Método deductivo es la obtención de información iniciando desde lo concreto llegando a lo general.

3.7. Aspectos éticos

La investigación estuvo bajo las normas éticas y morales, que brinda la Universidad César Vallejo, teniendo como nombre la RCUN°0340-2021-UCV actualización código de ética. Por ello Espinoza (2018), la define como una disciplina o ciencia que determina normas y leyes, para el comportamiento del ser humano. Por consiguiente, Ronquillo (2018), menciona a la ética como una filosófica especializada que determina los valores morales del ser humano. Y finalmente Prado (2016), la define como la responsable de la conducta humano ante los ojos de otros seres humanos.

La ética es un conjunto de conductas que tiene el ser humano, está pudiendo ser normados, el cual evalúa y determina el comportamiento de las personas.

El informe también está normado sobre la guía para elaborar proyectos de investigación, mediante OFICIO N.º 036-2023-DPIF-VI-UCV- Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos, así mismo redactado las citas y referencias bibliográficas alineadas al estilo APA (7ª ed.), para definir lo que es el estilo American Psychological Association, tenemos al autor Garay (2016), determina que es un grupo

de normas y reglas detalladas en el manual APA, que sirve de guía para escribir de manera concisa, potente y simple una investigación. Por otro lado, López (2020), lo define como un conjunto de reglas que rigen la redacción de trabajos de investigación de varias disciplinas, teniendo como fin unificar las referencias y citas, que permita al lector localizar de manera más fácil las fuentes utilizadas.

IV. RESULTADOS

El desarrollo del análisis estadístico, se efectuó considerando los objetivos planteados en el esquema metodológico de la investigación.

En esta sección del informe se presentan los resultados obtenidos del procesamiento estadístico efectuado a la variable Cultura tributaria y sus dimensiones.

Por consiguiente, los datos corresponden a la medición de la variable, proveniente del cuestionario aplicado a 50 contribuyentes del centro comercial ASOCIACION DE PROPIETARIOS MULTIPLAZA PROCERES; en tal sentido, los datos debieron ser convertidos dentro de un intervalo barémico para clasificar en niveles la variable de estudio.

Para determinar el nivel de cultura tributaria se utilizó el baremo, el mismo que se detalla en la Tabla 1. La calificación presenta los niveles de Alto, Medio y Bajo, cuyos valores máximos y mínimos se exponen en intervalos.

Tabla 1

Baremo del cuestionario Cultura tributaria

Variable	Escala	Puntuación
Cultura tributaria	Alto	Min. 26 - Max. 60
	Medio	Min. 61- Max. 95
	Bajo	Min. 96 - Max. 130
D1: Conciencia tributaria	Alto	Min. 5 - Max. 11
	Medio	Min. 12 - Max. 18
	Bajo	Min. 19 - Max. 25
D2: Educación tributaria	Alto	Min. 5 - Max. 11
	Medio	Min. 12 - Max. 18
	Bajo	Min. 19 - Max. 25
D3: Valores tributarios	Alto	Min. 5 - Max. 11
	Medio	Min. 12 - Max. 18
	Bajo	Min. 19 - Max. 25
D4: Actitudes tributarias	Alto	Min. 5 - Max. 11
	Medio	Min. 12 - Max. 18
	Bajo	Min. 19 - Max. 25
D5: Conocimiento tributario	Alto	Min. 6 - Max. 14
	Medio	Min. 15 - Max. 22
	Bajo	Min. 23 - Max. 30

En relación a los resultados obtenidos del objetivo general, la Tabla 2 representa los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que la mayoría de los 50 contribuyentes encuestados, un (54%) presenta un nivel alto de cultura tributaria y un 46% presenta un nivel medio.

Se muestra la distribución porcentual de los niveles existente de cultura tributaria en los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que la cultura tributaria de los contribuyentes presenta un nivel de medio a alto, lo cual es favorable en términos de los resultados positivos que se espera, no obstante, el desarrollo de sus componentes como los son la conciencia, educación, actitudes, valores y conocimiento tributario es importante para el país, por lo que se debe direccionar acciones para su complementación absoluta dentro de la población.

Tabla 2

Cultura tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	23	46,00	46,00	46,00
Alto	27	54,00	54,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

En base al desarrollo del objetivo específico 1, el cual buscó medir el nivel de conciencia tributaria, la Tabla 3 presenta los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que la mayoría de los 50 contribuyentes encuestados, un (58%) presenta un nivel medio de Conciencia tributaria y un 42% presenta un nivel alto.

Se muestra la distribución porcentual de los niveles alcanzados de conciencia tributaria pertenecientes a los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que la conciencia tributaria de los encuestado presenta un nivel de medio a alto, determinado por la mayoría como Medio, lo cual hace reflexionar sobre la visión que se tiene sobre la tributación, las sanciones y las coacción que ejerce el órgano rector de recaudación sobre los contribuyentes, así mismo sobre la

conciencia que cada contribuyente tiene sobre el cumplimiento de las normativas de tributación y del pago a tiempo de los mismos.

Tabla 3

Conciencia tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	29	58,00	58,00	58,00
Alto	21	42,00	42,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

En base al desarrollo del objetivo específico 2, el cual buscó medir el nivel de Educación tributaria, la Tabla 4 presenta los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que la mayoría de los 50 contribuyentes encuestados el (94%) presenta un nivel Medio de Educación tributaria y un 6% presenta un nivel Alto.

Se muestra la distribución porcentual de los niveles alcanzados de conciencia tributaria pertenecientes a los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que la educación tributaria de los encuestado presenta un nivel de medio a alto, determinado por la mayoría como Medio, esto lleva a determinar que los indicadores de capacitación ciudadana, charlas, talleres informativos sobre la tributación y el nivel de información que se proyecta a los contribuyentes por parte de la SUNAT, no llega de una manera esperada y por lo cual la función formadora de este organismo no es el más eficiente.

Tabla 4

Educación tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	47	94,00	94,00	94,00
Alto	3	6,00	6,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

En base al desarrollo del objetivo específico 3, el cual buscó medir el nivel de Valores tributarios, la Tabla 5 presenta los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que la mayoría de los 50 contribuyentes encuestados el (98%) presenta un nivel Alto de Valores tributarios y un 2% presenta un nivel medio.

La distribución porcentual de los niveles alcanzados de los valores tributarios practicados por los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que los valores tributarios de los encuestados presentan un nivel de medio a alto, determinado por la mayoría como alto, lo cual indica que los valores de responsabilidad de los pagos, transparencia en la declaración de impuestos, honestidad en la declaración y la honradez, son acciones reconocidas por los encuestados a la hora del cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 5

Valores tributaria

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Medio	1	2,00	2,00	2,00
Alto	49	98,00	98,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

En base al desarrollo del objetivo general 4, el cual buscó medir el nivel de Actitudes tributarias, la Tabla 6 presenta los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que el total de los 50 contribuyentes encuestados (100%) presenta un nivel alto de Actitudes tributarias.

Se muestra la distribución porcentual de los niveles alcanzados de las actitudes tributarios presentes en los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que tales actitudes se presentan en alto, lo cual es favorable debido a que evidencia una buena percepción sobre el papel de la SUNAT y del uso que hacen las autoridades sobre la tributación.

Tabla 6*Actitudes tributarias*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	50	100,00	100,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

En base al desarrollo del objetivo específico 5, el cual buscó medir el nivel de Conocimiento tributario, la Tabla 7 presenta los resultados de distribución porcentual sobre la valoración. Se tiene que la mayoría de los 50 contribuyentes encuestados el (72%) presenta un nivel medio de Valores tributarios, seguido de un 16% con un nivel alto y un 12% presenta un nivel bajo. Se muestra la distribución porcentual de los niveles de conocimiento tributario que manejan los contribuyentes del Centro Comercial de Juan Lurigancho para el año 2023; de esta distribución se puede evidenciar que este conocimiento se encuentra repartidos en sus distintos niveles en los contribuyentes, es decir que se pueden encontrar porcentajes minoritarios de un nivel bajo y alto, concentrándose el acumulado en el nivel medio. Esta diversificación del resultado evidencia que los contribuyentes en su totalidad, todavía no pueden fijar el conocimiento sobre sus regímenes los beneficios de la contribución fiscal, el manejo de los libros contables, multas y/o sanciones tributarias, haciendo que este componente de la cultura tributaria sea el más sensible de todos y por el que se debería efectuar medidas correctivas o de mejoras.

Tabla 7*Conocimiento tributario*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	6	12,00	12,00	12,00
Medio	36	72,00	72,00	84,00
Alto	8	16,00	16,00	100,00
Total	50	100,00	100,00	

V. DISCUSIÓN

Mediante los resultados conseguidos, por medio de pruebas estadísticas, se puede mencionar lo siguiente;

Con respecto al objetivo general la cultura fiscal en los comerciantes se ve reflejado con un nivel medio de 46% y el nivel alto de 54%; en forma positiva, señalando que los comerciantes del centro comercial ASOC. PROP. MULTIPLAZA PROCERES, tienen un buen desarrollo de la cultura fiscal, el cual favorece a los comerciantes para cumplir apropiadamente con sus obligaciones. Para cotejar tenemos a Hinojosa (2019), que sus resultados obtenidos, se muestra que los comerciantes tienen una mala cultura tributaria; remarcando que el 87% de los comerciantes consideran que no es importante conocer sobre la cultura fiscal, ya que no trae beneficios, el 33% de comerciantes considera que es bueno saber sobre cultura fiscal, porque permite una mejor la calidad de vida de los ciudadanos.

En el mismo marco Vargas y Moreira (2015), en su investigación, se obtuvo que existe una mala cultura tributaria, el 52% de comerciantes tienen niveles bajos de compromiso en cuanto a la tributación, el 31% refiere que existes cambios constantes, que no permiten su comprensión, 17% tienen mala cultura tributaria a pesar de estar inscritos en un régimen tributario, acarreado en índices altos de incumplimiento.

Del mismo modo Quintana (2022), de su investigación se obtuvo como resultado que el 9% de ellos tiene una buena cultura tributaria, el 61% tiene una cultura fiscal regular y el 30% tiene una mala cultura fiscal, con ello destacando que la institución tributaria, tiene bastante trabajo que realizar, para obtener comerciantes ideos sobre temas tributarios.

Con relación al primer objetivo específico cuyo trabajo es medir el nivel de conciencia tributaria, donde se concluye para la investigación, que el 58% de comerciantes tienen un nivel medio y el 42% un nivel alto, donde se determina que los comerciantes cuentan con perspectivas sobre temas de sanciones, coacción y entes recaudadores.

Los resultados coinciden con Ordoñez y Chapoñan (2020), donde se menciona que la conciencia tributaria de los comerciantes, se encuentra representado por el 46 % en el nivel alto, el 37% es de nivel medio y el 17% de

nivel bajo, evidenciando que cumplan con sus obligaciones de manera oportuna y a tiempo.

Referente al segundo objetivo específico, el cual es medir el nivel de educación tributaria, se deduce que el 94% de comerciantes tienen un nivel medio y 6% tiene un nivel alto, donde se indica que, la educación tributaria se debe desarrollar de manera adecuada y oportuna, ya que los comerciantes tienen una educación deficiente y por consiguiente el ente recaudador no cumple con su función educadora.

Para contraponer tenemos a Bordones et ál. (2019), el cual señala que los contribuyentes en un 96% tienen un nivel bajo en educación tributaria y solo el 4% tiene un nivel medio, evidenciando que no existen mecanismos de difusión y por ende desconocimiento, resaltando que se debe desarrollar la educación tributaria desde la etapa preescolar, para que la tributación sea interiorizada desde la niñez, mediante juegos y talleres.

Con respecto al tercer objetivo específico, que mide el nivel de valores tributarios, teniendo como resultados que, el 98% de comerciantes tienen un nivel alto y el 2 % un nivel medio, donde se precisa que los valores tributarios se encuentran presentes en el momento de realizar sus declaraciones y pagos de sus impuestos.

Por ello se compara con Alfaro (2022), que coincide con los resultados obtenidos, ya que menciona que los contribuyentes, en un 69.2% tiene un nivel moderado y 30.8% nivel bajo, donde se muestra que los contribuyentes cumplen con realizar sus declaraciones, siendo esto de manera clara, honesta y honrada.

En cuanto al cuarto objetivo específico, que mide el nivel de actitud tributaria, se concluye que los comerciantes tienen el 100% de nivel alto, en el que los comerciantes cuentan con percepción referente a temas tributarios por parte de la SUNAT, por ende, tienen una alta actitud tributaria.

Para cotejar tenemos a Cabrera y Zapata (2021), que coinciden en sus resultados, mencionando que los comerciantes que cuentan con una alta actitud tributaria están representados por el 85% que son los primeros en realizar sus pagos y cumplir con las obligaciones tributarias, mientras que el 15% no lo hace.

En cuanto al quinto objetivo específico, que determina el nivel de conocimiento tributario; donde se obtuvo un 12% de nivel bajo, 72% de nivel medio y un 16% de nivel alto, donde la investigación arrojó que los comerciantes

no fijan sus conocimientos sobre los regímenes, beneficios, multas, sanciones y libros contables que llevar, determinado que se debe desarrollar medidas correctivas.

Para contrastar se puede mencionar a Morales et ál. (2019), determino que el 47% de comerciantes no tienen un bajo conocimiento tributario, el 35% tienen algún conocimiento de tributos y el 18% sabe con certeza que son los tributos y todo lo que conlleva, concluyendo que los comerciantes tienen un escaso conocimiento sobre los impuestos, obligaciones que debe cumplir.

En cuanto a la metodología de la investigación, las ventajas del enfoque cuantitativo, según cadena et ál. (2017), menciona que el enfoque cuantitativo, realiza inferencias para lograr tener mediciones controladas y objetivas, delimita a los sujetos de estudio, orientándolos a tener resultados con objetividad alta.

Para Fernández (2018), la investigación cuantitativa, realiza observaciones de la realidad y particularidades, que permiten a los investigadores obtener resultados sólidos, aunque sean repetitivos. En la misma línea calero (2017), menciona que, un enfoque de este tipo tiene mediciones de mayor precisión, donde el investigador interactúa con el sujeto de estudio, pudiendo realizar hallazgos mediante la ejecución de preguntas preestablecidas.

Por otro lado, Reichardt y Cook (2015), establecen desventajas del enfoque cuantitativo, determinando que no mide los hallazgos de manera certera, la validez interna, por ello algunos hallazgos no son particulares.

Así mismo la investigación de diseño no experimental, tiene ventajas según QuestionPro (2017), que el proceso de investigación es muy flexible, se conoce la causa, se busca el efecto del fenómeno y las características son definidas por el investigador.

En la misma línea Arispe et ál. (2020), menciona que la variable no es manipulada, permitiendo observar el fenómeno en forma natural, este tipo de estudios tiene varias clasificaciones siendo por número de mediciones, temporalidad y tipo de análisis, para luego ser analizado.

Las desventajas de este diseño según Arispe et ál. (2020), es que los grupos de estudios no son realizados de toda la población y por ello se puede presentar sesgos.

La investigación es de tipo descriptivo, las ventajas según Guevara et ál. (2020), es que interpreta y analiza los procesos y fenómenos actuales. Así

mismo para Martínez (2018), la ventaja de investigación descriptiva, permite describir las principales características de un grupo homogéneo, utilizando criterios sistemáticos, para obtener información comprobable.

Para Tamayo y Tamayo (2016), menciona que las ventajas serian la recolección de datos mediante la observación, estudio de caso y encuestas, considerada de rápida ejecución y económica, basadas en análisis estadístico.

Mientras que las desventajas para QuestionPro (2016), determina que, en la confidencialidad, los encuestados no siempre responden con la verdad, cuando las preguntas son muy personales o cuando sienten que son observados, la muestra no es representativa debido al ser aleatorio.

VI. CONCLUSIONES

Mediante la obtención de resultados estadísticos, se concluye que:

1. La cultura tributaria de los comerciantes del centro comercial Asoc. Propiet. Multiplaza Proceres, en un 54% es de nivel alto y 46% nivel medio, cuya distribución hace evidenciar que el nivel de la cultura fiscal de los comerciantes de dicho centro, tienen un resultado positivo en cuanto la tributación.
2. La conciencia tributaria está representada por el 58% en nivel medio y 42% en nivel alto, el cual evidencia que los comerciantes tienen interiorizado de alguna manera temas sobre tributación, el órgano recaudador y las sanciones que pueden incurrir, si estos no realizan sus pagos de impuestos.
3. La educación tributaria para la Asoc. Propiet. Multiplaza Proceres, tienen una representación del 94% en el nivel medio y el 6% de nivel alto, determinando que la educación tributaria para los comerciantes, se ve reflejado de manera deficiente en cuanto a la obtención de información mediante charlas, capacitaciones y talleres, concluyendo que la SUNAT, tiene una función educadora deficiente.
4. Los valores tributarios para los encuestados del centro comercial, tienen una distribución del 98% en un nivel alto y 2% en el nivel medio, el cual permite constatar que los valores tributarios se encuentran presentes en los comerciantes, como son el valor de la responsabilidad, honestidad, honradez y transparencia al momento de realizar sus pagos.
5. Las actitudes tributarias para los contribuyentes encuestados son del 100% que representa el nivel alto, el cual demuestra que los comerciantes han captado el rol que cumple el ente recaudador y el uso de los impuestos.

6. El conocimiento tributario de los comerciantes se encuentran en un 72% en nivel medio, el 16% en un nivel alto y el 12% en un nivel bajo, el cual permite deducir que el nivel de conocimiento se encuentra distribuido en sus tres niveles, teniendo menor porcentaje en los niveles bajo y alto y un acumulo en el nivel medio, el cual hace resaltar que los comerciantes no fijan bien sus saberes sobre temas concernientes a manejo de libros contables, multas y sanciones, así mismo sobre contribución y tipos de régimen, por ello se debe efectuar medidas de corrección o mejoras.

VII. RECOMENDACIONES

1. El centro comercial Asoc. Propiet. Multiplaza proceres, debería realizar convenidos con la SUNAT, para realizar charlas, talleres y capacitaciones sobre temas de inscripción al RUC, factura electrónica en el régimen MYPE tributario, regímenes tributarios y beneficios, gastos deducibles y no deducibles, comprobantes de pago, exporta fácil e importa fácil, así mismo los beneficios y ventajas de una buena cultura tributaria.
2. El centro comercial Asoc. Propiet. Multiplaza proceres, debería realizar convenidos con la cámara de comercio, que permita a los asociados obtener saberes sobre temas régimen tributario para las MYPES y declaración de renta anual 2023, para una adecuada conciencia tributaria.
3. El centro comercial debe realizar acuerdos con la Municipalidad, para recibir capacitaciones y talleres que permitan obtener mayores saberes sobre temas tributarios como el impuesto predial, los arbitrios municipales y el impuesto vehicular, la importancia del cumplimiento de estas obligaciones tributarias y de qué forma se beneficia la ciudadanía.
4. El centro comercial debe asociarse o realizar un convenio con las universidades, para que sus comerciantes reciban talleres y charlas de temas concernientes a los valores y actitudes tributarias.
5. Se recomienda esta investigación para aquellos que estén interesados en investigar el tema indagado, siendo este de tipo descriptivo, no experimental, el cual permitirá a los investigadores desarrollar el trabajo en forma sencilla y veraz, por ser de tipo descriptivo se recomienda realizar encuesta para obtener datos de interés y necesarias de la empresa que se esté evaluando.

REFERENCIAS

- Agudelo, G., Aignerren, M., & Ruiz, J. (2017). Diseños de investigación experimental y no-experimental. *Revista La Sociología en sus escenarios*, (18)1-46. <https://hdl.handle.net/10495/2622>
- Alfaro, A. (2022). Relación de la Cultura y las Obligaciones Tributarias de las Clínicas Veterinarias Peruanas. *Revista Hechos Contables*, 2(1), 4–15. <https://doi.org/10.52936/rhc.v2i1.85>
- Alperin, M., & Skorupka, C. (2018). *Métodos de Muestreo: técnica de selección de una muestra a partir de una población*. www.fcnym.unlp.edu.ar/catedras/estadistica2014
- Alvares, A. (2020). Clasificación de las Investigaciones. *Revista de Ciencias Empresariales y Económicas*. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Álvarez, R. (2018). La potestad normativa tributaria y su incidencia en las actitudes de los contribuyentes de las municipalidades distritales de la provincia de san Román. *Revista de Investigaciones*, 7(2), 607–620. <https://doi.org/10.26788/riepg.2018.2.85>
- Amasifuén, M. (2017). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Journal Accounting Power for Business*, 1, 73–90. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/download/898/866
- APA. (2020). *Normas APA Séptima edición*. www.apastyle.org
- Arias, G. (2022). Factores que afectan la cultura tributaria. *Revista Científica Convergencia Empresarial*, 10, 1–8. <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/ce/article/download/647/646>
- Arias, J., Villasisi, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de Investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63, 201–206. www.nietoeditores.com.mx
- Arroyo, M., Espinoza, F., & Amezcua, E. (2015). La Concientización Fiscal De Los Contribuyentes, Como Base Para Formar La Cultura Tributaria En México. *Revista Ciencia Administrativa*, 2, 144–150. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2014/12/14CA201402.pdf>
- Azcona, M., Manzini, F., & Dorati, J. (2015). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. Aplicación a la investigación en psicología. *Revista Del Instituto de Investigación En Psicología- Universidad Nacional de La Plata*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/45512>
- Babativa, C. (2017). Investigación cuantitativa. In *Investigación Cuantitativa* (Areabdino, Vol. 12). <http://www.areandina.edu.co>

- Barberán, N., Santillán, R., Bastidas, T., & Peña, M. (2022, March 14). Tax behavior of microenterprises in Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia- Universidad Del Zulia*, 27(98), 666–679. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.18>
- Barrera, R. (2015). El concepto de la Cultura: Definiciones, Debates y Usos sociales. *Revista de Claseshistoria*, 343. <http://www.claseshistoria.com/revista/index.html>
- Bautista, M., Franco, K., & Hickman, H. (2022). Objetividad, validez y confiabilidad: atributos científicos de los instrumentos de medición. *Revista Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de La Salud Universidad Autónoma Del Estado de Hidalgo*, 11(21), 66–71. <https://doi.org/10.29057/icsa.v11i21.10048>
- Bencomo, T. (2019). Ética, educación y cultura tributaria. *Revista Arjé. Edición Especial*, 13(25), 371–389. <http://arje.bc.uc.edu.ve/arj25e/art21.pdf>
- Bordones, J., Carraballa, C., & Guevara, J. (2019). Estrategia de concientización para la formación tributaria de los estudiantes de bachillerato en Venezuela. *Revista Enfoques*, 3(9), 32–48. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i9.52>
- Broncano, M. (2018). *Cultura tributaria y su relación con el conocimiento del régimen mype* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28111>
- Burgos, M. (2020). La cultura tributaria de los pequeños productores rurales en la feria libre de Jipijapa. *Revista Colon Ciencias Tecnología Negocios*, 7(1). <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v7n1a6>
- Cabrera, E., & Zapata, J. (2021). Cultura fiscal en los asalariados de Yucatán, México. *Revista CEA*, 7(14), e1653. <https://doi.org/10.22430/24223182.1653>
- Cajma, M. (2017). *El nivel del conocimiento tributario de los comerciantes del mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca, periodo 2014-2015* [Tesis de pregrado, Universidad José Carlos Mariátegui]. <https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819>
- Cárdenas, G. (2020). La educación Tributaria en el Perú: Una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *Revista In Crescendo*, 11(2)-241–258. <https://www.researchgate.net/publication/351394068>
- Carranza, E. (2020). *Nivel de conocimiento tributario y su incidencia en la formalización de los microempresarios del mercado modelo - Chiclayo* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8876>
- Casas, J., Repullo, J., & Donato, J. (2015). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionario y tratamiento estadístico de los datos. *Revista INVESTIGACION*, 31(8), 38–527. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738>
- Castañeda, V. (2017). La equidad del sistema tributario y su relación con la moral tributaria. Un estudio para América Latina. *Revista Investigación Económica*, LXXVI, 125–152. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60155347004>

- Chávez, M., Meza, J., & Palga, J. (2017). *Conocimiento Tributario y Evasión fiscal en las Micro y pequeñas Empresas de Gamarra, Lima* [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilazo de la Vega]. <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2196/>
- Chía, M., Gómez, J., López, C., & Porras, S. (2018). Hacia el fomento de la cultura tributaria desde la primera infancia. *Revista Activos*, 16(30). <https://doi.org/10.15332/25005278.5059>
- Colmenero, R. (2016). Concienciación cívico tributaria en el S.XXI. *Revista Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XLVIII, 181–202. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5009645.pdf>
- Comex Perú. (2023). *Sociedad de Comercio Exterior del Perú*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/>
- Condori, P. (2020). Sesión 4 Universo, población y muestra. In *Revista Ciencias*. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Díaz De León, M. (2016). *Material Didáctico: Sólo Visión (Proyectables) Título: Población y Muestra*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/63098>
- Dzul, M. (2017). *¿Qué es el diseño no experimental?* <https://www.uaeh.edu.mx/legal.html>
- Echenique, E. (2017). Metodología de la Investigación. In *Metodología de la Investigación. Manual autoformativo Interactivo* (E-book, Vol. 1). 07-2017. <http://www.continental.edu.pe/>
- Espinosa et al. (2021). Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales del contribuyente. *Revista Apuntes Contables*, 31, 153–171. <https://doi.org/10.18601/16577175.n31.09>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación Hypothesis in research. *Revista de Educación MENDIVE*, 16(1), 1815–7696. <http://scielo.sld.cu/pdf/men/v16n1/1815-7696-men-16-01-122.pdf>
- Estévez, Z., y Rocafuerte, J. (2018). La conciencia tributaria en el proceso de recaudación de impuestos en Santa Elena. *Revista Clío América*, 12(23), 8–24. <https://doi.org/10.21676/23897848.2606>
- Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales. *Revista memoria académica*. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- Feria, H., Blanco, M., & Valledor, R. (2019). *La dimensión metodológica del diseño de la investigación científica* (Edacun). <http://edacunob.ult.edu.cu/xmlui/handle/123456789/90>
- Franco, J. (2016). *Introduction to political science research methods*. Radford University via Open Social Work Education. https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Political_Science_and_Civics/

- Garay, L. (2016). Citas y referencias de documentos de sitios web con el estilo apa. *Universidad Jaime Bausante y Meza*, 1–22. <https://www.scribbr.es/normas-apa/ejemplos/pagina-web/>
- Guerrero, M. (2016). La Investigación Cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa descriptivas. *Revista Científica Mundo de La Investigación y El Conocimiento*, 163–173. [https://doi.org/10.26823/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26823/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, S., Collado, F., & Baptista, L. (2017). Proceso de la Investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo. In *Methodologic de la investigation* (6th ed., pp. 8–25). Stationery Office. <https://onx.la/36fba>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). Metodología de la Investigación. In *Metodología de la investigación* (INTERAMERICANA, Vol. 7, pp. 1–634). <https://onx.la/bdd84>
- Hernández y Duana. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de Las Ciencias Económicas Administrativas Del ICEA*, 9(2007–4913). <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/issue/archive>
- Herrera, Y. (2018). La conciencia tributaria en la población de lima metropolitana y su relación con el principio de solidaridad. *Revista Quipukamayoc*, 26(51), 43. <https://doi.org/10.15381/quipu.v26i51.14845>
- Hidayat, kadarisman, Satria, M., Nimran, U., & Prasetya, A. (2022). The effect of attitude and religiosity on tax compliant intention moderated by the utilization of e-Filing. *Journal of Financial Services Marketing*. <https://doi.org/10.1057/S41264-022-00171-Y>
- Hinojosa, C. (2019). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018. *Revista de Investigación Científica UNTRM: Ciencias y Humanidades*, 2(463), 22–26. <https://doi.org/10.25127/rcsh.20192.463>
- Hurtado, E. (2018). *Guía de investigación científica*. https://www.mpfm.gob.pe/escuela/contenido/actividades/docs/6629_parte04.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Investigación. (2021). *Lima y Callao- Recaudación*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1_804/lima.htm
- Johnson, V. (2015). *Actitudes del contribuyente frente a la administración tributaria: diferenciar y clasificar los comportamientos* (pp. 261–294).
- Katz, M., & Abiuso, F. (2019). Cuaderno 7: La técnica de encuesta: características y aplicaciones. In *Cuadernos de catedra* (Catedra: Moreno, Vol. 7, pp. 1–38). <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-pdf-13047738>

- Khafizah, N., Azwardi, A., & Fuadah, L. (2020). The Influence of Tax Knowledge, Tax Service Quality, Tax Audit, and Use of Tax Sanctions on Tax Evasion: The Case Study of KPP Pratama Seberang Ulu 1 Palembang. *Accounting and Finance*, 4(90), 68–74. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-4\(90\)-68-74](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2020-4(90)-68-74)
- Martínez, C. (2018). *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*. <https://onx.la/f9ed0>
- Martínez, J., & Miguel, A. (2015). Instrumentos claves en la lucha contra el fraude: la importancia de la Educación fiscal. *Revista Crónica Tributaria*, 146, 179–192. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4321496>
- Masbernat, P. (2022). Educación fiscal y desarrollo de una ética y cumplimiento tributario Tax education and development of ethics and tax compliance. *Revista de Educación y Derecho*, 26. <https://doi.org/10.1344/REYD2022.26.40701>
- Mascagni y Santoro. (2023). The Tax Side of the Pandemic: Shifts in Compliance Attitudes and Perceptions in Rwanda. *Journal of Development Studies*, 59(6), 811–832. <https://doi.org/10.1080/00220388.2023.2178304>
- Monterrey, M. (2019). *Relación entre el conocimiento tributario y la cultura tributaria en gerentes generales de las Mypes* [Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/4719e3d9-dbce-42dd-a477-e555b6d38784>
- Mora, T. (2022). Tax education, a strategy also to improve tax culture: the experience of the Tax Agency of Catalonia. *Revista de Educación y Derecho*, 26. <https://doi.org/10.1344/REYD2022.26.40643>
- Mora, W., Alvarado, C., Gutiérrez, E., Vargas, M., & Carrillo, J. (2022). Libro de Cultura Tributaria y Aduanera. In *Libro de cultura tributaria y aduanera* (Vol. 6, pp. 1–203). <https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones/libro-cultura-tributaria-y-aduanera>
- Morales, M. del C., Echeverría, L., Huerta, B., & Quinto, E. (2019). Cultura tributaria en Hermosillo, Sonora México. *Revista Jurídica Del Departamento de Derecho - Universidad de Sonora*, 11(21), 63–80. https://biolex.unison.mx/index.php/biolex_unison_mx/article/download/157/179/614
- Ñaupas, H. P., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2015). *Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4th ed.). Ediciones de la U. <https://onx.la/8dfdf>
- Nicomedes, E. (2018). Tipos de investigación. *Revista de Investigación de USDG*. <http://repositorio.usdq.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Ochoa, J., & Yunkor, Y. (2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Revista Acta Jurídica Peruana*, 2(2), 1–19. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>

- Olgúin, M., & Picón, Y. (2022). La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú. In *Revista Lidera* (Vol. 17). <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26666>
- Ordoñez, M., & Chapoñan, E. (2020). Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias. *Revista de Investigación y Cultura- Universidad Cesar Vallejo*, 9. <https://orcid.org/0000-0001-7098-5755>
- Ordóñez, R., & Tensesaca, M. (2015). Influencia de Mecanismos Técnicos Tributarios a los Pequeños Comerciantes de la Bahía de Guayaquil. *Revista CEPAL*, 1, 55–60. <https://doi.org/10.1234/y.ch.v1i1.184>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Population Study. *Revista Int. J. Morphol*, 35(1), 227–232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Padua, J. (2018). *Muestreo aleatorio simple*. <https://www.studocu.com/es-ar/u/15725511?sid=01699827275>
- Porras, A. (2017). Tipos de muestreo. In *CONACYT* (Vol. 1, pp. 1–14). <http://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1012/163>
- Prado, G. (2016). La moral y la ética: Piedra angular en la enseñanza del derecho. *Revista Científica de América Latina*, 32(13), 369–390. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048483019>
- Rachma, R., & Faud, A. (2023). Determinants of tax attitude in small and medium enterprises: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(1), 1–1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2160585>
- Ramirez, E., Saira, E., & Chávez, M. (2019). Vista de Características de formalización de la micro y pequeña empresa de la provincia de Ilo, Perú. *Revista Magister Science*, 2(2), 33–45. <https://www.magasterimed.or/msj>
- Ramos, N., Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M., & Rosas, C. (2021). Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos. *Ciencia y Desarrollo. Universidad a Las Peruanas*, 24(4), 39–50. <https://doi.org/10.21503/cyd.v24i4.2328>
- Rodríguez, F. N. (2017). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa. *Revista Sistema Institucional de Investigación de Unitec (SIIU)*, 2(1), 9–39. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4942053.pdf>
- Rojas, I. (2018). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Revista Interamericana de Investigación - Tiempo de Educar*, 12(16650824), 277–297. <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Romero, R., Chambilla, M., Santivañez, Y., Santos, A., & Ugarte, W. (2022). La cultura y las obligaciones tributarias en una empresa peruana. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 3279–3292. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2833

- Ronquillo, L. (2018). *Ética General y Profesional* (Mar y Trinchera). Grupo Editorial Mar y Trinchera. <https://etica.uazuay.edu.ec/sites/etica>.
- Sánchez, A., Revilla, D., Sime, L., Mendivil, L., & Tafur, R. (2020). Método de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación. In *Pontificia Universidad Católica del Perú* (1st ed., Vol. 1). <https://posgrado.pucp.edu.pe/publicaciones/los-metodos-de-investigacion-para-la-elaboracion-de-las-tesis-de-maestria-en-educacion/>
- Savitska, S., Pravdiuk, M., Dolzhenko, I., Banera, N., & Samchyk, M. (2022). Tax systems of Ukraine and EU countries during the COVID-19 pandemic: current status and prospects. *Independent Journal of Management & Production*, 13(3), s145–s160. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v13i3.1906>
- Solórzano, L. (2017). La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú. *Revista CEPAL*. <https://onx.la/a4bb4>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributario. (2020). *Libro de Cultura Tributaria y Aduanera* (IAT). [https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura Tributaria y Aduanera final.pdf](https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf)
- T.I.C. (2015). *Capítulo III: Metodología de la investigación*. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo_III_Marco_Metodologico.pdf
- Toledo N. (2017). Técnicas de Investigación cualitativas y cuantitativas FAD UAEMex. In *Facultad de Arquitectura y Diseño Administración y Promoción de la Obra Urbana*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799>
- USON.MEX. (2017). *El muestreo*. <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>
- Villalba Leonardo, & Guillen Gladys. (2018). Valores: Perspectiva desde la Investigación-acción participativa en la cultura tributaria venezolana. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-Journal of Human Sciences* /, 13-77–89. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7149441>

ANEXOS

Anexo 2. Instrumento de recolección de dato

CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA

INSTRUCCIONES: A continuación, encontraras afirmaciones, lee cada una con mucha atención, luego; marca la respuesta que mejor te describa con una X según corresponda. Recuerda, no hay respuestas buenas, ni malas. Contesta todas las preguntas con la verdad.

1. ¿Percebe la tributación de manera adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

2. ¿Es consciente de las sanciones tributarias?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

3. ¿Es conciente sobre la coacción ejercida en el cobro de impuestos?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

4. ¿Es conciente sobre el cumplimiento de las normas tributarias?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

5. ¿Es conciente en realizar los pagos de impuesto en las fechas establecidas?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

6. ¿Participa de la capacitación ciudadana sobre tributación que realiza la cámara de comercio?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

7. ¿Participa de las Charlas Informativas sobre tributación e impuestos que imparte SUNAT?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

8. ¿Participa de los talleres informativos sobre contribución tributaria, realizadas por la municipalidad de San Juan de Lurigancho?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

9. ¿Recibe asesoría contable en temas tributarios?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

10. ¿Presenta un nivel de información tributaria adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

11. ¿Actúa de manera responsable en sus obligaciones tributarias?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

12. ¿Actúa de manera transparente en su declaración de impuestos?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

13. ¿Realiza la declaración tributaria de manera honesta?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

14. ¿Realiza la declaración de impuestos de manera responsable?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

15. ¿Realiza el pago tributario de manera honrada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

16. ¿Su actitud frente a la SUNAT es adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

17. ¿Su actitud frente a la tributación es adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

18. ¿Su actitud ante el pago de sus impuestos es adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

19. ¿Su actitud ante Gobierno Local es adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

20. ¿Su actitud ante el Gobierno Central es adecuada?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

21. ¿Su conocimiento sobre su régimen tributario es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

22. ¿Su conocimiento sobre los beneficios de la contribución es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

23. ¿Su conocimiento sobre el manejo de los libros contables que debe llevar es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

24. ¿Su conocimiento sobre las multas tributarias es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

25. ¿Su conocimiento sobre comprobantes de pago es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

26. ¿Su conocimiento sobre las sanciones tributarias es adecuado?

siempre nunca
casi nunca a veces
casi siempre

Gracias por completar el cuestionario.



Anexo 3. Consentimiento Informado

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación: El nivel de la Cultura Tributaria, en los comerciantes del mercado La Unión, San Juan Lurigancho, 2023. Investigadoras: Gil Cárdenas, Diana Lizbeth y Rivera Vidal, María Estefany.

Propósito del estudio

le invitamos a participar en la investigación titulada "El nivel de la cultura tributaria, de los comerciantes de un centro comercial, 2023", cuyo objetivo es determinar el nivel de la cultura tributaria, de los comerciantes de un centro comercial.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional de contabilidad de la Universidad César Vallejo del campus Lima este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Asociación de los comerciantes CENTRO COMERCIAL MULTIPLAZA PROCERES.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Los comerciantes del centro comercial existen un porcentaje de comerciantes que desconocen sobre la cultura fiscal, por ende, no saben de las normativas vigentes sobre la tributación y de los beneficios que acarrea cuando se comprometen a ser buenos contribuyentes.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán respuestas sobre el tema en investigación titulada: "El nivel de la cultura tributaria, de los comerciantes de un centro comercial, 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 10 minutos y se realizará en el ambiente del centro comercial "próceres".
3. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas con número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institucional término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va

a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con las investigadoras:

Gil Cárdenas, Diana Lizbeth con e-mail dgilca@ucwvirtual.edu.pe, Rivera Vidal, María Estefany con e-mail mriveravi@ucwvirtual.edu.pe, teléfono n° 920487347 y Asesor Dr. Vásquez Villanueva, Carlos Alberto con e-mail CAVASQUEZVI@ucwvirtual.edu.pe

Consentimiento

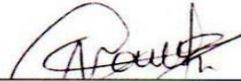
Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación mencionada.

Nombre y apellidos: *Lizbeth Sanchez Florencio*
Fecha y hora: *27.09.23 a 14:30 pm*

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.



Gil Cárdenas, Diana Lizbeth



Rivera Vidal, María Estefany

Anexo 4. Matriz evaluación por juicio de expertos

Evaluación por juicio de expertos 1

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023**”. 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 al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	RENTERIA LEYVA JORGE LUIS
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autoras:	<ul style="list-style-type: none">• Gil Cárdenas Diana Lizbeth• Rivera Vidal, María Estefany
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo, Lima
Administración:	Físico
Tiempo de aplicación:	10 minutos

Ámbito de aplicación:	Centro comercial “Mega centro proceres”
Significación:	El estudio cuenta con una variable <ul style="list-style-type: none"> • Cultura Tributario, el cual se divide en 5 dimensiones

4. Soporte teórico

Variable	Definición conceptual	Dimensiones
Cultura tributaria	La cultura tributaria es un conjunto de acciones y conductas que posee una población, haciéndose responsable de sus deberes y derechos que tienen frente a sus tributos, con el fin de mejorar la disponibilidad de un sistema tributario, fomentando la adecuada conciencia tributaria, la recaudación de los tributos los cuales permitirán financiar los gastos tributarios, que son en beneficios de los mismos contribuyentes. (Chía S. et al. 2018).	Conciencia tributaria
		Educación tributaria
		Valores tributarios
		Actitudes tributarias
		Conocimiento tributario

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, usted le presentó el cuestionario, el cual tiene como título “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Luriganchó, 2023**”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. 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.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

semántica son adecuadas.	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y adecuada. sintaxis
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. (bajo de Desacuerdo niv acuerdo) el	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. de (al Totalmente Acuerdo to 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.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. 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

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Cultura tributaria

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: conciencia tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percibe la tributación de manera adecuada	1	4	4	4	APLICABLE
Es consciente de las sanciones tributarias	2	4	4	4	APLICABLE
Es consciente sobre la coacción ejercida en el cobro de impuestos	3	4	4	4	APLICABLE
Es consciente sobre el cumplimiento de las normas tributarias	4	4	4	4	APLICABLE
Es consciente en realizar los pagos de impuestos en las fechas establecidas	5	4	4	4	APLICABLE

- Segunda dimensión: educación tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de educación tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Participa de la capacitación ciudadana sobre tributación que	6	4	4	4	APLICABLE

realiza la cámara de comercio.					
Participa de las Charlas informativas sobre tributación e impuestos que imparte SUNAT	7	4	4	4	APLICABLE
Participa de los talleres informativos sobre contribución tributaria, realizadas por la municipalidad de San Juan de Lurigancho	8	4	4	4	APLICABLE
Recibe asesoría contable en temas tributarios	9	4	4	4	APLICABLE
Presenta un nivel de información tributaria adecuado	10	4	4	4	APLICABLE

- Tercera dimensión: valores tributarios
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de los valores tributarios de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actúa de manera responsable en sus obligaciones tributarias	11	4	4	4	APLICABLE
Actúa de manera transparente en su declaración de impuestos	12	4	4	4	APLICABLE
Realiza la declaración tributaria de manera honesta	13	4	4	4	APLICABLE

Realiza la declaración de impuestos de manera responsable	14	4	4	4	APLICABLE
Realiza el pago tributario de manera honrada	15	4	4	4	APLICABLE

- Cuarta dimensión: actitudes tributarias
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de las actitudes tributarias de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Su actitud frente a la SUNAT es adecuada	16	4	4	4	APLICABLE
Su actitud frente a la tributación es adecuada	17	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante el pago de sus impuestos es adecuada	18	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante Gobierno Local es adecuada	19	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante el Gobierno Central es adecuada	20	4	4	4	APLICABLE

- Quinta dimensión: conocimiento tributario
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Su conocimiento sobre su régimen tributario es adecuado	21	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre los beneficios de la contribución es adecuado	22	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre el manejo de los libros contables que debe llevar es 15adecuado	23	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre las multas tributarias el adecuado	24	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre comprobantes de pago es adecuado	25	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre las sanciones tributarias es adecuado	26	4	4	4	APLICABLE



Firma del evaluador

DNI: **07255568**

Evaluación por juicio de expertos 2

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023**”. 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 al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

6. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Campos Huamán Nancy
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

8. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autoras:	<ul style="list-style-type: none">• Gil Cárdenas Diana Lizbeth• Rivera Vidal, María Estefany
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo, Lima
Administración:	Físico
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Centro comercial “Mega centro proceres”

Significación:	El estudio cuenta con una variable <ul style="list-style-type: none"> • Cultura Tributario, el cual se divide en 5 dimensiones
----------------	---

9. Soporte teórico

Variable	Definición conceptual	Dimensiones
Cultura tributaria	La cultura tributaria es un conjunto de acciones y conductas que posee una población, haciéndose responsable de sus deberes y derechos que tienen frente a sus tributos, con el fin de mejorar la disponibilidad de un sistema tributario, fomentando la adecuada conciencia tributaria, la recaudación de los tributos los cuales permitirán financiar los gastos tributarios, que son en beneficios de los mismos contribuyentes. (Chía S. et al. 2018).	Conciencia tributaria
		Educación tributaria
		Valores tributarios
		Actitudes tributarias
		Conocimiento tributario

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, usted le presentó el cuestionario, el cual tiene como título “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023**”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. 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.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y adecuada. sintaxis

<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. (bajo de Desacuerdo niv acuerdo) el	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. de (al Totalmente Acuerdo to nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. 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

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Cultura tributaria

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: conciencia tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percibe la tributación de manera adecuada	1	4	4	4	APLICABLE
Es consciente de las sanciones tributarias	2	4	4	4	APLICABLE
Es consciente sobre la coacción ejercida en el cobro de impuestos	3	4	4	4	APLICABLE
Es consciente sobre el cumplimiento de las normas tributarias	4	4	4	4	APLICABLE
Es consciente en realizar los pagos de impuestos en las fechas establecidas	5	4	4	4	APLICABLE

- Segunda dimensión: educación tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de educación tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Participa de la capacitación ciudadana sobre tributación que	6	4	4	4	APLICABLE

realiza la cámara de comercio.					
Participa de las Charlas informativas sobre tributación e impuestos que imparte SUNAT	7	4	4	4	APLICABLE
Participa de los talleres informativos sobre contribución tributaria, realizadas por la municipalidad de San Juan de Lurigancho	8	4	4	4	APLICABLE
Recibe asesoría contable en temas tributarios	9	4	4	4	APLICABLE
Presenta un nivel de información tributaria adecuado	10	4	4	4	APLICABLE

- Tercera dimensión: valores tributarios
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de los valores tributarios de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actúa de manera responsable en sus obligaciones tributarias	11	4	4	4	APLICABLE
Actúa de manera transparente en su declaración de impuestos	12	4	4	4	APLICABLE
Realiza la declaración tributaria de manera honesta	13	4	4	4	APLICABLE

Realiza la declaración de impuestos de manera responsable	14	4	4	4	APLICABLE
Realiza el pago tributario de manera honrada	15	4	4	4	APLICABLE

- Cuarta dimensión: actitudes tributarias
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de las actitudes tributarias de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Su actitud frente a la SUNAT es adecuada	16	4	4	4	APLICABLE
Su actitud frente a la tributación es adecuada	17	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante el pago de sus impuestos es adecuada	18	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante Gobierno Local es adecuada	19	4	4	4	APLICABLE
Su actitud ante el Gobierno Central es adecuada	20	4	4	4	APLICABLE

- Quinta dimensión: conocimiento tributario
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-------------	------	----------	------------	------------	-----------------------------------

Su conocimiento sobre su régimen tributario es adecuado	21	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre los beneficios de la contribución es adecuado	22	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre el manejo de los libros contables que debe llevar es 15adecuado	23	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre las multas tributarias el adecuado	24	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre comprobantes de pago es adecuado	25	4	4	4	APLICABLE
Su conocimiento sobre las sanciones tributarias es adecuado	26	4	4	4	APLICABLE



Firma del evaluador

DNI: **08113034**

Evaluación por juicio de expertos 3

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023**”. 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 al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

11. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Aguilar Culquicondor, Juan Carlos
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (X) Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Contador
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

12. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

13. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autoras:	<ul style="list-style-type: none">• Gil Cárdenas Diana Lizbeth• Rivera Vidal, María Estefany
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo, Lima
Administración:	Físico
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Centro comercial “Mega centro proceres”
Significación:	El estudio cuenta con una variable <ul style="list-style-type: none">• Cultura Tributario, el cual se divide en 5 dimensiones

14. Soporte teórico

Variable	Definición conceptual	Dimensiones
Cultura tributaria	La cultura tributaria es un conjunto de acciones y conductas que posee una población, haciéndose responsable de sus deberes y derechos que tienen frente a sus tributos, con el fin de mejorar la disponibilidad de un sistema tributario, fomentando la adecuada conciencia tributaria, la recaudación de los tributos los cuales permitirán financiar los gastos tributarios, que son en beneficios de los mismos contribuyentes. (Chía S. et al. 2018).	Conciencia tributaria
		Educación tributaria
		Valores tributarios
		Actitudes tributarias
		Conocimiento tributario

15. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, usted le presentó el cuestionario, el cual tiene como título “**El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes, de un centro comercial, de San Juan de Lurigancho, 2023**”. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. 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.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y adecuada. sintaxis
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) el	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (al to 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.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. 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

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Cultura tributaria

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: conciencia tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percibe la tributación de manera adecuada	1	4	4	4	Aplicable
Es consciente de las sanciones tributarias	2	4	4	4	Aplicable
Es consciente sobre la coacción ejercida en el cobro de impuestos	3	4	4	4	Aplicable
Es consciente sobre el cumplimiento de las normas tributarias	4	4	4	4	Aplicable
Es consciente en realizar los pagos de impuestos en las fechas establecidas	5	4	4	4	Aplicable

- Segunda dimensión: educación tributaria
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de educación tributaria de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Participa de la capacitación ciudadana sobre tributación que realiza la cámara de comercio.	6	4	4	4	Aplicable
Participa de las Charlas informativas sobre tributación e impuestos que imparte SUNAT	7	4	4	4	Aplicable

Participa de los talleres informativos sobre contribución tributaria, realizadas por la municipalidad de San Juan de Lurigancho	8	4	4	4	Aplicable
Recibe asesoría contable en temas tributarios	9	4	4	4	Aplicable
Presenta un nivel de información tributaria adecuado	10	4	4	4	Aplicable

- Tercera dimensión: valores tributarios
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de los valores tributarios de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actúa de manera responsable en sus obligaciones tributarias	11	4	4	4	Aplicable
Actúa de manera transparente en su declaración de impuestos	12	4	4	4	Aplicable
Realiza la declaración tributaria de manera honesta	13	4	4	4	Aplicable
Realiza la declaración de impuestos de manera responsable	14	4	4	4	Aplicable
Realiza el pago tributario de manera honrada	15	4	4	4	Aplicable

- Cuarta dimensión: actitudes tributarias
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de las actitudes tributarias de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Su actitud frente a la SUNAT es adecuada	16	4	4	4	Aplicable
Su actitud frente a la tributación es adecuada	17	4	4	4	Aplicable
Su actitud ante el pago de sus impuestos es adecuada	18	4	4	4	Aplicable
Su actitud ante Gobierno Local es adecuada	19	4	4	4	Aplicable
Su actitud ante el Gobierno Central es adecuada	20	4	4	4	Aplicable

- Quinta dimensión: conocimiento tributario
- Objetivos de la Dimensión: Determinar el nivel de conocimiento tributario de los comerciantes de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Su conocimiento sobre su régimen tributario es adecuado	21	4	4	4	Aplicable
Su conocimiento sobre los beneficios de la contribución es adecuado	22	4	4	4	Aplicable

Su conocimiento sobre el manejo de los libros contables que debe llevar es 15adecuado	23	4	4	4	Aplicable
Su conocimiento sobre las multas tributarias el adecuado	24	4	4	4	Aplicable
Su conocimiento sobre comprobantes de pago es adecuado	25	4	4	4	Aplicable
Su conocimiento sobre las sanciones tributarias es adecuado	26	4	4	4	Aplicable



Firma del evaluador

DNI: **09567956**

Anexo 5. Carta de autorización

**ASOC. DEPROPIET. "MULTI PLAZA PROCERES"**
FUNDADO EL 2 DE FEBRERO DEL 2003 INSCRITO EN LOS REGISTROS PÚBLICOS PARTIDA N° 11520080

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

SJL, 27 de septiembre de 2023

Señores:
ESCUELA DE CONTABILIDAD
Universidad César Vallejo

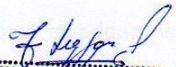
Mediante la presente, yo, FLORENCIO LUJAN SANCHEZ; en calidad de presidente de la ASOCIACION DE PROPIETARIOS MULTIPLAZA PROCERES, del distrito de san juan de Lurigancho, autorizo a las señoritas:

Gil Cárdenas, Diana Lizbeth con DNI. N° 73697196
Rivera Vidal, María Estefany con DNI. N° 47555712

Para que realicen las encuestas con la finalidad de cumplir con su proyecto de tesis "El nivel de la cultura tributaria de los comerciantes de un centro comercial, san juan de Lurigancho, 2023.

Se emite para los fines pertinentes a solicitud de las interesadas.

Atentamente,


ASOCIACION DE PROPIETARIOS
MULTIPLAZA PROCERES
Florencio Lujan Sánchez
PRESIDENTE

LUJAN SANCHEZ FLORENCIO
Presidente

SJL, 27 de septiembre de 2023

Anexo 6. A Validación de juicio de expertos y confiabilidad

Apellidos y nombres	Especialidad	Años de experiencia	Observación
Mg. Rentería Leyva Jorge Luis	Finanzas	35	Aceptable
Mg. Campos Huamán de Saldaña, Lilian Nancy	Auditoria integral	40	Aceptable
Mg. Aguilar Culquicóndor, Juan Carlos	Contador – docente	15	Aceptable

Anexo 6.B Validez V Aiken

VALIDEZ	V Aiken
<i>Relevancia</i>	100%
<i>Pertinencia</i>	100%
<i>Claridad</i>	100%
PROMEDIO	100%

Anexo 6.c Estadística de Confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,81	26

Anexo 7 Matriz de consistencia

PROBLEMAS		OBJETIVOS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
P. GENERAL		O. GENERAL		
¿Cuál es el nivel de la cultura tributaria, en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023?		Determinar el nivel de la cultura tributaria en los comerciantes, de un centro comercial, de Juan Lurigancho- 2023	X Cultura Tributaria	TIPO: Descriptivo DISEÑO: No experimental TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Formulario
P. ESPECÍFICOS		O. ESPECÍFICOS		
1. ¿Cuál es el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023?	1. Determinar el nivel de conciencia tributaria en los comerciantes, de un centro comercial de Juan Lurigancho, 2023		X1 Conciencia tributaria X2 Educación tributaria X3 Valores Tributarios X4 Actitudes tributarias	POBLACIÓN: 200 comerciantes de un Centro comercial acogidos al nuevo RUS MUESTRA: 50 comerciantes acogidos al nuevo RUS
2. ¿Cuál es el nivel de la educación tributaria en los comerciantes de un centro comercial, de San Juan Lurigancho, 2023?	2. Determinar el nivel de educación tributaria, en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023		X5 Conocimiento tributario	MUESTREO: No probabilístico por conveniencia
3. ¿Cuál es el nivel de los valores tributarios en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023?	3. Determinar el nivel de los valores tributarios, en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023			
4. ¿Cuál es el nivel de las actitudes tributarias en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023?	4. Determinar el nivel de las actitudes tributarias, en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023			
5. ¿Cuál es el nivel del conocimiento tributario en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023?	5. Determinar el nivel de conocimiento tributario, en los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023			

Anexo 8. Matriz instrumental

El Nivel de la Cultura Tributaria, de los comerciantes de un centro comercial, de Juan Lurigancho, 2023				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL	ESCALA
CULTURA TRIBUTARIA	CONCIENCIA TRIBUTARIA	Percepción de la tributación	Percibe la tributación de manera adecuada	
		Sanciones Tributarias	Es consciente de las sanciones tributarias	
		Coacción en el cobro de impuestos	Es consciente sobre la coacción ejercida en el cobro de impuestos	
		Cumplimiento de normas Tributarias	Es consciente sobre el cumplimiento de las normas tributarias	
	EDUCACION TRIBUTARIA	Pagos de impuestos en fechas establecidas	Es consciente en realizar los pagos de impuesto en las fechas establecidas	
		Capacitación ciudadana sobre tributación	Participa de la capacitación ciudadana sobre tributación que realiza la cámara de comercio.	
		Participación en charlas informativas	Participa de las Charlas informativas sobre tributación e impuestos que imparte SUNAT	1. nunca
		Participación en talleres informativos sobre contribución tributaria	Participa de los talleres informativos sobre contribución tributaria, realizadas por la municipalidad de San Juan de Lurigancho	2. casi nunca 3. a veces 4. casi siempre
		Asesoría contable	Recibe asesoría contable en temas tributarios	5. siempre
	VALORES TRIBUTARIOS	Nivel de Información tributario	Presenta un nivel de información tributaria adecuado	
		Responsabilidad en sus obligaciones tributarios	Actúa de manera responsable en sus obligaciones tributarias	
		Transparencia en su declaración de impuestos	Actúa de manera transparente en su declaración de impuestos	
		Honestidad en la declaración tributaria	Realiza la declaración tributaria de manera honesta	

	Responsabilidad con el pago de impuestos	Realiza la declaración de impuestos de manera responsable
	Honradez en el pago tributario	Realiza el pago tributario de manera honrada
ACTITUDES TRIBUTARIOS	Actitud frente a la SUNAT	Su actitud frente a la SUNAT es adecuada
	Actitud frente a la tributación	Su actitud frente a la tributación es adecuada
	Actitud ante el pago de sus impuestos	Su actitud ante el pago de sus impuestos es adecuada
	Actitud ante Gobierno Local	Su actitud ante Gobierno Local es adecuada
	Actitud ante el Gobierno Central	Su actitud ante el Gobierno Central es adecuada
CONOCIMIENTO TRIBUTARIO	Régimen tributario	Su conocimiento sobre su régimen tributario es adecuado
	Beneficios de la contribución	Su conocimiento sobre los beneficios de la contribución es adecuado
	Manejo de sus libros contables	Su conocimiento sobre el manejo de los libros contables que debe llevar es adecuado
	Multas tributarias	Su conocimiento sobre las multas tributarias es adecuado
	Comprobantes de pago	Su conocimiento sobre comprobantes de pago es adecuado
	Sanciones tributarias	Su conocimiento sobre las sanciones tributarias es adecuado