



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
GESTIÓN PÚBLICA**

**Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los  
comerciantes del mercado Municipal Huarmaca.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Gestión Pública**

**AUTORA:**

Carrasco Zeña, Marissel Anali (ORCID: 0000-0003-1218-2801)

**ASESOR:**

Dr. Ramos de la Cruz, Manuel (ORCID: 0000-0001-9568-2443)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de políticas públicas

CHICLAYO – PERÚ

2021

### **Dedicatoria**

A todas las familias emprendedoras del distrito de Huarmaca, que en el trajinar de la vida asumen actitudes resilientes ante las adversidades.

Marissel Anali

### **Agradecimiento**

Al señor alcalde de la Municipalidad Distrital de Huarmaca, por permitirme realizar mi investigación. Mi más profundo y sincero agradecimiento al Dr. Manuel Ramos de la Cruz, por su asesoría en todo momento.

Marissel Anali

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de abreviaturas .....	v
Índice de tablas .....	vi
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Diseño y tipo de investigación.....	14
3.2. Variables y operacionalización.....	14
3.3. Población, muestra y muestreo.....	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos .....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos .....	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES .....	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
VIII. PROPUESTA.....	30
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS.....	40

## **Índice de abreviaturas**

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

IVA: Impuesto sobre valor añadido.

IRPF: Impuesto sobre la renta de las personas físicas.

UNFV: Universidad Nacional Federico Villarreal.

SPSS: Programa Estadístico en Ciencias Sociales.

### **Índice de tablas**

Tabla 1. Nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado	
Municipal de Huarmaca.....	18

### **Índice de figuras**

Figura 1. Nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado	
Municipal de Huarmaca.....	18
Figura 2. Nivel de conciencia tributaria, según dimensiones.....	19

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general proponer un programa de capacitación para el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca. El abordaje de la tesis corresponde a un estudio básico, con diseño no experimental. Se recurrió a un grupo representativo de estudio, integrado por 120 colaboradores a quienes se les aplicó, un cuestionario constituido por 40 ítems, cuya validez se determinó mediante juicio de expertos y la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, alrededor de 0,876, estableciendo un alto nivel de fiabilidad. Los resultados implican un conjunto de análisis de las variables, dimensiones e indicadores que reflejan el nivel de desarrollo de la conciencia tributaria. Después del procedimiento se procedió a analizar, interpretar y discutir los resultados, concluyendo que se presenta una propuesta para el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.

**Palabras clave:** Programa de capacitación, conciencia tributaria, mercado municipal, comerciantes.

## **Abstract**

The general objective of this research work is to propose a training program to strengthen the tax awareness of merchants in the municipal market, Huarmaca. The approach of the thesis corresponds to a basic study, with non-experimental design. A representative study group, consisting of 120 collaborators to whom they were applied, was used a questionnaire consisting of 40 items, the validity of which was determined by expert judgement and reliability through the Cronbach Alpha, around 0.876, establishing a high level of reliability. The results involve a set of analyses of variables, dimensions and indicators that reflect the level of tax awareness development. After the procedure, the results were analyzed, interpreted and discussed, concluding that a proposal is presented for the strengthening of the tax awareness of merchants in the municipal market of Huarmaca.

Keywords: Training program, tax awareness, municipal market, merchants.



## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo, la población se plantea preguntas respecto del imperativo de pagar impuestos, en una realidad atiborrada de componentes adversos que deterioran el desarrollo de cualquier país como la informalidad, la corrupción y la evasión tributaria. En estos hechos se han visto envueltas las propias autoridades, no obstante que son las llamadas a predicar con el ejemplo; realidad de la que se aferra la gran mayoría de los ciudadanos para eludir las obligaciones de tributación. Este fenómeno se agrava por la presencia de una precaria conciencia tributaria que emerge de la propia identidad de la gente, el desconocimiento, la falta de información y la desconfianza arraigada (Aguirre y Silva, 2013).

En este sentido, la insuficiente conciencia tributaria genera evasión fiscal, que en efecto constituye un problema al que los países desarrollados y en vías de desarrollo en el contexto mundial han venido poniendo atención (Alva, 2020), porque les impide asumir mayor protagonismo en el ofrecimiento de bienes y servicios para el bienestar social, por el incumplimiento irresponsable de los deberes tributarios de los contribuyentes (Merchán, 2014).

En Ecuador la conciencia tributaria continúa en ciernes, debido a que la colectividad postula que los recursos públicos inevitablemente serán desperdiciados y, por tanto, no serán invertidos en provecho la gente. Razón por la cual tratan de cualquier modo de soslayar su responsabilidad tributaria (Andrade y Cevallos, 2020). Lo cual queda evidenciado que la recaudación por concepto de tributos se muestra afectada de manera considerable (Castañeda, 2012).

De igual modo, la elusión al pago de tributos en Brasil es de alrededor del 29%, en Argentina de 23%, en Bolivia de 16,8% y en Chile de 18, 7% (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, 2020). Esto ocurre, entre otros factores, por la débil conciencia tributaria de los pobladores identificada en el incumplimiento de las obligaciones sobre el tema por parte del interesado, en muchos casos por la desinformación en torno a la dinámica de los planes y estrategias que emplea la administración de tributos en aras de educar al contribuyente (Ramos, 2014).

En el Perú el 70% de la economía se logra administrar en la esfera informal, la cual no declara la utilidad de sus actividades y consecuentemente elude la obligación tributaria (Matteucci, 1995). Este suceso se encuentra subordinado a la concientización que los ciudadanos advierten respecto del deber cívico de cancelar los tributos, así como la legitimidad social de los impuestos.

En la nación peruana, a lo largo de la historia ha predominado un comportamiento social adverso al pago de impuestos expresándose en acciones de resistencia, rechazo y evasión; es decir diferentes maneras de incumplimiento, justificadas o no por la incompetencia y falta de transparencia en la administración de los recursos, así como por la corrupción (Ruiz, 2017). Asimismo, por la desinformación y limitados saberes que la ciudadanía tiene sobre los impuestos, esto es una escasa conciencia tributaria (Roca, 2011), que se encuentra directamente asociada con la apreciación de la gente respecto de la ejecución del gasto público.

Ante ello constituye un imperativo de fomentar la conciencia tributaria instando al cumplimiento potestativo del pago de impuestos, cuyo compromiso trasciende a la SUNAT y alcanzar a las diferentes entidades del Estado en el ámbito nacional, regional y local (SUNAT, 2020). Estas instituciones necesitan llevar a cabo acciones encaminadas al bienestar de la población.

Como es de apreciarse, el gobierno en sus distintas esferas requiere poner en marcha políticas que promuevan la conciencia tributaria. Por un lado, sin menoscabo del condicionamiento legal, manifestado en la controversia de ser forzado, fiscalizado y penado por el quebrantamiento de las responsabilidades y por otra parte sin soslayar el aspecto ideológico expresado en el grado de satisfacción de los ciudadanos, en el sentido que los recursos dinerarios que contribuyen no se utilizan de modo apropiado (Amasifuén, 2015).

En consecuencia, el incumplimiento del pago de impuestos no es ajeno a los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, debido a que éstos no cumplen en forma acertada y oportuna con las obligaciones tributarias. No están dispuestos a declarar todos sus ingresos, para lo cual se valen de ciertas argucias

como la simulación de documentos o desplazamientos mercantiles para ocultar su condición de negociantes.

En tal sentido, en aras de mejorar esta realidad, las entidades correspondientes deben ofrecer información y orientaciones de carácter tributario a la ciudadanía, que elude el pago de impuestos, a veces por desconocimiento y porque no tienen la mínima idea en torno a cuál es el destino de los tributos que cancelan y luego de ello implementar procesos de fiscalización más minuciosos y punitivos si el caso lo amerita.

Por lo que se formuló el problema de investigación, ¿La propuesta de un programa de capacitación fortalece la conciencia tributaria de lo comerciantes del mercado municipal, Huarmaca?

La investigación se justifica teóricamente, porque a través, de esta iniciativa se realizó un aporte al conocimiento científico, en torno a la conciencia tributaria. Desde el punto de vista práctico esta investigación favoreció, a partir de los saberes generados y la propuesta de alternativas, la solución de la problemática existente sobre el tema materia del presente estudio. A partir de la mirada metodológica, se utilizó herramientas válidas y confiables, las mismas que pueden ser empleadas en otros estudios de esta índole. Socialmente el estudio fue significativo, porque coadyuvó a que comerciantes y trabajadores de la entidad entiendan que una mejor conciencia tributaria contribuye en beneficio de la sociedad.

En este orden de ideas, el objetivo general se formuló de la siguiente manera: Proponer un programa de capacitación para el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca. Asimismo, se plantearon los objetivos específicos que contribuyeron al cumplimiento del objetivo general: Identificar del nivel de conciencia tributaria. Diseñar un programa de capacitación. Validar la propuesta.

Igualmente se formuló la hipótesis de trabajo: La propuesta de un programa de capacitación fortalece la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca.

## II. MARCO TEÓRICO

Según Iturre (2018) en su investigación de diseño no experimental transaccional descriptiva, considerando una muestra de 26 comerciantes, se trazó como objetivo proponer un programa de capacitación tributaria para comerciantes de abarrotes en el mercado de las Esmeraldas. Obtiene como resultados que muchos de los microempresarios han tenido inconvenientes con la cancelación de los impuestos, no conocen como llenar las declaraciones IVA y del IRPF, por tal han demostrado interés por ser entrenados. Por tal concluye que se debe poner en marcha un programa de capacitación tributaria para que se concientice a los contribuyentes en torno a sus obligaciones y beneficios tributarios.

También Abd et al. (2016) desarrollaron un estudio que se trazó como propósito evaluar los factores de la conciencia fiscal contextual y fiscal ética; asimismo su efecto en la evasión fiscal donde los factores que han sido determinantes se han identificado como la base de dicha literatura y la investigación que se encuentra en acción. Por tal concluye que existe un efecto positivo en la conciencia fiscal contextual con la ética, en la evasión fiscal desde el punto de vista de los contribuyentes que los empleados del departamento de impuestos sobre las ventas.

Según, Bogoviz et al. (2018) en su investigación se trazó la finalidad de evaluar el inconveniente del free rider en los impuestos, para así determinar la probabilidad de la labor de la economía. Por tal concluye que la problemática del free rider en los impuestos, logra ser alternativo para el oportunismo fiscal que se encuentre relacionado con el impedimento involuntario, que no es nada rentable para el estado ni para los jinetes libres de los impuestos. En la Rusia moderna, el nivel de conciencia financiera en la población y en lo que es particular la conciencia fiscal se encuentra en un rango del 50%.

Por otro lado, Suyanto (2016) logra colocar a evaluación la conciencia fiscal en relación con el cumplimiento tributario que examina el modelo de Celengan Padieg, que actúa como una variable moderada en la construcción de dicha correlación. Concluyendo que la conciencia fiscal suele afectar al cumplimiento estatal, con un nivel de significancia de 0.00 ( $<0,05$ ). En el programa Celengan

influye de manera significativa con la conciencia fiscal y el cumplimiento tributario, asimismo se demuestra una relación moderada en las dos variables.

Como afirma Ni y Putu (2020) realiza la investigación con la finalidad de evidenciar de manera empírica del efecto de conocimiento de los interesados, sanciones tributarias, en la aplicación de los sistemas de presentación electrónica para el cumplimiento de la declaración de contribuyentes individual; tratándose de una investigación cuantitativa de forma correlacional. En sus resultados demuestra que para el análisis de concienciación del contribuyente, sanciones tributarias y la adopción de un sistema electrónico; teniendo un efecto positivo y significativo en el cumplimiento efectivo de los contribuyentes individuales reportados.

Según Estévez y Rocafuerte (2018) en su investigación se traza como propósito identificar como es el conocimiento tributario de los contribuyentes, que son los artesanos y empresarias de la región. Por lo cual concluye que la participación ciudadana y comunitaria, se debe mejorar la toma decisiones referente a los cuestionamientos tributarios que se ubican en la comunidad, así de esta manera se incorpore cursos en los programas de servicios tributarios interno y programas de capacitación presupuestaria.

Según Rojas (2018) en investigación de tipo descriptiva no experimental transversal, apoyándose del instrumento de cuestionario, se traza como objetivo identificar el impacto de la conciencia de los contribuyentes en la ciudad de Cajamarca. Concluye que se ha identificado que el impacto es positivo con la conciencia tributaria de los contribuyentes para fomentar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Por otro lado, Astete (2018) en su investigación de tipo descriptiva, se trata como propósito establecer la relación de la conciencia tributaria de los alumnos de actualización en la Universidad Nacional Federico Villareal, asimismo que las decisiones de cumplimiento tributaria en el contexto de la nueva reforma tributaria. En sus resultados se demostró la relación de los egresados del curso avanzado y dicha influencia representó que el 79% del cumplimiento tributario voluntario. Por tal concluye que es necesario que se promueva el desarrollo de los estudiantes

para que se de el cumplimiento tributario voluntario con una conciencia tributaria positiva y donde el ciudadano debe recomendar que se difundan las visiones positivas.

Coaquira (2019) en su investigación de enfoque cuantitativo de corte transversal de método descriptivo; se trazó como objetivo establecer la influencia de la cultura tributaria, en donde se promueva que el mercado internacional deba cumplir las obligaciones tributarias. Obtuvo como resultados que un total del 50.3% de los comerciantes desconoce la importancia de los comprobantes de pagos, asimismo no encuentran diferencia entre los demás documentos mercantiles, mientras que el 56.9% no conoce referente a los porcentajes del tributo.

Camacho y Patarroyo (2017) realizaron un estudio que tuvo como objetivo determinar el nivel de la cultura tributaria en Colombia, por el que concluyeron que, se requiere que las entidades gubernamentales y los contribuyentes necesitan gestionar su entendimiento de carácter tributario, así como se precisa que los diferentes niveles de gobierno deben impulsar reformas tributarias trascendentes a fin de que la población disminuya progresivamente su informalidad, así como activar mecanismos por los cuales los pobladores empiecen a considerar que sus contribuciones están siendo apropiadamente administradas en beneficio de la colectividad.

Duran y Rodríguez (2017) en su investigación de diseño no experimental, transversal descriptiva, se trazó como objetivo establecer la relación de la conciencia fiscal de los comerciantes entre la evasión fiscal en el mercado. Obtuvo como resultados que existe una relación negativa entre la conciencia tributaria de los comerciantes con la evasión tributaria; por lo cuenta con carencia en la cultura tributaria de los comerciantes, asimismo suelen evadir en el pago tributaria de forma involuntaria, además con respecto a los códigos, valores y principios interpretativos, se aprecia que el 54.93% reconoce que al no cancelar dichos impuestos se incurre en una evasión tributaria.

Según Beauchamp y Childress (2013), revela que los seres humanos, en muchas ocasiones suelen escoger una de dos alternativas que se muestran incompatibles a fin de incumplir las obligaciones tributarias, argumentando sus formalidades de actuación a acontecimientos que provienen de desafíos entre ideales y cuestiones éticas diferentes, a partir de situaciones que suceden en el contexto (Hirsch, 2020).

El elemento concluyente de la decisión de pagar o no pagar, no sólo se encuentra subordinado a la posibilidad que advierte el contribuyente de ser puesto al descubierto y sancionado, sino también a la apreciación respecto del grado de efectividad de la administración de impuestos para observar eventos de evasión y del esfuerzo que significa efectuar el control de todos (Timaná y Pazo, 2014). Estos hechos asociados a la información disponible del entorno orientarán al interesado a adoptar determinaciones de cumplimiento o no con el pago de los tributos, según esté en condiciones de identificar el riesgo de ser detectado o no por la entidad administradora de los tributos.

Al respecto, la teoría de la interdependencia social de Johnson y Johnson (1999) sustenta que las peculiaridades de un colectivo radican en la interrelación de subordinación mutua que ocurre entre los integrantes producida por caracteres comunes. Implica que el grupo comprenda una unidad dinámica en la que se generan interacciones simétricas (Castanedo, 2020). Para el caso se tiene que fomentar el involucramiento entre grupos, cuya edificación determina la manera, por la cual, las personas se relacionan y precisan los resultados.

En este marco, la colaboración o relación recíproca positiva favorece la entereza recíproca y el logro de resultados (Pliego, 2011). Así se incide en forma notable en las tareas cooperativas, susceptible de ser aplicada a cualquier realidad, en la que los individuos instauran metas comunes con otras personas, de manera que los corolarios de cada uno pueden ser afectados por el comportamiento de los otros (Johnson y Johnson, 1999) En tanto que, la interdependencia negativa implica una interrelación de oposición, en la medida que las personas desalientan y obstaculizan los esfuerzos de cada quien hacia el logro.

Esta teoría postula la forma cómo se construye la interacción de dependencia social determinando cómo es que la interrelación de los miembros define los resultados. Por tanto, los objetivos de los colectivos se lograrán si los demás participantes del grupo asumen sus responsabilidades, sin que eso implique depender del otro para siempre en toda situación (Carmona, 2020), sino que se sustentan en los modos de interaccionar con los del entorno (Candioti, 2012). Por lo que, los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca en aras de desarrollar una apropiada conciencia tributaria requieren de la realización de un trabajo cooperativo de modo interdependiente como una unidad dinámica.

Sobre el tema, la teoría de la disuasión refiere que las personas valoran el coste beneficio para brindar respuestas a sus deberes tributarios, quebrantando el principio de equidad y justicia (Gutiérrez, et. al., 2020). Este tipo de accionar puede ser adoptado por los otros en el transcurrir del tiempo.

Esta teoría contribuye a la comprensión que siempre se ha pensado, que solamente sería suficiente que el poblador tenga temor a que lo identifiquen y sancionen para que se ponga a derecho y se convenza que es mejor asumir sus demandas tributarias (Timaná y Pazo, 2014). Para una persona adversa al riesgo, la actitud a pagar impuestos será mayor en la medida que aumente la probabilidad que quien administra los tributos identifique y sancione a los que se instituyan en evasores (Allingham y Sadmo, 1972).

De acuerdo con la teoría de la disuasión el pago de los compromisos tributarios constituye el resultado de una decisión monetaria racional en la que los individuos han de estar predispuestos a cancelar, en la medida que perciban que el provecho de la evasión sea menor al costo probable de sanción a que pudiera haber lugar en el supuesto que sea detectado y adopte la determinación de cumplir o no con los deberes tributarios.

En la misma perspectiva, la teoría del comportamiento tributario de Allingham y Sandmo (1972) precisa que subsiste una gama de elementos que ejercen influencia en la adopción de determinaciones tributarias de los interesados. Entre las cuales sobresalen el grado de cultura, las reglas de índole social, las cuestiones religiosas, el nivel de identidad y animosidad al riesgo, la cultura de impuestos, la práctica de valores, la moral tributaria, las penalidades, la



ética fiscal entre otros. Significa que no sólo los componentes económicos como acciones punitivas y multas incentivan la responsabilidad tributaria.

En el devenir del tiempo se agregó las amnistías tributarias como factores que fomentan el cumplimiento de la obligación tributaria (Andreoni, 1994), con los inconvenientes manifiestos por la presencia de la corrupción en las organizaciones, agregado a la cooperación recíproca de los contribuyentes en la búsqueda de la evasión de los impuestos que les corresponde pagar (Polinski y Savell, 2001),

Es conveniente subrayar que en la minimización de las sanciones suelen participar los propios interesados con las autoridades fiscales que ofrecen de inspectores (Macho y Pérez, 2004). En cuyo ámbito, los individuos de mayor edad, las mujeres y la ciudadanía insuficientemente favorecida asumen de mejor modo la conciencia tributaria y por tanto mejor cumplimiento de las responsabilidades tributarias (Martínez y Torgler, 2005).

En este contexto, la conciencia tributaria comprende una de las variables de la presente investigación. Constituye la incentivación intrínseca de pagar tributos relacionada con las predisposiciones y dogmas de los seres humanos. Comprende los factores no coercitivos que despiertan el interés de contribución de los interesados (Bravo, 2011). Se puede fortalecer implementando estrategias, por las cuales el Estado ofrezca muestras de gestión honesta, eficiente y transparente (Solorzáno, 2011).

La conciencia tributaria es el sentido común que asumen los seres humanos influenciados por todo ese abanico de factores para accionar ante los compromisos tributarios (SUNAT, 2017). Es la voluntad del poblador frente al cumplimiento de sus deberes tributarios, porque comprende que repercutirá en provecho de la colectividad (Astete, 2018). Su formación data desde muy temprana edad hasta la adultez y podría moldearse en lo sucesivo.

La conciencia tributaria implica la interiorización en la ciudadanía de los deberes tributarios establecidos por la ley, para cumplirlos de modo voluntario, en el entendido que su cumplimiento originaría un beneficio común para la sociedad en la que se encuentra comprendida (Bonell, 2015). Los contribuyentes en forma paulatina buscan identificar de antemano qué comportamientos necesitan

desarrollar y cuáles no respecto del régimen tributario, verificando su coacción las responsabilidades tributarias que le impone la ley.

Ante ello, la dimensión cognitiva constituye una de las dimensiones de la conciencia tributaria. Comprende el ejercicio de valores, expectativas, saberes, pensamientos, puntos de vista, hechos y creencias respecto de la tributación (Gonzales y Gonzales, 2014). Esto es el nivel de información que tienen los seres humanos en torno al régimen tributario y las funciones que cumple (Gómez y Macedo, 2014). Implica que la gente adquiere, almacena, recupera y emplea el conocimiento en materia de pago de impuestos (Trujillo, 2017).

La dimensión afectiva se asocia con los procesos que garantizan u objetan los cimientos de los dogmas, manifestados en sentimientos valorativos y distinciones, estados de ánimo y emociones que exteriorizan de manera tensa, ansiosa, feliz, preocupada y dedicada ante el objeto (Gonzales y Gonzales, 2014). En este caso involucra a la conciencia tributaria (Gonzales, 2018). Parte de una apreciación favorable de las personas sobre la tributación, que puede orientar a la gente a no someterse a presión para cumplir con sus obligaciones tributarias (Dávila, et. al., 2016).

La dimensión activa evidencia las convicciones de actuación, favorables o no respecto de la situación, es decir de la conciencia tributaria (Gonzales y Gonzales, 2014). Tiene que ver con las actitudes, que el contexto tributario se enmarca en un análisis subjetivo acerca de la manera de proceder de la gestión tributaria y el funcionamiento del propio sistema (Altamirano e Iberico, 2018). Posibilita la valoración de los procesos de la conciencia tributaria. Las conductas tributarias no necesariamente constituyen evidencia de los procesos internos del ser humano, sino que suelen ser originadas por la incidencia de otras dimensiones.

La dimensión conativa incide en la predisposición del ser humano en su condición de receptor, con la finalidad de generar en él una reacción. Se traduce en la actitud para admitir prohibiciones, inconvenientes o penalizaciones referentes a ciertas prácticas que pueden ser descritas como correctas o la disposición a ofrecer respuesta a algunos incentivos o accionar con principios acordes con el contexto (Yaipén, 2019), considerando la apreciación de la acción

personal como eficaz y como responsabilidad subjetiva y la disposición a asumir los costos vinculados a diferentes medidas de inapropiadas prácticas.

En tal sentido se planteó una propuesta centrada en un programa de capacitación para el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, considerando la siguiente estructura: datos informativos, justificación, objetivo general, objetivos específicos; fundamentos y principios: epistemológicos, ontológicos y axiológicos; metodología, cronograma, presupuesto, financiamiento; proyección de resultados y sistema de monitoreo y control.

En este orden, con el programa de capacitación se fortaleció la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, fomentando la dimensión cognitiva, afectiva, conativa y activa.

En la misma línea, en el contexto de la estructura epistemológica de la propuesta de acuerdo con Marín (2009), la investigadora realizó una serie de actividades caracterizadas por la actitud y voluntad circunscritas en un proceso de indagación, análisis, descubrimiento, discriminación y obtener conclusiones de la información de la realidad física o social. Asimismo, se utilizó el método científico para sistematizar y organizar de manera lógica y ordenada los datos extraídos, así como se efectuó la construcción pertinente de saberes o proceso de teorización.

En tal medida, el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca se vio reflejado, en la medida que los negociantes cumplieron en forma responsable con sus obligaciones, siguiendo las pautas del programa de capacitación, considerando la información y orientación al contribuyente, educación cívica tributaria, simplicidad en temas tributarios, incentivos tributarios; con el refuerzo de los aportes de la teoría del dilema de pagar o no pagar, teoría de la interdependencia social de Johnson y Johnson, teoría de la disuasión, teoría del comportamiento tributario de Allingham y Sadmo, en la búsqueda de resultados que beneficien a la colectividad.

El trabajo en equipo constituye un abanico de procedimientos, estrategias y dinámicas que emplea un colectivo de personas para alcanzar los objetivos

previstos (Jaramillo, 2012). Conjunto de dos o más seres humanos que interactúan. Son interdependientes y se congregan para alcanzar propósitos comunes (Gonzales, 2015).

Los talleres de capacitación comprenden reuniones usuales con las personas involucradas de carácter deliberativo en aras de refrescar sus saberes en materia de cultura tributaria, previamente consensuados y reconocidos. Estos deben ofrecer un aporte para solucionar dificultades concretas y proponer opciones de solución (Universidad Peruana Los andes, 2019).

En el marco de las estrategias consideradas en los talleres de capacitación, resalta: la información y orientación al contribuyente, teniendo en cuenta que existe una concepción negativa y de rechazo hacia el pago de tributos, (Manayay y Chozo, 2019). Educación cívica y tributaria, para cerciorarle que, quienes posean un negocio necesitan tributar. Simplicidad en temas tributarios, proporcionándole información clara y sencilla respecto del trámite que deben realizar para cumplir con sus obligaciones tributarias. Incentivos tributarios a fin de que se valore el esfuerzo de los buenos contribuyentes (Manayay y Chozo, 2019).

Las visitas al mercado han contribuido la valoración y retroalimentación favorable a los involucrados. Es el espacio en el cual el participante es visitado en su centro de labores, no sólo para apreciar sus labores, sino especialmente para asesorarlo y acompañarlo en la tarea que desarrolla.

Asimismo, la fundamentación ontológica enmarcada en la naturaleza de la realidad investigada, en relación a la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca se circunscribe como la parte central de la propuesta diseñada, cuyos resultados son escasamente alentadores, por lo que constituyó un imperativo la propuesta de un programa de capacitación, identificando y aclarando las condiciones esenciales que determinaron la identidad y la existencia de la problemática descrita tal como es (Posada, 2014) y cómo se presentó en el municipio, poniendo de manifiesto el fundamento teórico que determinó el direccionamiento científico que sirvió de base a la propuesta.

Igualmente la configuración axiológica del programa de capacitación se basó en los principios éticos, estéticos y el ejercicio de valores que propició la

propuesta, considerando que los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca como personas necesitaron apropiarse de reglas o normas que orientaron su accionar como seres humanos, que les permitió respetarse a sí mismos y consecuentemente a los demás, con quienes interactúa y convive en el transcurso de su vida cotidiana, entendiendo y comprendiendo que la convivencia fomenta relaciones cercanas y de apoyo recíproco entre servidores de la entidad, soslayando cualquier tipo de discriminación y exclusión por diferentes razones, respetando y haciendo respetar las normas de conducta.

En este marco se diseñó un plan de actividades, así como se realizó la proyección de los resultados sobre la base de las valoraciones de los indicadores de la variable dependiente, en cuya realidad, la fundamentación teórica que explicó cada resultado proyectado se encontró establecida en la estructura epistemológica de la propuesta, la cual sustentó el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca y para efecto del cumplimiento de las actividades propuestas se estructuró un sistema de monitoreo y control.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño y tipo de investigación

La investigación fue básica, porque trató de ofrecer respuesta a un problema teórico, en la búsqueda de datos valaderos en aras de ir incrementando el conocimiento (Méndez y Astudillo 2008) relacionado con la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.

Se consideró el diseño no experimental. Según Hernández y Mendoza (2018) no se manipula deliberadamente las variables. Está definido en el esquema siguiente:



Dónde:

M: Muestra;

O: Observación

P: Propuesta

#### 3.2. Variables y operacionalización

En el contexto de la presente investigación el programa de capacitación comprendió la variable independiente. Constituye un procedimiento estructurado y organizado, por el cual se suministra información para el desarrollo de habilidades de una persona a fin de que se desempeñe satisfactoriamente en una determinada labor (Gomez, 2012). Fue operacionalizada en razón de las dimensiones: trabajo en equipo, talleres de capacitación, visitas al mercado, video foro.

La conciencia tributaria se circunscribe como la variable dependiente del presente estudio. Es la percepción del contribuyente, respecto del cumplimiento de las obligaciones tributarias que le imponen y la reciprocidad del estado en beneficio de la población (Perez, 2017). Su operacionalización se realizó en razón de las siguientes dimensiones: cognitiva, afectiva, conativa y activa.

Los indicadores permitieron medir particularidades de las variables de modo general según dimensiones, así como la escala que fue ordinal, que se logró cuando las observaciones se colocaron en un orden relativo con respecto a la particularidad que se evaluó (Hernández y Mendoza, 2018). En esta línea de ideas, la operacionalización de las variables fue considerada en la matriz correspondiente que se registró en anexos.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

La población estuvo constituida por todos los comerciantes con características similares (Hernández y Mendoza, 2018). En la investigación estuvo conformada por 120 comerciantes que laboran en el mercado municipal de Huarmaca, cuyas edades oscilan entre 18 a 60 años. Grado de escolaridad: primaria y secundaria.

Los criterios de exclusión se asocian con la condición que no tiene la población y que origina su exclusión de la investigación (Hernández y Mendoza, 2018), en cuyo ámbito no se consideraron mayores de 60 años, así como las personas menores de 18 años y quienes no tiene secundaria completa.

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

La técnica constituye una malla de procedimientos orientados a establecer la relación con el objeto de investigación (Rojas, 2013). La encuesta fue la técnica que se empleó en la presente investigación, la que permitió conseguir información fidedigna sobre la población, con el fin de apreciar de cerca la trascendencia del problema que se estudió.

El instrumento de recolección de datos que se utilizó fue el cuestionario, integrado por una serie de ítems respecto de la variable dependiente que se valoró (Hernández y Mendoza, 2018), con ello la investigadora obtuvo datos relevantes y significativos del estudio. De la misma manera, el instrumento de recojo de información mostró congruencia, pertinencia y coherencia en relación con el planteamiento del problema y la hipótesis de investigación.

Se realizó una validación de contenido del instrumento, a juicio de expertos, quienes determinaron la pertinencia, relevancia y claridad de los ítems.

Participaron tres jueces con grado académico de maestro o doctor, cuya calificación por cada uno de ellos dio la conformidad de la validez del cuestionario, en la medida que consiga medir lo que se busca medir (Hernández y Mendoza, 2018).

La confiabilidad del instrumento es la veracidad que tiene un instrumento. (Hernández y Mendoza, 2018). Se aplicó el cuestionario con escala ordinal de tipo politómica, que cuenta con tres alternativas, para este caso se usó la confiabilidad del Alfa de Cronbach a una población de 120 comerciantes que laboran en el mercado municipal de Huarmaca.

### **3.5. Procedimientos**

El instrumento se sometió a la validez por juicio de expertos en el tema, para posterior aplicar una prueba piloto, determinando de esta forma la confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, todo con la finalidad de aplicar de modo apropiado el instrumento.

Antes de la aplicación del instrumento, se requirió la autorización a la municipalidad de Huarmaca, para después contar con una población de estudio para que sean orientados al respecto, así de este modo solicitarlos el apoyo inminente durante el período que implique la ejecución la aplicación del cuestionario, realizados en el lapsus de 21 días.

Se procedió aplicar el cuestionario vía online, mediante cuestionarios específicos, luego de ello se realizó una codificación de datos, para el registro de los mismos en el software estadístico SPSS 22 para el análisis correspondiente, con la finalidad de determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos, generando el coeficiente de alfa de Cronbach de  $0.852 > 0.8$  siendo mayor que el mínimo aceptable, es decir el instrumento pasa la prueba de confiabilidad.



### **3.6. Método de análisis de datos**

Se optó por el desarrollo del cuestionario vía online, a través de formularios específicos; luego se realizó la codificación de la información y el registro del mismo software estadístico SPSS para su análisis respectivo.

### **3.7. Aspectos éticos**

En la investigación, se tomó en cuenta los siguientes aspectos éticos, tales como son: derecho de autor, en cierto análisis se obtuvo la data estudiada por distintos autores; por tal se respetó los derechos de autor de acuerdo al decreto legislativo N° 822 – 1996, Ley referente al derecho de autor, siguiendo las autorizaciones y permisos que son correspondientes para tomar todo el material que se empleó en el desarrollo. Citaciones, en lo que respecta el material referencial, se ha empleado conforme los estándares APA.

## IV. RESULTADOS

### NIVEL DE CONCIENCIA TRIBUTARIA

**Tabla 1**

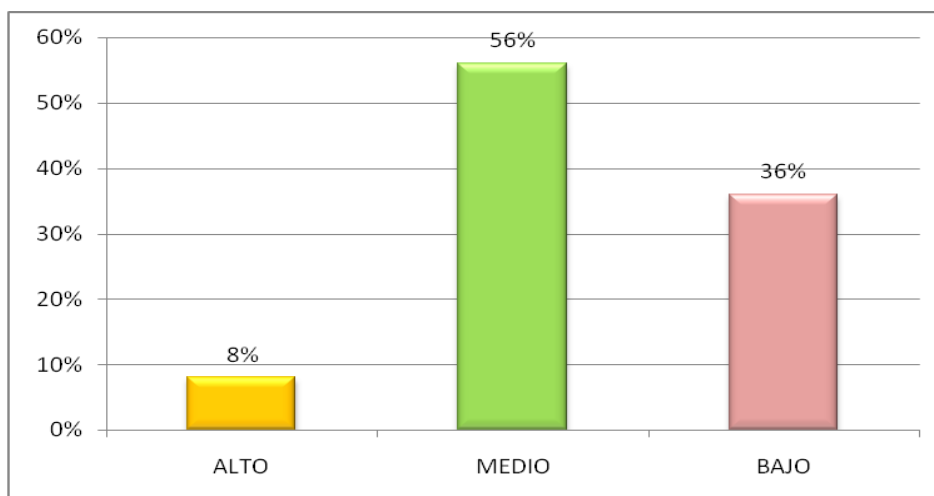
*Nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.*

Nivel	f	%
Alto	10	8%
Medio	67	56%
Bajo	43	36%
Total	120	100

*Fuente: elaboración propia*

**Figura 1**

*Nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.*

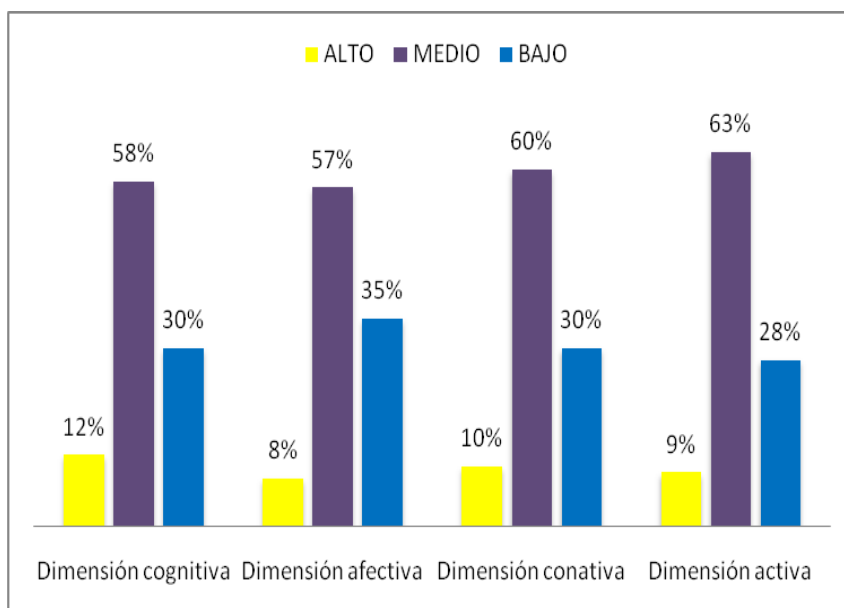


*Fuente: Tabla 1*

Los hallazgos encontrados en torno al nivel de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca evidencian que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio; es decir, el 56% la perciben en un nivel medio; en tanto que, el 36%, en un nivel bajo y el 8%, en un nivel alto.

**Figura 2**

*Nivel de conciencia tributaria, según dimensiones.*



*Fuente: elaboración propia*

Los resultados obtenidos en torno al nivel de la conciencia tributaria, según dimensiones revelan que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio la perciben en un nivel medio; esto es, el 58%, en la dimensión cognitiva; 57%, en la dimensión afectiva; 60%, en la dimensión conativa; 63%, en la dimensión activa.

## **DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

La propuesta consiste en un Programa de Capacitación, que tiene como objetivo general fortalecer la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca y como objetivos específicos analizar la problemática asociada con el nivel de conciencia tributaria; sensibilizar a los comerciantes del mercado municipal en materia de pago de tributos; diseñar estrategias inherentes a talleres de capacitación; realizar talleres de capacitación.

La propuesta se sustenta en principios epistemológicos, ontológicos y axiológicos y se desarrollará sobre la base de cuatro estrategias de 3 horas cada uno. Uno de las cuales será sobre información y orientación al contribuyente, a través de campañas y charlas informativas sobre las obligaciones que tienen como contribuyentes; la siguiente se realizará sobre educación cívica y tributaria para fomentar la conciencia tributaria, declarar y pagar los tributos correspondientes y tener conocimiento de los destinos de la recaudación; simplicidad en temas tributarios e incentivos tributario. Otra estrategia se relaciona con la simplicidad en temas tributarios para orientar a los comerciantes de una manera sencilla y clara sobre los trámites a realizar para pagar los tributos, optimizando los recursos: tiempo y dinero. La estrategia de incentivos tributarios busca Mantener informados a los comerciantes sobre los incentivos que ofrece la municipalidad a los buenos contribuyentes.

El programa de capacitación debe ser financiado por la municipalidad de Huarmaca en la búsqueda de fortalecimiento de la cultura tributaria de los comerciantes del mercado municipal.

## **RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

La propuesta ha sido validada a juicio de expertos, por profesionales con grado académico de doctor y maestro, con amplia trayectoria en la gestión académica. Ha ofrecido sus servicios profesionales la Dra. Justina Guillermina Lisboa Zumarán, quien ha dado conformidad a la propuesta, con una calificación de muy adecuado. En tanto, que la Dra. María Elisa Toro Herrera ha hecho lo propio valorando con una calificación bastante adecuado. El Mg. Álvaro Rafael Romero Peralta ha dado conformidad a la propuesta con una valoración de bastante adecuado.

## V. DISCUSIÓN

Los hallazgos obtenidos en torno al nivel de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca evidencian que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio, esto es, el 55,83% la perciben en un nivel medio; en tanto que, el 35,83%, en un nivel bajo y el 8,34%, en un nivel alto. Ante lo cual se precisa del tratamiento pertinente de esta problemática en aras de revertir estos resultados. Así (Aguirre y Silva, 2013) advierten que este fenómeno emerge de la propia identidad de la gente, el desconocimiento, la falta de información y la desconfianza arraigada.

Se coincide con la investigación realizada por Iturre (2018) obtiene como resultados que muchos de los microempresarios han tenido inconvenientes con la cancelación de los impuestos, no conocen como llenar las declaraciones IVA y del IRPF, por tal han demostrado interés por ser entrenados. Por tal concluye que se debe poner en marcha un programa de capacitación tributaria para que se concientice a los contribuyentes en torno a sus obligaciones y beneficios tributarios.

Refuerza esta discusión Bogoviz, et al. (2018) en su investigación se trazaron la finalidad de evaluar el inconveniente del free rider en los impuestos, para así determinar la probabilidad de la labor de la economía. Por tal concluye que la problemática del free rider en los impuestos, logra ser alternativo para el oportunismo fiscal que se encuentre relacionado con el impedimento involuntario, que no es nada rentable para el estado ni para los jinetes libres de los impuestos. En la Rusia moderna, el nivel de conciencia financiera en la población y en lo que es particular la conciencia fiscal se encuentra en un rango del 50%.

La insuficiente conciencia tributaria genera evasión fiscal, que en efecto constituye un problema al que los países desarrollados y en vías de desarrollo en el contexto mundial han venido poniendo atención (Alva, 2020), porque les impide asumir mayor protagonismo en el ofrecimiento de bienes y servicios para el bienestar social, por el incumplimiento irresponsable de los deberes tributarios de los contribuyentes (Merchán, 2014).

Rojas (2018) en su estudio que sirvió de soporte al presente análisis, se propuso identificar los efectos de la conciencia tributaria de los contribuyentes de Cajamarca, empleando una metodología de tipo descriptiva de diseño no experimental transversal, ayudándose con el instrumento de cuestionario. Concluyó que se ha identificado que el principal efecto de la conciencia tributaria de los contribuyentes ha sido fomentar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

La teoría del dilema de pagar o no pagar evidencia que esta noción se debe, no solamente a elementos externos como el grado de complejidad del régimen tributario por su variedad de tasas arancelarias y multiplicidad de normas, sino también por factores internos como las predisposiciones de los interesados en lo que atañe el cumplimiento de deberes.

Esta teoría revela que los seres humanos, en muchas ocasiones suelen escoger una de dos alternativas que se muestran incompatibles a fin de incumplir las obligaciones tributarias (Beauchamp y Childress, 2019), argumentando sus formalidades de actuación a acontecimientos que provienen de desafíos entre ideales y cuestiones éticas diferentes, a partir de situaciones que suceden en el contexto (Hirsch, 2020).

El elemento concluyente de la decisión de pagar o no pagar, no sólo se encuentra subordinado a la posibilidad que advierte el contribuyente de ser puesto al descubierto y sancionado, sino también a la apreciación respecto del grado de efectividad de la administración de impuestos para observar eventos de evasión y del esfuerzo que significa efectuar el control de todos (Timaná y Pazo, 2014). Estos hechos asociados a la información disponible del entorno orientarán al interesado a adoptar determinaciones de cumplimiento o no con el pago de los tributos, según esté en condiciones de identificar el riesgo de ser detectado o no por la entidad administradora de los tributos.

La conciencia tributaria es el sentido común que asumen los seres humanos influenciados por todo ese abanico de factores para accionar ante los compromisos tributarios (SUNAT, 2017). Es la voluntad del poblador frente al cumplimiento de sus deberes tributarios, porque comprende que repercutirá en

provecho de la colectividad (Astete, 2018). Su formación data desde muy temprana edad hasta la adultez y podría moldearse en lo sucesivo.

Los resultados obtenidos en torno al nivel de la dimensión cognitiva de la conciencia tributaria revelan que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio, esto es, 69 de ellos, el 58% la aprecian en un nivel medio; en tanto que, 47(39%), en un nivel bajo y solamente, 4(3%), en un nivel alto.

Ante ello, los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca necesitan comprender que, la conciencia tributaria implica la interiorización en la ciudadanía de los deberes tributarios establecidos por la ley, para cumplirlos de modo voluntario, en el entendido que su cumplimiento originaría un beneficio común para la sociedad en la que se encuentra comprendida (Bonell, 2015). Los contribuyentes en forma paulatina buscan identificar de antemano qué comportamientos necesitan desarrollar y cuáles no respecto del régimen tributario, verificando si coacción las responsabilidades tributarias que le impone la ley.

La dimensión cognitiva involucra el ejercicio de valores, expectativas, saberes, pensamientos, puntos de vista, hechos y creencias respecto de la tributación (Gonzales y Gonzales, 2014). Esto es el nivel de información que tienen los seres humanos en torno al régimen tributario y las funciones que cumple (Gómez y Macedo, 2014). Implica que la gente adquiere, almacena, recupera y emplea el conocimiento en materia de pago de impuestos (Trujillo, 2017).

Los hallazgos alcanzados sobre el nivel de la dimensión afectiva de la conciencia tributaria revelan que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio, esto es, 68 de ellos, el 56% la perciben en un nivel medio; en tanto que, 44 (37%), en un nivel bajo y solamente, 8 (7%), en un nivel alto. Esta se asocia con los procesos que garantizan u objetan los cimientos de los dogmas, manifestados en sentimientos valorativos y distinciones, estados de ánimo y emociones que exteriorizan de manera tensa, ansiosa, feliz, preocupada y dedicada ante el objeto ((Gonzales y Gonzales, 2014). En este caso involucra a la conciencia tributaria (Gonzales, 2018). Parte de una apreciación favorable de las



personas sobre la tributación, que puede orientar a la gente a no someterse a presión para cumplir con sus obligaciones tributarias (Dávila, et. al., 2016).

La teoría de la interdependencia social de Johnson y Johnson (1999) refuerza este análisis. Sustenta que las peculiaridades de un colectivo radican en la interrelación de subordinación mutua que ocurre entre los integrantes producida por caracteres comunes. Implica que el grupo comprenda una unidad dinámica en la que se generan interacciones simétricas (Castanedo, 2020). Para el caso se tiene que fomentar el involucramiento entre grupos, cuya edificación determina la manera, por la cual, las personas se relacionan y precisan los resultados.

En este marco, la colaboración o relación recíproca positiva favorece la entereza recíproca y el logro de resultados (Pliego, 2011). Así se incide en forma notable en las tareas cooperativas, susceptible de ser aplicada a cualquier realidad, en la que los individuos instauran metas comunes con otras personas, de manera que los corolarios de cada uno pueden ser afectados por el comportamiento de los otros (Johnson y Johnson, 1999) En tanto que, la interdependencia negativa implica una interrelación de oposición, en la medida que las personas desalientan y obstaculizan los esfuerzos de cada quien hacia el logro.

Esta teoría postula la forma cómo se construye la interacción de dependencia social determinando cómo es que la interrelación de los miembros define los resultados. Por tanto, los objetivos de los colectivos se lograrán si los demás participantes del grupo asumen sus responsabilidades, sin que eso implique depender del otro para siempre en toda situación (Carmona, 2020), sino que se sustentan en los modos de interaccionar con los del entorno (Candioti, 2012). Por lo que, los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca en aras de desarrollar una apropiada conciencia tributaria requieren de la realización de un trabajo cooperativo de modo interdependiente como una unidad dinámica.

Duran y Rodríguez (2017) en su investigación de diseño no experimental, transversal descriptiva, se trazó como objetivo establecer la relación de la conciencia fiscal de los comerciantes entre la evasión fiscal en el mercado. Obtuvo como resultados que existe una relación negativa entre la conciencia tributaria de los comerciantes con la evasión tributaria; por lo cuenta con carencia

en la cultura tributaria de los comerciantes, asimismo suelen evadir en el pago tributaria de forma involuntaria, además con respecto a los códigos, valores y principios interpretativos, se aprecia que el 54.93% reconoce que al no cancelar dichos impuestos se incurre en una evasión tributaria.

Los hallazgos alcanzados sobre el nivel de la dimensión conativa de la conciencia tributaria manifiestan que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio, esto es, 72 de ellos, el 60% la perciben en un nivel medio; en tanto que, 39 (33%), en un nivel bajo y solamente, 9 (7%), en un nivel alto. Esta incide en la predisposición del ser humano en su condición de receptor, con la finalidad de generar en él una reacción. Se traduce en la actitud para admitir prohibiciones, inconvenientes o penalizaciones referentes a ciertas prácticas que pueden ser descritas como correctas o la disposición a ofrecer respuesta a algunos incentivos o accionar con principios acordes con el contexto (Yaipén, 2019), considerando la apreciación de la acción personal como eficaz y como responsabilidad subjetiva y la disposición a asumir los costos vinculados a diferentes medidas de inapropiadas prácticas.

En la misma perspectiva, la teoría del comportamiento tributario de Allingham y Sandmo (1972) precisa que subsiste una gama de elementos que ejercen influencia en la adopción de determinaciones tributarias de los interesados. Entre las cuales sobresalen el grado de cultura, las reglas de índole social, las cuestiones religiosas, el nivel de identidad y animosidad al riesgo, la cultura de impuestos, la práctica de valores, la moral tributaria, las penalidades, la ética fiscal entre otros. Significa que no sólo los componentes económicos como acciones punitivas y multas incentivan la responsabilidad tributaria.

En el devenir del tiempo se agregó las amnistías tributarias como factores que fomentan el cumplimiento de la obligación tributaria (Andreoni, 1994), con los inconvenientes manifiestos por la presencia de la corrupción en las organizaciones, agregado a la cooperación recíproca de los contribuyentes en la búsqueda de la evasión de los impuestos que les corresponde pagar (Polinski y Savell, 2001),

Es conveniente subrayar que en la minimización de las sanciones suelen participar los propios interesados con las autoridades fiscales que ofrecen de

inspectores (Macho y Pérez, 2004). En cuyo ámbito, los individuos de mayor edad, las mujeres y la ciudadanía insuficientemente favorecida asumen de mejor modo la conciencia tributaria y por tanto mejor cumplimiento de las responsabilidades tributarias (Martínez y Torgler, 2005).

Los resultados obtenidos sobre el nivel de la dimensión activa de la conciencia tributaria evidencian que la mayoría de los integrantes del grupo de estudio, esto es, 75 de ellos, el 63% la perciben en un nivel medio; en tanto que, 42 (35%), en un nivel bajo y solamente, 3 (2%), en un nivel alto. Esta evidencia las convicciones de actuación, favorables o no respecto de la situación, es decir de la conciencia tributaria (Gonzales y Gonzales, 2014). Tiene que ver con las actitudes, que el contexto tributario se enmarca en un análisis subjetivo acerca de la manera de proceder de la gestión tributaria y el funcionamiento del propio sistema (Altamirano e Iberico, 2018). Posibilita la valoración de los procesos de la conciencia tributaria. Las conductas tributarias no necesariamente constituyen evidencia de los procesos internos del ser humano, sino que suelen ser originadas por la incidencia de otras dimensiones.

La teoría de la disuasión refiere que las personas valoran el coste beneficio para brindar respuestas a sus deberes tributarios, quebrantando el principio de equidad y justicia (Gutiérrez, et. al., 2020). Este tipo de accionar puede ser adoptado por los otros en el transcurrir del tiempo.

Esta teoría contribuye a la comprensión que siempre se ha pensado, que solamente sería suficiente que el poblador tenga temor a que lo identifiquen y sancionen para que se ponga a derecho y se convenza que es mejor asumir sus demandas tributarias (Timaná y Pazo, 2014).

## **VI. CONCLUSIONES**

Se ha identificado que el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca presenta limitaciones en cada una de las dimensiones, por tanto, existe la necesidad de intervenir para fortalecer esta realidad, debido a que los contribuyentes no se encuentran bien informados y debidamente orientados sobre las responsabilidades que les compete asumir en materia de pago de tributos.

Se identificó que el nivel de conciencia tributaria, está en un nivel medio, según las respuestas obtenidas de los colaboradores (comerciantes), siendo necesario diseñar un programa de capacitación integrado por un conjunto de talleres, por los cuales se informen y reconozcan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

El programa de capacitación, una vez validado a juicio de expertos ha quedado expedito para ser implementado por la entidad responsable del fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se sugiere al administrador del mercado municipal de Huarmaca considerar el presente programa de capacitación como una herramienta que oriente el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes.

Se recomienda a los trabajadores de la municipalidad de Huarmaca a empoderarse de comportamientos que generen confianza en los contribuyentes, que posibiliten la recaudación de ingresos, a través del pago de tributos.

Se sugiere a los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca a que cumplan con sus obligaciones contractuales, asumiendo una verdadera conciencia tributaria.

## **PROPUESTA**

### **I. DATOS INFORMATIVOS**

#### **1.1. Título:**

Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, mediante un programa de capacitación.

### **II. JUSTIFICACIÓN**

La conciencia tributaria, entendida como un conjunto de actitudes que se debe asumir respecto de la tributación y las normas que la rigen se ha convertido en un problema latente en el mercado municipal de Huarmaca, debido a que los contribuyentes no están bien informados y debidamente orientados sobre el tema y respecto de las responsabilidades que les compete asumir en materia de pago de tributos. En este sentido es importante proponer un programa de capacitación orientado al fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, mediante talleres, por los cuales se informen y reconozcan los tipos de tributos, así como las normas municipales relacionadas con la tributación, la importancia de la merced conductiva, la simplificación administrativa en materia tributaria, la relevancia de los incentivos tributarios y el reconocimiento de los requisitos para la renovación de contrato, considerando que la formación de la conciencia tributaria se vincula, en esencia, con la promoción de una ciudadanía responsable que ejerza sus derechos y cumpla con sus obligaciones.

### **III. OBJETIVOS**

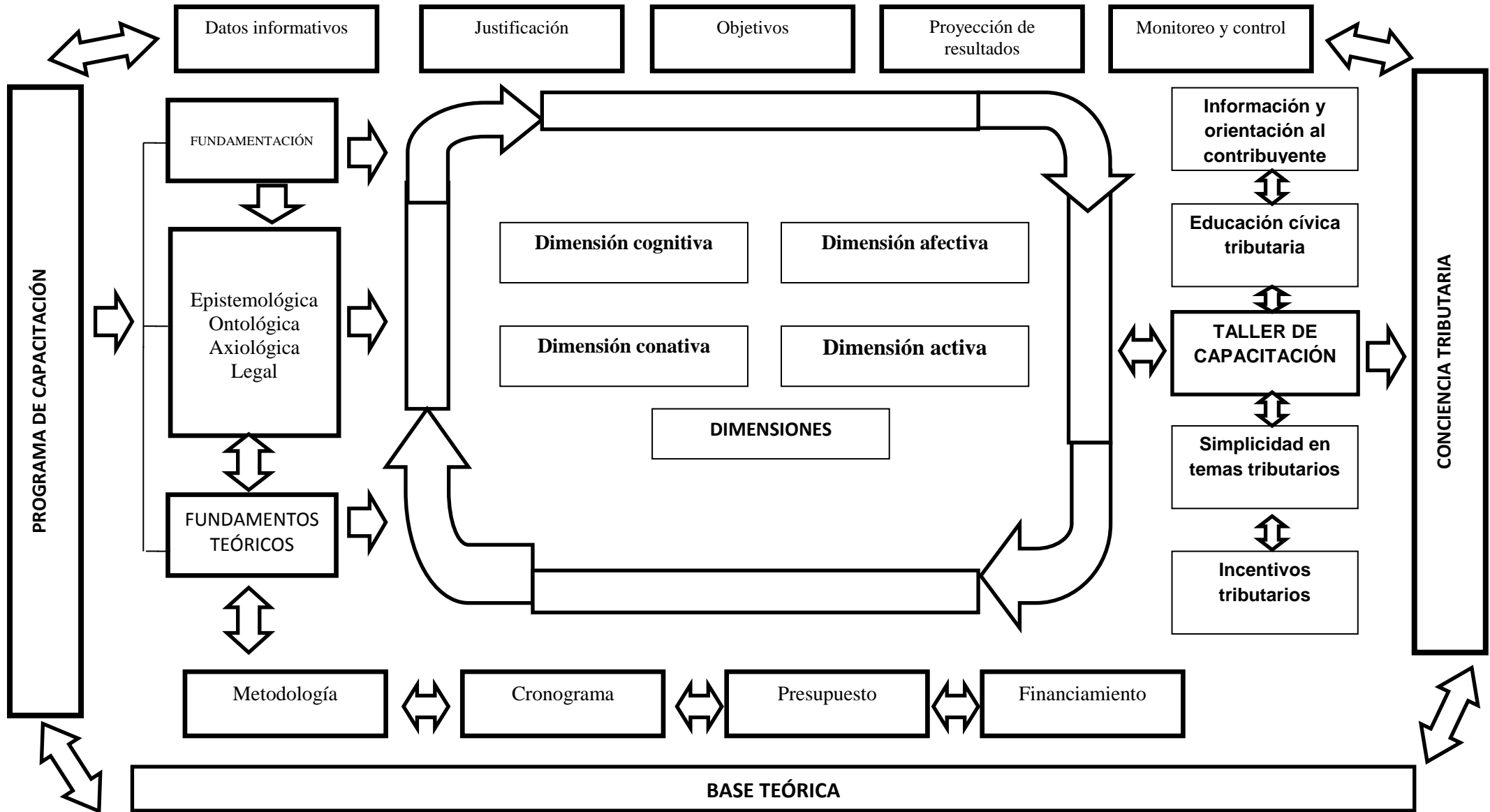
#### **3.1. Objetivo general**

Fortalecer la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, mediante un programa de capacitación.

### **IV. METODOLOGÍA**

La propuesta se desarrollará en siete (7) talleres de capacitación, empleando las estrategias correspondientes.

# ESQUEMA DE LA PROPUESTA



## REFERENCIAS

- Abd, Abdalla, y Favez. (2016). *Tax Evasion and Tax Awareness Evidence from Jordan*. <https://ideas.repec.org/a/ibn/ibrjnl/v9y2016i12p65-75.html>
- Aguirre, y Silva. (2013). *Evasión tributaria en los comerciantes de abarrotes ubicados en los alrededores del mercado mayorista* <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/145>
- Alcoba, J. (2012). La clasificación de los métodos. *Contextos educativos*. 15(12), 93-106.  
<https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/contextos/article/view/657>
- Allingham, M. y Sandmo, A. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis, *Journal of Public Economics*, 1(3-4), 323-38  
[http://darp.lse.ac.uk/papersdb/allingham-sandmo\\_\(jpube72\).pdf](http://darp.lse.ac.uk/papersdb/allingham-sandmo_(jpube72).pdf)
- Alva, M. (2020). *Evasión tributaria*. Universo.  
<https://universo.pe/evasion%20tributaria%20libro%202020.html>
- Altamirano, Y.L., E Iberico, N. (2018). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán - Ate, Lima*. Universidad Peruana de la Unión. Lima-Perú.  
[https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1278/Yessenia\\_Tesis\\_Titulo\\_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1278/Yessenia_Tesis_Titulo_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Amasifuen, M. (2015). La importancia de la Cultura Tributaria en el Perú. *Accounting Power for Bussines*, 1(1), 73-90  
[https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_apfb/article/view/898/866](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866)
- Andrade, M.S., y Cevallos, K.G. (2020). Cultura tributaria en Ecuador y sostenibilidad fiscal. *Revista Eruditus*. 1(1).  
<https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/290>
- Andreoni, J. (1994). *Warm-Glow versus Cold-Prickle: The Effects of Positive and Negative Framing on Cooperation in Experiments*. *Experimental* 9410002,



- Econ WPA. Madison, WI: University of Wisconsin-Madison  
<https://econpapers.repec.org/paper/wpawuwpx/9410002.htm>
- Astete, C.M. (2018). Conciencia tributaria y cumplimiento fiscal bajo el marco de la nueva reforma tributaria. Tesis. Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima-Perú. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2411>
- Beauchamp, T. y Childress, J. (2013). *Principles of biomedical ethics* (7a. ed.). Nueva York: Oxford University Press  
<https://academic.oup.com/occmed/article/65/1/88/1433004>
- Bogoviz, Kletskova, R., Rudakova, & Karp. (2018). *Tax Awareness and “Free Rider” Problem in Taxes. Optimization of the Taxation System: Preconditions, Tendencies and Perspectives.*  
[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-01514-5\\_14](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-01514-5_14)
- Bonell, R. (2015). Creating taxpayer awareness in the 21st Century. *Just Culture. Anuario Jurídico y Económico.* (48), 181-202.  
<https://studylib.es/doc/8876574/colmenero--ram%C3%B3n-bonell.-concienciaci%C3%B3n-c%C3%ADvico-tributaria...>
- Bravo, F. (2011). Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú – CIAT Revista de Administración Tributaria N° 31,1. Obtenido de [https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista\\_31/Espanol/revista\\_ebook\\_31\\_2011.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_31/Espanol/revista_ebook_31_2011.pdf)
- Candioti, M. (2012). Responsabilidad por el otro y ante el otro en el ámbito de lo común. En G. Frigerio y G. Diker (Comps.), *Educar: posiciones acerca de lo común* (pp. 265-284). Paraná, Argentina: Editorial Fundación La Hendija  
[https://www.researchgate.net/publication/342601825\\_Autonomia\\_e\\_interdependencia\\_La\\_etica\\_del\\_cuidado\\_en\\_la\\_discapacidad](https://www.researchgate.net/publication/342601825_Autonomia_e_interdependencia_La_etica_del_cuidado_en_la_discapacidad)
- Carmona, D. (2020). Autonomy and Interdependence. *The Ethics of Care and Disability.* Humanidades. 10(2).  
[https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2215-39342020000200099&lng=en](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2215-39342020000200099&lng=en)

- Castanedo, A. (2020). Social Development and its Connection with Mediation for Conflict Management and Resolution. *Estudios del Desarrollo Social*. 8(1) [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2308-01322020000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2308-01322020000100004&lng=es&nrm=iso&tlng=en)
- Castañeda, V. (2012). Una revisión de los determinantes de la estructura y el recaudo tributario: El caso latinoamericano tras la crisis de la deuda externa. *Cuadernos de Economía*, 31(58), 77-112 <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ceconomia/article/view/37972>
- Coaquira. (2019). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2017*. Tesis. Universidad Nacional del Altiplano. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10821>
- Dávila, C., López, R., y Pizango, F. (2016). La cultura tributaria y su relación con la evasión de impuestos en las empresas industriales dedicadas a la elaboración de productos de panadería en el distrito de Tarapoto. Tesis. Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/2412>
- Duran, y Rodríguez. (2017). *Relación entre conciencia tributaria y evasión tributaria en los comerciantes del mercado de Villacampa, en el distrito del Rímc, Lima - 2017*. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14759>
- Estévez, y Rocafuerte. (2018). *La conciencia tributaria en el proceso de recaudación de impuestos en Santa Elena*. <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/2606>
- Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación. México, D.F.: Red Tercer Milenio. [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)

- Gómez, L., y Macedo, J. (2014). La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. *Investigación Educativa*, 12(21), 143–153. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410>
- Gonzales, C., y Gonzales, T. (2014). Conciencia tributaria y su incidencia en la recaudación tributaria de las microempresas de la localidad de Huancavelica, periodo 2012. Tesis, Universidad Nacional de Huancavelica. <http://repositorio.unh.edu.pe/handle/UNH/319>
- Gonzales, K. M. (2015). Trabajo en equipo y satisfacción laboral. Universidad Rafael Landivar. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Gonzalez-Karyn.pdf>
- Gonzales, S. (2018). Tax culture and collection of income tax from the perception of Pucallpa retail market contributions. *Balance´s. Tingo María (Perú)*, 6, (8): 20 – 27 <http://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/download/158/139>
- Gutiérrez, G.F., Cornejo, M.B., y Chango, M.C. (2020). The tax amnesty its incidence in tax collection under the theory of dissuasion. *Revista Publicando*. 7 (23): 108-118 [https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/2061/html\\_38?inline=1](https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/2061/html_38?inline=1)
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hirsch, A. (2020). Ethical dilemmas expressed by academics from the National Autonomous University of México. *Sinéctica*. 54. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1665-109X2020000100131&lng=es&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-109X2020000100131&lng=es&nrm=iso&tlng=en)
- Iturre. (2018). *Capacitación tributaria para comerciantes de abarrotes con registro único del contribuyente en el mercado municipal de Esmeraldas*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1508>

- Jaramillo, R. M. (2012). Trabajo en equipo. Ministerio de Salud. México.  
<http://dgrh.salud.gob.mx/Formatos/MANUAL-DE-TRABAJO-EN-EQUIPO-2012.pdf>
- Johnson, D.W., y Johnson, R.T. (1999). *Cooperative learning lesson structures*. Edina. M.N.: interaction Books.  
[http://ecoasturias.com/images/PDF/ponencia\\_zaragoza\\_David\\_Johnson.pdf](http://ecoasturias.com/images/PDF/ponencia_zaragoza_David_Johnson.pdf)
- Macho, I. y Perez, D. (2004). *Settlement in Tax Evasion Prosecution. Economica*, 71(283): 349-368. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0013-0427.2004.00375.x>
- Manayay, J. C., y Chozo, V. D. (2019). Estrategias tributarias para promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes del Mercado Modelo, Chiclayo. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.  
<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/5456/BC-4041>
- Marín, J.D. (2009). Fundamentación epistemológica para la investigación. Dialnet. 23(54), 23-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3438917>
- Martinez, J. y Torgler, B. (2005). *The Evolution of Tax Morale in Modern Spain*. Crema Working Paper Series 2005-33. Zurich: Crema.  
<https://ideas.repec.org/p/cra/wpaper/2005-33.html>
- Matteucci. 1995). *La conciencia tributaria y los mecanismos para crearla. Análisis tributario*, 90, 37 - 38 .  
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2010/03/05/la-definici-n-de-conciencia-tributaria-y-los-mecanismos-para-crearla/>
- Méndez, A., y Astudillo, M. (2008). La investigación en la era de la información. Editorial: Trillas.  
<http://www.economia.unam.mx/academia/inae/pdf/inae1/u115.pdf>
- Merchán, M. (2014). La Evasión y elusión Tributaria de las MYPE en las Empresas del Sector Comercio-Rubro Abarrotes del Distrito de Chimbote.

Tesis de Maestría. ULADECH.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2495?show=full>

Ni, y Putu. (2020). *The Effect of Tax Awareness, Taxation Sanctions, and Application of E-Filing Systems In Compliance With Personal Taxpayer Obligations*. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2020/03/ZZD2043440446.pdf>

Patarroyo, Y,T y Camacho, A. P. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. Tesis. Universidad Minuto de Dios. Bogotá.  
<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/5404>

Pérez, M. A. (2017). Los libros electrónicos de compras, ventas y su incidencia en la conciencia tributaria en el mercado de productores de Santa Anita. Universidad Nacional del Callao.  
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/3868>

Pliego, N. (2011). *Cooperative learning and its advantages in intercultural education*. Revista educativa digital Hekademos. 4(8), 63-76.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3746890>

Polinsky, A. M. y Shavell, S. (2001). *Corruption and Optimal Law Enforcement*. *Journal of Public Economics*, 81(1): 1-24.  
[http://www.law.harvard.edu/faculty/shavell/pdf/81\\_J\\_Public\\_Econ\\_1.pdf](http://www.law.harvard.edu/faculty/shavell/pdf/81_J_Public_Econ_1.pdf)

Posada, J. (2014). Ontología y Lenguaje de la realidad social. Revista de epistemología de ciencias sociales.  
<https://www.moebio.uchile.cl/50/posada.html>

Ramos, J. (2014). La elusión tributaria y la economía de opción. A propósito de la suspensión de la facultad de SUNAT para aplicar la Norma XVI del Título Preliminar del Código Tributario.  
<https://www.academia.edu/RegisterToDownload#Download>

Roca, C. (2011). Estrategias para la formación de la Cultura Tributaria. (Serie Temática Tributaria N° 15 Asistencia al Contribuyente ed.). Tegucigalpa,

Guatemala: Asamblea General del CIAT N° 42.  
<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v25i48.13992>

Rojas, G del S. (2018). *La conciencia tributaria y sus efectos en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes del nuevo régimen único simplificado del distrito de Cajamarca*. Universidad Nacional de Cajamarca: <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2156>

Rojas, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano>

Ruiz, J. (2017). Tax culture and municipal management. *Quipukamayoc* 25(48): 49-60  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/1609-8196\\_eac056aa78a3dc994a5762c420a12655/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/1609-8196_eac056aa78a3dc994a5762c420a12655/Details)

Solórzano, D. L. 2011. La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura\\_tributaria\\_dulio\\_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020). Fines, funciones, tributos, Sistema Tributario Nacional. Lima, Perú.  
<http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/funciones.html>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017). Cultura aduanera tributaria. Lima-Perú.  
<http://www.sunat.gob.pe/cuentassunat/planestrategico/informeGestion/inforGestion-2017.pdf>

Suyanto. (2016). *the influence of tax awareness toward tax compliance of entrepreneurial taxpayers and celengan padjeg program as a moderating variable: A Case Study At The Pratama Tax Office Of Wonosari Town*. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*.  
[https://www.researchgate.net/publication/309963474\\_](https://www.researchgate.net/publication/309963474_)

- Timaná, J y Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana*. Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2014/pagar-o-no-pagar-es-el-dilema-las-actitudes-de-los-profesionales-hacia-el-pago-de-impuestos-en-lima/>
- Trujillo, G. (2017). La dimensión cognitiva importancia y trascendencia en la educación básica, secundaria y media técnica en las ciudades educativas. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Universidad central del Valle Tuluá. Colombia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6132724>
- Universidad César Vallejo (2020). *Guía de productos de investigación*. Lima-Perú. <https://www.coursehero.com/file/62931700/GUIA-DE-PRODUCTOS-OBSERVABLES-2020-UCVpdf/>
- Yaipén, H.W. (2019). Valores éticos y desempeño laboral en la Institución Educativa Peruano Canadiense. Tesis de maestría. Universidad César Vallejo. Chiclayo-Perú. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39311>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumento
Conciencia tributaria	Interiorización en la ciudadanía de los deberes tributarios establecidos por la ley (Bonell, 2015).	La variable se operacionalizó en razón de las dimensiones: cognitiva, afectiva, activa, conativa, cuya valoración se realizó a partir de la aplicación del instrumento correspondiente	Cognitiva	Saberes tributarios	Ordinal	Cuestionario
				Creencias tributarias		
				Conocimiento de las funciones del régimen tributario		
				Adquisición de conocimientos en materia tributaria		
				Empleo del conocimiento en asuntos de pago de impuestos		
			Afectiva	Apreciación sobre la tributación		
				Valoraciones respecto del pago de impuestos		
				Estado emocional del contribuyente		
				Interacción humana		
			Activa	Empatía		
				Convicciones de actuación		
				Comportamiento ante la tributación		
				Accionar de la entidad tributaria		
				Funcionamiento del sistema tributario		
			Conativa	Ejercicio personal tributario		
				Reacción ante el pago de impuestos		
				Percepción de la acción como eficaz		
Responsabilidad individual						
Realización de conductas apropiadas						
Asunción de costos						



## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

### Cuestionario de conciencia tributaria

Apellidos y nombres:

Se agradece anticipadamente la colaboración de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem:

Nº	Ítems	Escala de valoración		
		Nunca (0)	Casi siempre (1)	Siempre (2)
<b>Variable: Conciencia tributaria</b>				
<b>Dimensión cognitiva</b>				
1	Los contribuyentes advierten conocimientos tributarios			
2	Los interesados creen que los impuestos que pagan no se revierten a favor del pueblo			
3	Se tiene conocimiento de las funciones del sistema tributario			
4	La entidad se preocupa por capacitar a los comerciantes en materia tributaria			
5	Los contribuyentes emplean sus conocimientos en el pago de impuestos			
<b>Dimensión afectiva</b>				
6	El colaborador muestra buena apreciación sobre la tributación			
7	Los comerciantes observan con mejor perspectiva el pago de impuestos			
8	El comerciante se predispone del mejor estado emocional ante el pago de tributos			
9	La entidad ofrece un buen trato al contribuyente			
10	El recaudador de impuestos se pone en el lugar del comerciante			

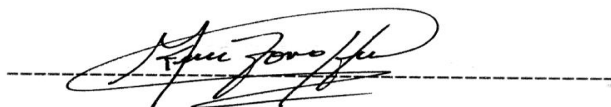
Nº	Ítems	Escala de valoración		
		Siempre	Casi siempre	Nunca
<b>Variable: Conciencia tributaria</b>				
<b>Dimensión activa</b>				
11	El contribuyente asume por convicción el pago de impuestos			
12	El comerciante muestra un comportamiento adecuado ante el pago de impuestos			
13	La entidad recaudadora acciona en forma apropiada frente al contribuyente			
14	El funcionamiento del sistema tributario de la entidad cubre las expectativas de la colectividad			
15	El contribuyente ejercita su obligación tributaria en forma personal			
<b>Dimensión conativa</b>				
16	El comerciante reacciona de manera negativa ante el pago de impuestos			
17	Se percibe como eficaz la acción tributaria			
18	El comerciante se aprecia responsable personal del pago de impuestos			
19	Se aprecia conductas inapropiadas por parte de la entidad recaudadora			
20	La entidad asume los costos de sus comportamientos inadecuados en materia de cobro de impuestos			

### Anexo 3. Validez y confiabilidad

### FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Conciencia tributaria	Cognitiva	Saberes tributarios	Los contribuyentes advierten conocimientos tributarios	x		x		x		x		
		Creencias tributarias	Los interesados creen que los impuestos que pagan no se revierten a favor del pueblo	x		x		x		x		
		Conocimiento de las funciones del régimen tributario	Se tiene conocimiento de las funciones del sistema tributario	x		x		x		x		
		Adquisición de conocimientos en materia tributaria	La entidad se preocupa por capacitar a la ciudadanía en materia tributaria	x		x		x		x		
		Empleo del conocimiento en asuntos de pago de impuestos	Los contribuyentes emplean sus conocimientos en el pago de impuestos	x		x		x		x		
	Afectiva	Apreciación sobre la tributación	El colaborador muestra buena apreciación sobre la tributación	x		x		x		x		
		Valoraciones respecto del pago de impuestos	La colectividad observa con mejor perspectiva el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Estado emocional del contribuyente	El comerciante se predispone del mejor estado emocional ante el pago de tributos	x		x		x		x		
		Interacción humana	La entidad ofrece un buen trato al contribuyente	x		x		x		x		
		Empatía	El recaudador de impuestos se pone en el lugar del contribuyente	x		x		x		x		
	Conativa	Convicciones de actuación	El contribuyente asume por convicción el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Comportamiento ante la tributación	El ciudadano muestra un comportamiento adecuado ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Accionar de la entidad tributaria	La entidad recaudadora acciona en forma apropiada frente al contribuyente	x		x		x		x		
		Funcionamiento del sistema tributario	El funcionamiento del sistema tributario de la entidad cubre las expectativas de la colectividad	x		x		x		x		
		Ejercicio personal tributario	El contribuyente ejercita su obligación tributaria en forma personal	x		x		x		x		
	Activa	Reacción ante el pago de impuestos	El comerciante reacciona de manera negativa ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Percepción de la acción como eficaz	Se percibe como eficaz la acción tributaria	x		x		x		x		
		Responsabilidad individual	El ciudadano se aprecia responsable personal del pago de impuestos	x		x		x		x		
		Realización de conductas apropiadas	Se aprecia conductas inapropiadas por parte de la entidad recaudadora	x		x		x		x		
		Asunción de costos	La entidad asume los costos de sus comportamientos inadecuados en materia de cobro de impuestos	x		x		x		x		



Dra. María Elisa Toro Herrera

DNI 40273864

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de conciencia tributaria.

### 3. TESISISTA:

Br. Marissel Analí Carrasco Zeña.

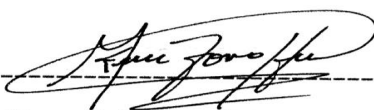
### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación.

APROBADO: SI.

Chiclayo, 27 de octubre de 2020



Dra. María Elisa Toro Herrera

DNI 40273864

## FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Conciencia tributaria	Cognitiva	Saberes tributarios	Los contribuyentes advierten conocimientos tributarios	x		x		x		x		
		Creencias tributarias	Los interesados creen que los impuestos que pagan no se revierten a favor del pueblo	x		x		x		x		
		Conocimiento de las funciones del régimen tributario	Se tiene conocimiento de las funciones del sistema tributario	x		x		x		x		
		Adquisición de conocimientos en materia tributaria	La entidad se preocupa por capacitar a la ciudadanía en materia tributaria	x		x		x		x		
		Empleo del conocimiento en asuntos de pago de impuestos	Los contribuyentes emplean sus conocimientos en el pago de impuestos	x		x		x		x		
	Afectiva	Apreciación sobre la tributación	El colaborador muestra buena apreciación sobre la tributación	x		x		x		x		
		Valoraciones respecto del pago de impuestos	La colectividad observa con mejor perspectiva el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Estado emocional del contribuyente	El comerciante se predispone del mejor estado emocional ante el pago de tributos	x		x		x		x		
		Interacción humana	La entidad ofrece un buen trato al contribuyente	x		x		x		x		
		Empatía	El recaudador de impuestos se pone en el lugar del contribuyente	x		x		x		x		
	Conativa	Convicciones de actuación	El contribuyente asume por convicción el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Comportamiento ante la tributación	El ciudadano muestra un comportamiento adecuado ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Accionar de la entidad tributaria	La entidad recaudadora acciona en forma apropiada frente al contribuyente	x		x		x		x		
		Funcionamiento del sistema tributario	El funcionamiento del sistema tributario de la entidad cubre las expectativas de la colectividad	x		x		x		x		
		Ejercicio personal tributario	El contribuyente ejercita su obligación tributaria en forma personal	x		x		x		x		
	Activa	Reacción ante el pago de impuestos	El comerciante reacciona de manera negativa ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Percepción de la acción como eficaz	Se percibe como eficaz la acción tributaria	x		x		x		x		
		Responsabilidad individual	El ciudadano se aprecia responsable personal del pago de impuestos	x		x		x		x		
		Realización de conductas apropiadas	Se aprecia conductas inapropiadas por parte de la entidad recaudadora	x		x		x		x		
		Asunción de costos	La entidad asume los costos de sus comportamientos inadecuados en materia de cobro de impuestos	x		x		x		x		

  
**Dra. Justina Guillermina Lisboa Zumarán**  
 DNI N°16431477

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de conciencia tributaria.

### 3. TESISISTA:

Br. Marissel Analí Carrasco Zeña

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación.

APROBADO. SI.

Chiclayo, 27 de octubre de 2020



Dra. Justina Guillermina Lisboa Zumarán  
DNI N°16431477

## FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Criterios de evaluación								Observaciones
				Relación entre variable y dimensión		Relación entre dimensión e indicador		Relación entre indicador e ítem		Relación entre ítem y opción de respuesta		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Conciencia tributaria	Cognitiva	Saberes tributarios	Los contribuyentes advierten conocimientos tributarios	x		x		x		x		
		Creencias tributarias	Los interesados creen que los impuestos que pagan no se revierten a favor del pueblo	x		x		x		x		
		Conocimiento de las funciones del régimen tributario	Se tiene conocimiento de las funciones del sistema tributario	x		x		x		x		
		Adquisición de conocimientos en materia tributaria	La entidad se preocupa por capacitar a la ciudadanía en materia tributaria	x		x		x		x		
		Empleo del conocimiento en asuntos de pago de impuestos	Los contribuyentes emplean sus conocimientos en el pago de impuestos	x		x		x		x		
	Afectiva	Apreciación sobre la tributación	El colaborador muestra buena apreciación sobre la tributación	x		x		x		x		
		Valoraciones respecto del pago de impuestos	La colectividad observa con mejor perspectiva el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Estado emocional del contribuyente	El comerciante se predispone del mejor estado emocional ante el pago de tributos	x		x		x		x		
		Interacción humana	La entidad ofrece un buen trato al contribuyente	x		x		x		x		
		Empatía	El recaudador de impuestos se pone en el lugar del contribuyente	x		x		x		x		
	Conativa	Convicciones de actuación	El contribuyente asume por convicción el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Comportamiento ante la tributación	El ciudadano muestra un comportamiento adecuado ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Accionar de la entidad tributaria	La entidad recaudadora acciona en forma apropiada frente al contribuyente	x		x		x		x		
		Funcionamiento del sistema tributario	El funcionamiento del sistema tributario de la entidad cubre las expectativas de la colectividad	x		x		x		x		
		Ejercicio personal tributario	El contribuyente ejercita su obligación tributaria en forma personal	x		x		x		x		
	Activa	Reacción ante el pago de impuestos	El comerciante reacciona de manera negativa ante el pago de impuestos	x		x		x		x		
		Percepción de la acción como eficaz	Se percibe como eficaz la acción tributaria	x		x		x		x		
		Responsabilidad individual	El ciudadano se aprecia responsable personal del pago de impuestos	x		x		x		x		
		Realización de conductas apropiadas	Se aprecia conductas inapropiadas por parte de la entidad recaudadora	x		x		x		x		
		Asunción de costos	La entidad asume los costos de sus comportamientos inadecuados en materia de cobro de impuestos	x		x		x		x		



Mg. Álvaro Rafael Romero Peralta

DNI 16498536

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### 1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.

### 2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario de conciencia tributaria.

### 3. TESISISTA:

Br. Marissel Analí Carrasco Zeña

### 4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación.

APROBADO: SI.

Chiclayo, 27 de octubre de 2020



Mg. Álvaro Rafael Romero Peralta

DNI 16498536



## Matriz de confiabilidad

### Matriz de datos de la variable conciencia tributaria

	ID	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20
1	.	0	2	0	1	0	1	1	2	0	1	0	2	0	1	0	2	0	1	1	0
2	.	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
3	.	2	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
4	.	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	2
5	.	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0
6	.	1	1	2	0	0	2	0	0	2	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0
7	.	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1
8	.	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2
9	.	0	1	2	1	2	0	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	0	2	1	1
10	.	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	0	0

Vista de datos / Vista de variables / <

SPSS El procesador está preparado

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	20

## Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Los contribuyentes advierten saberes tributarios	13,40	78,489	-,498	.	,897
Los interesados creen que los impuestos que pagan no se revierten a favor del pueblo	13,00	68,444	,450	.	,872
Se tiene conocimiento del sistema tributario	13,10	63,656	,561	.	,867
La entidad se preocupa por capacitar a los comerciantes en materia tributaria	13,50	63,611	,797	.	,861
Los contribuyentes emplean sus conocimientos en el pago de impuestos	13,50	61,833	,788	.	,859
El colaborador muestra buena apreciación sobre la tributación	13,50	75,167	-,198	.	,894
Los comerciantes observan con mejor perspectiva el pago de impuestos	13,40	62,933	,718	.	,862
El comerciante se predispone del mejor estado emocional ante el pago de tributos	13,50	62,722	,715	.	,862
La entidad ofrece un buen trato al contribuyente	13,30	64,233	,537	.	,868
El recaudador de impuestos se pone en el lugar del comerciante	13,60	62,711	,873	.	,858
El contribuyente asume por convicción el pago de impuestos	13,60	60,933	,854	.	,856
El comerciante muestra un comportamiento adecuado ante el pago de impuestos	13,30	68,678	,282	.	,877
La entidad recaudadora acciona en forma apropiada frente al contribuyente	13,50	68,944	,306	.	,876
El funcionamiento del sistema tributario de la entidad cubre las expectativas de la colectividad	13,60	68,267	,510	.	,871
El contribuyente ejercita su obligación tributaria en forma personal	13,40	66,267	,451	.	,871
El comerciante reacciona de manera negativa ante el pago de impuestos	13,20	65,956	,441	.	,872
Se percibe como eficaz la acción tributaria	13,50	67,389	,445	.	,872
El comerciante se aprecia responsable personal del pago de impuestos	13,30	62,456	,795	.	,859
Se aprecia conductas inapropiadas por parte de la entidad recaudadora	13,50	64,944	,670	.	,865
La entidad asume los costos de sus comportamientos inadecuados en materia de cobro de impuestos	13,20	68,400	,264	.	,879

#### Anexo 4. Matriz de consistencia

Título	Formulación del problema	objetivos	Hipótesis	Variabes y dimensiones	Metodología	Instrumento	Escala
Programa de capacitación para la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca	¿La propuesta de un programa de capacitación fortalece la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca?	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Proponer un programa de capacitación para el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Identificar del nivel de conciencia tributaria.</p> <p>Diseñar un programa de capacitación.</p> <p>Validar la propuesta.</p>	<p>H1: La propuesta de un programa de capacitación fortalece la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca.</p> <p>H1: La propuesta de un programa de capacitación no fortalece la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, Huarmaca.</p>	<p><b>Variable</b></p> <p>Conciencia tributaria</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Dimensión cognitiva</p> <p>Dimensión afectiva</p> <p>Dimensión conativa</p> <p>Dimensión activa</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Básica</p> <p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>Población:</b></p> <p>120 comerciantes del mercado municipal de Huarmaca</p>	Cuestionario	Ordinal

## Anexo 5. Autorización para el desarrollo de la investigación



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUARMACA**  
GERENCIA MUNICIPAL



*"Año de la Universalización de la Salud"*

Huarmaca, 11 de diciembre del 2020

**CARTA N° 0210-2020-MDH/GM**

**SEÑORA**

**MERCEDES COLLAZOS ALARCON**

JEFE DE UNIDAD DE LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO.

Carretera Chiclayo Pimentel Km. 3.5 - Chiclayo

Chiclayo. -

**ASUNTO** : COMUNICA ACEPTACIÓN PARA DESARROLLO DE TESIS EN LA MUNICIPALIDAD.

**REFERENCIA** : Documento con registro de Expediente N° 5639

De mi consideración;

Por intermedio de la presente le expreso un cordial saludo; al mismo tiempo, es para comunicar la aceptación del desarrollo del proyecto de tesis: "PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA CONCIENCIA TRIIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL HUARMACA", a cargo de la maestrante CARRASCO ZEÑA MARISSSEL ANALÍ, alumna de la escuela de Posgrado del III ciclo de la Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo; en tal sentido, se sugiere comunicar a la indicada alumna para que pueda coordinar con las áreas de la municipalidad que correspondan.

Sin otro particular.

Atentamente,

  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUARMACA  
EGON FIDEL G. SAAVEDRA PELTROCHE  
GERENTE MUNICIPAL

CC.  
\*RR.HH  
\*Comercialización

Archivo  
FGSP/GM

## Anexo 6.

**Tabla 2. Nivel de la conciencia tributaria, según dimensiones.**

Niveles	Dimensión cognitiva		Dimensión afectiva		Dimensión conativa		Dimensión activa	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Alto	15	12%	10	8%	12	10%	11	9%
Medio	69	58%	68	57%	72	60%	75	63%
Bajo	36	30%	42	35%	36	30%	34	28%
Total	120	100%	120	100%	120	100%	120	100%

*Fuente: elaboración propia.*

De la tabla 2 se advierte que la municipalidad de Huarmaca necesita fortalecer el nivel de conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal, teniendo en cuenta que la percepción del grupo de estudio en forma mayoritaria se focaliza en un nivel medio en las diferentes dimensiones.

## **Anexo 7**

### **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **I. DATOS INFORMATIVOS**

**1.1. Título:**

Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, mediante un programa de capacitación.

**1.2. Entidad**

Mercado municipal .

**1.3. Lugar**

Huarmaca.

**1.4. Duración**

Inicio: octubre 2020.

Término: noviembre 2020.

**1.5. Horas: 14**

**1.6. Nº de colaboradores**

120

**1.7. Responsable**

Marissel Analí Carrasco Zeña

#### **II. JUSTIFICACIÓN**

La conciencia tributaria, entendida como un conjunto de actitudes que se debe asumir respecto de la tributación y las normas que la rigen se ha convertido en un problema latente en el mercado municipal de Huarmaca, debido a que los contribuyentes no están bien informados y debidamente orientados sobre el tema y respecto de las responsabilidades que les compete asumir en materia de pago de tributos. En este sentido es importante realizar la propuesta del programa “Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca”, mediante talleres, por los cuales se informen y reconozcan los

tipos de tributos, así como las normas municipales relacionadas con la tributación, la importancia de la merced conductiva, la simplificación administrativa en materia tributaria, la relevancia de los incentivos tributarios y el reconocimiento de los requisitos para la renovación de contrato, considerando que la formación de la conciencia tributaria se vincula, en esencia, con la promoción de una ciudadanía responsable que ejerza sus derechos y cumpla con sus obligaciones.

## **OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo general**

Fortalecer la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, mediante un programa de capacitación.

### **2.2. Objetivos específicos**

**2.2.1.** Analizar la problemática asociada con el nivel de conciencia tributaria.

**2.2.2.** Sensibilizar a los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca en materia de pago de tributos.

**2.2.3.** Realizar talleres de capacitación orientados al fortalecimiento de la conciencia tributaria.

## **III. FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS TEÓRICOS**

### **3.1. Fundamentos epistémicos, ontológicos y axiológicos:**

#### **a) Fundamentos epistemológicos**

La propuesta de un programa de capacitación ha surgido de los referentes empíricos de la realidad, al interpretarla; que en un plano superior se ha teorizado sobre la necesidad de diseñarla y sugerirla. Se ha fundamentado en la teoría del dilema de pagar o no pagar, teoría de la interdependencia social de Johnson y Johnson, teoría de la disuasión, teoría del comportamiento tributario de Allingham y Saandmo. Todo ello; en aras de propiciar el fortalecimiento de la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca.

### **b) Fundamentos ontológicos**

Enmarcados en la naturaleza de la realidad investigada, en relación a la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca. Se ha circunscrito como la parte central de la propuesta diseñada, cuyas expresiones se mostraron escasamente alentadoras. Ante lo cual constituyó un imperativo la propuesta de un programa de capacitación, identificando y aclarando las condiciones esenciales que determinaron la identidad y la existencia de la problemática descrita tal como es y cómo se presenta en el municipio.

### **c) Fundamentos axiológicos**

La fundamentación axiológica del programa de capacitación se basó en los principios éticos, estéticos y el ejercicio de valores que propició la propuesta, considerando que los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca como personas necesitaron apropiarse de reglas o normas que orientaron su accionar como seres humanos, que les permitió respetarse a sí mismos y consecuentemente a los demás, con quienes interactúa y convive en el transcurso de su vida cotidiana, entendiendo y comprendiendo que la convivencia fomenta relaciones cercanas y de apoyo recíproco entre servidores de la entidad, soslayando cualquier tipo de discriminación y exclusión por diferentes razones, respetando y haciendo respetar las normas de conducta.

## **3.2. Principios de la propuesta**

### **a) Responsabilidad**

Principio relacionado con el cumplimiento de las obligaciones ciudadanas en materia tributaria por parte de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca, asumiendo las consecuencias de las decisiones y acciones. Se debe entender que ser responsable manifiesta la pertinencia ante la colectividad (Polo, 2019). La clave es la capacidad de respuesta ante la necesidad del pago de tributos.



## **b) Compromiso**

Entendido como el estado en el cual las personas se identifican con la entidad y con sus obligaciones en el logro de metas (Máñez, 2016). En consecuencia, constituye la capacidad que tiene el contribuyente del mercado municipal de Huarmaca para tomar conciencia de la importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

## **C) Cooperación**

Este principio orienta el accionar de los contribuyentes del mercado municipal de Huarmaca, en la medida que constituye una condición necesaria en la búsqueda de fines comunes relacionados con la generación de conciencia en la necesidad del pago de tributos. Se debe asumir una actitud cooperante, poniendo en común actividades, recursos y capacidades.

## **c) Inclusión**

Por este principio se debe reconocer la diversidad como valor, de manera que todos tienen cabida en una situación de igualdad (Leyva, 2013). El reconocimiento de las diferencias individuales y el reconocimiento de ellas debe conducir a los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca a generar una mejor conciencia tributaria.

## **IV. METODOLOGÍA**

El programa se desarrolló en siete (7) talleres de capacitación, empleando las estrategias correspondientes

## **V. CRONOGRAMA**

Nº	Talleres	Tiempo y duración de la actividad	Fecha Tentativa
1	Informándonos y orientándonos como contribuyentes	2horas	05/02/21
2	Reconocemos los tipos de tributos	2horas	19/02/21

3	Conociendo las normas municipales relacionadas con la tributación .	2horas	12/02/21
4	Reconociendo la importancia de la merced conductiva .	2 horas	26/02/21

Nº	Talleres	Tiempo y duración de la actividad	Fecha Tentativa
5	La simplificación administrativa en materia tributaria.	2 horas	05/03/21
6	Reconocemos la importancia de los incentivos Tributarios municipales.	2 horas	12/03/21
7	Conociendo los requisitos para renovación de contrato.	2 horas	19/03/21

## VI. PRESUPUESTO

**Tabla 1: Bienes y servicios**

Nº	Código	Descripción	Importe
1	2. 3. 1 5. 1 2	Papelería en general, útiles de escritorio (papel, tinta)	105,00
2	2. 3. 2 2. 2 1	Servicio de telefonía móvil	200,00
4	2. 3. 2 2. 2 3	Servicio de internet	180,00
5	2. 3. 2 7. 11 6	Servicio de impresiones	50,00
Total			535,00

## VII. FINANCIAMIENTO

El taller de capacitación será financiado por la Municipalidad Distrital Huarmaca

## VIII. REFERENCIAS

- Briones, A. J. (2018). La cooperación como una herramienta de aprendizaje. Una aproximación empírica. <https://www.upct.es/~economia/PUBLI-INO/>
- Leyva, J. J. (2013). De la integración a la inclusión. Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación". 13(3), 1-27. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44729878025.pdf>
- Máynez, A. I. (2016). Cultura y compromiso afectivo: ¿influyen sobre la transferencia interna del conocimiento? Contaduría y administración. 61(4). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422016000400666](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422016000400666)
- Polo, M. A. (2019). La responsabilidad ética. Veritas. [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-92732019000100049](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-92732019000100049)

## ANEXOS

### TALLER 1

#### I. DENOMINACIÓN

Conociendo las normas municipales relacionadas con la tributación.

#### II. OBJETIVO

Conocer la importancia de las normas municipales con la tributación.

#### III. META.

Informar al 100% de comerciantes del mercado municipal de Huarmaca acerca de la importancia de cumplir con las normas municipales.

#### IV. DISEÑO DE TALLER

Actividades	Estrategia	Recursos	Tiempo	Responsables
<p><b>Motivación</b></p> <p>El capacitador da el saludo de bienvenida a los participantes, luego realiza una dinámica con las diferentes secciones. Después de la dinámica empieza con los saberes previos.</p> <p>Realizando las siguientes interrogantes: ¿Conoce la ordenanza municipal que se debe dar cumplir para el buen funcionamiento del Mercado Municipal Huarmaca? ¿Para qué sirve la Ordenanza? ¿Por qué es importante cumplir con lo establecido en dicha ordenanza?</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El capacitador informa sobre el tema a desarrollar dando una introducción, luego entrega una ficha informativa del capítulo VII, VIII, IX Obligaciones y prohibición e infracciones de los comerciantes según la ordenanza municipal N°011-2013-MDH.</p> <p>-Los participantes se forman en grupos de 5 integrantes y elaboran un organizador visual, para que luego un integrante del grupo explique el organizador elaborado</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>Reflexionamos sobre lo aprendido</p>	<p>Lluvia de ideas</p> <p>Dinámica participativa</p> <p>Trabajo en equipo</p>	<p>Pizarra</p> <p>Plumones</p> <p>Papelote</p> <p>Ficha de observación</p>	<p>15'</p> <p>85'</p> <p>10'</p>	<p>Capacitador</p>

## FICHA DE OBSERVACION TRABAJO EN EQUIPO

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	Organización del Equipo	Participación activa	Recolección de la Información	Presentación de organizador visual	entregan su producto en el tiempo establecido	Total
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

## TALLER 2

### I. DENOMINACIÓN

Conociendo los requisitos para renovación de contrato de alquiler de puesto.

### II. OBJETIVO

Conocer los requisitos para renovar anualmente el contrato de alquiler de puesto del mercado municipal de Huarmaca.

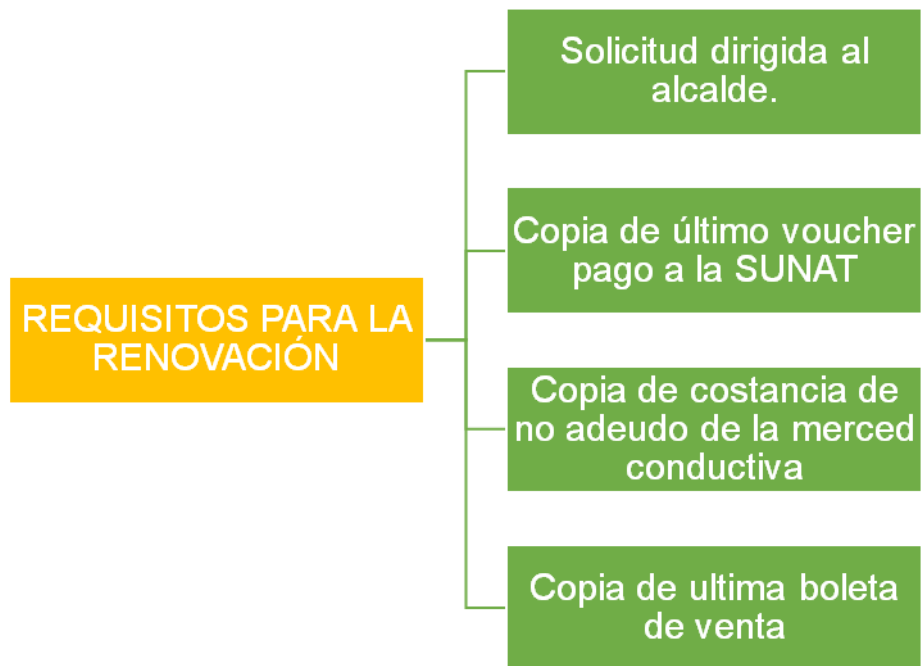
### III. META.

Informar al 100% de comerciantes del mercado municipal de Huarmaca acerca de los requisitos de renovación de contrato anual.

### IV. DISEÑO DE TALLER

Actividades	Estrategia	Recursos	Tiempo	Responsables
<p><b>Motivación</b></p> <p>El capacitador se presenta y da el saludo afectuoso a los participantes.</p> <p>Con la finalidad de que los participantes estén motivados para el desarrollo del taller, se les proyectara un video motivador, para luego empezar con los saber previos</p> <p>Realizando las siguientes interrogantes: ¿Cada que tiempo se renueva el contrato de alquiler de puestos del mercado municipal? ¿Qué requisitos necesitan para renovar contrato? ¿Por qué es importante cumplir con los plazos establecidos para la renovación de contrato?</p>	Lluvia de ideas de Video motivacional	Proyector Laptop PPT	15´	Capacitador
<p><b>Desarrollo</b></p> <p>El capacitador informa sobre el tema a desarrollar a través de diapositivas,</p> <p>Durante el desarrollo del taller se les entregara un modelo de solicitud que deben llenar y presentar cada fin de año para renovación de su contrato.</p> <p>-Se trabajará en parejas, y se irán aclarando las dudas de los participantes,</p>	Trabajo en equipo		85´	
<p><b>Cierre</b></p> <p>Reflexionamos sobre lo aprendido.</p>			10´	

## REQUISITOS APRESENTAR EL MES DE NOVIEMBRE DE CADA AÑO



## FORMATO DE SOLICITUD

## TALLER 3

### I. DENOMINACIÓN

Informándonos y orientándonos como contribuyentes.

### II. OBJETIVO

Ofrecer información y orientación a los contribuyentes. sobre el pago de tributos.

### III. META.

Orientar al 100% de comerciantes del mercado municipal de Huarmaca acerca de las obligaciones tributarias que deben cumplir como contribuyentes.

### IV. DISEÑO DE TALLER

Actividades	Estrategia	Recursos	Tiempo	Responsables
<p><b>Motivación</b></p> <p>El capacitador saluda de manera afectuosa a los participantes.</p> <p>El capacitador explica a los participantes sobre las obligaciones que tienen como contribuyentes en aras de ayudarlos poco a poco a realizar sus declaraciones y formas de pago de modo voluntario para luego empezar con los saber previos</p> <p>Realizando las siguientes interrogantes:            ¿Es conveniente pagar los tributos?            ¿Qué beneficios genera el cumplimiento de la obligación tributaria?            ¿Por qué es importante cumplir con el pago de tributos? ¿Qué consecuencias genera no pagar tributos?</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El capacitador informa sobre el tema en forma explicativa</p> <p>Los participantes se forman en grupos de 5 integrantes y elaboran un organizador visual, para que luego un integrante del grupo explique el organizador elaborado</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>Reflexionamos sobre lo aprendido</p>	<p>Lluvia de ideas</p> <p>de</p> <p>Trabajo en equipo</p>	<p>Proyector</p> <p>Laptop</p> <p>Papel bond</p> <p>Lapiceros</p>	<p>15´</p> <p>85´</p> <p>10´</p>	<p>Capacitador</p>



## FICHA DE OBSERVACION TRABAJO EN EQUIPO

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	Organización del Equipo	Participación activa	Recolección de la Información	Presentación de organizador visual	entregan su producto en el tiempo establecido	Total
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

## TALLER 4

### I. DENOMINACIÓN

Reconocemos los tipos de tributos.

### II. OBJETIVO

Reconocer los tipos de tributos a los cuales están afectos como contribuyentes.

### III. META.

Orientar al 100% de comerciantes del mercado municipal de Huarmaca acerca de los tipos de tributos a los cuales están afectos como contribuyentes .

### IV. DISEÑO DE TALLER

Actividades	Estrategia	Recursos	Tiempo	Responsables
<p><b>Motivación</b></p> <p>El capacitador se presenta ante los participantes de manera cordial.</p> <p>El capacitador explica a los participantes sobre la necesidad que tienen como contribuyentes de conocer los tipos de tributos a los que están afectos para luego empezar con los saber previos</p> <p>Realizando las siguientes interrogantes: ¿Es pertinente tener conocimiento de los tipos de tributos que como contribuyente debes pagar? ¿Es importante reconocer si solamente puedes pagar un tributo o todos a la vez? ¿Qué pasaría si pagas un tributo y no los demás? ¿De no pagar algún tipo de tributo te generaría consecuencias penales?</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El capacitador informa sobre el tema en forma explicativa</p> <p>Los participantes se forman en grupos de 5 integrantes y elaboran un organizador visual, para que luego un integrante del grupo explique el organizador elaborado</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>Reflexionamos sobre lo aprendido</p>	<p>Lluvia de ideas</p> <p>de</p> <p>Trabajo en equipo</p>	<p>Proyector</p> <p>Laptop</p> <p>Papel bond</p> <p>Lapiceros</p>	<p>15´</p> <p>85´</p> <p>10´</p>	<p>Capacitador</p>

## FICHA DE OBSERVACION TRABAJO EN EQUIPO

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	Organización del Equipo	Participación activa	Recolección de la Información	Presentación de organizador visual	entregan su producto en el tiempo establecido	Total
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

# VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA MEDIANTE LA TÉCNICA DELPHI

## ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

### I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista relacionado con la PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE HUARMACA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

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

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

#### 1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1. Año de experiencia en la labor universitaria.
- 1.2. Cargos que ha ocupado: Directora Regional de Educación
- 1.3. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: Colegio Nacional de San José de Chiclayo
- 1.4. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: Más de 20 años
- 1.5. Grado académico: Doctora

#### 2. Test de autoevaluación del experto:

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

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

2.2. Evalué la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.			
Su propia experiencia			
Trabajos de autores nacionales			
Trabajados de autores extranjeros			
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.			
Su intuición			

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b><i>Nombres y apellidos del experto</i></b>	Justina Guillermina Lisboa Zumarán
---	------------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

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

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

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

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.

## 2.1. ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta	x				
2	Representación gráfica de la propuesta	x				
3	Secciones que comprende	x				
4	Nombre de estas secciones	x				
5	Elementos componentes de cada una de sus secciones	x				
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones	x				
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio	x				

## 2.2. CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto	x				
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta	x				
3	Presenta principios de gestión consistentes	x				
4	Fundamentación coherente y consistente	x				
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación	x				
7	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación	x				
8	Presenta estrategias metodológicas coherentes	x				
9	Presenta esquema síntesis	x				

## 2.3, VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

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

Chiclayo, octubre del 2020

  
Dra. Justina Guillermina Lisboa Zumarán  
DNI N°16431477

## ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS

### I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista relacionado con la PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE HUARMACA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

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

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

#### 1. Datos generales del experto encuestado:

- 1.1. Año de experiencia en la labor universitaria.
- 1.2. Cargos que ha ocupado: Docente
- 1.3. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: Colegio Nacional de San José de Chiclayo
- 1.4. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: Más de 15 años
- 1.5. Grado académico: Doctora

#### 2. Test de autoevaluación del experto:

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

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

2.2. Evalué la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.			
Su propia experiencia			
Trabajos de autores nacionales			
Trabajados de autores extranjeros			
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.			
Su intuición			

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b><i>Nombres y apellidos del experto</i></b>	María Elisa Toro Herrera
---	--------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

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

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

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

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.



## 2.1. ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta		x			
2	Representación gráfica de la propuesta		x			
3	Secciones que comprende		x			
4	Nombre de estas secciones		x			
5	Elementos componentes de cada una de sus secciones		x			
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones		x			
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		x			

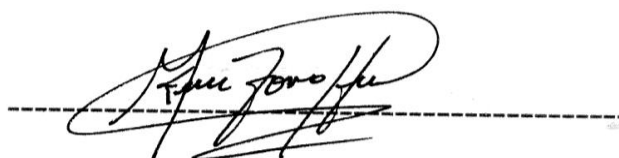
## 2.2. CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto		x			
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta		x			
3	Presenta principios de gestión consistentes		x			
4	Fundamentación coherente y consistente		x			
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación		x			
7	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación		x			
8	Presenta estrategias metodológicas coherentes		x			
9	Presenta esquema síntesis		x			

## 2.3, VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

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

Chiclayo, octubre del 2020



Dra. María Elisa Toro Herrera

DNI 40273864

## **ENCUESTA PARA LOS EXPERTOS**

### **I. PARTE: DATOS GENERALES Y AUTOEVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS**

Respetado profesional:

De acuerdo a la investigación que está realizando el tesista relacionado con la PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA CONCIENCIA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MUNICIPAL DE HUARMACA, nos resultará de gran utilidad toda la información que al respecto pudiera brindar, en calidad de experto en la materia.

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

En consecuencia, solicitamos muy amablemente, brinde la información requerida respecto a su experiencia profesional:

#### **1. Datos generales del experto encuestado:**

- 1.6. Año de experiencia en la labor universitaria.
- 1.7. Cargos que ha ocupado: Subdirector
- 1.8. Escuela Profesional o empresa que labora actualmente: Colegio Nacional de San José de Chiclayo
- 1.9. Años de experiencia en como directivo en la educación o empresa: Más de 20 años
- 1.10. Grado académico: Maestro

#### **2. Test de autoevaluación del experto:**

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

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

2.2. Evalué la influencia de las siguientes fuentes de argumentación en los criterios valorativos aportados por usted:

Fuentes de argumentación	Grado de influencia en las fuentes de argumentación		
	Alto	Medio	Bajo
Análisis teóricos realizados por Ud.			
Su propia experiencia			
Trabajos de autores nacionales			
Trabajados de autores extranjeros			
Su conocimiento del estado del problema en su trabajo propio.			
Su intuición			

## II. PARTE: EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR LOS EXPERTOS

<b><i>Nombres y apellidos del experto</i></b>	Álvaro Rafael Romero Peralta
---	------------------------------

Se ha elaborado una propuesta denominada:

Fortalezcamos la conciencia tributaria de los comerciantes del mercado municipal de Huarmaca

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

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

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

Si Ud. Considera necesario hacer algunas recomendaciones o incluir otros aspectos a evaluar, los autores le agradecerían sobremanera.

Gracias por su valiosa colaboración y aporte.

## 2.1. ASPECTOS GENERALES:

N°	Aspectos a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación de la propuesta		x			
2	Representación gráfica de la propuesta		x			
3	Secciones que comprende		x			
4	Nombre de estas secciones		x			
5	Elementos componentes de cada una de sus secciones		x			
6	Relaciones de jerarquización de cada una de sus secciones		x			
7	Interrelaciones entre los componentes estructurales de estudio		x			

## 2.2. CONTENIDO

N°	Aspecto a evaluar	MA	BA	A	PA	I
1	Denominación del programa, modelo, plan, etc. propuesto		x			
2	Coherencia lógica entre los componentes de la propuesta		x			
3	Presenta principios de gestión consistentes		x			
4	Fundamentación coherente y consistente		x			
5	Los objetivos expresan con claridad la intencionalidad de la investigación		x			
7	Fundamentos teóricos vinculados estrechamente al tema de investigación		x			
8	Presenta estrategias metodológicas coherentes		x			
9	Presenta esquema síntesis		x			

## 2.3, VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA

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

Chiclayo, octubre del 2020



Mg. Álvaro Rafael Romero Peralta

DNI 16498536