



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

La cultura tributaria y su influencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña, ciudad de Chota, Cajamarca.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador público

AUTORAS:

Bustamante López, Luz Guisela (ORCID: 0000-0002-1309-8524)

Cieza Delgado, Nancy Magali (ORCID: 0000-0002-7178-4354)

ASESOR (A)

Mg. Urtecho Cueva Omar Iván (ORCID: 0000-0002-1312-8180)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Tributación

CHICLAYO - PERÚ
2021

DEDICATORIA

A mi querido hijo, padres y hermana por ser la fuente inagotable de amor que impulsa mi superación.

A mi esposo por brindarme su comprensión, apoyo moral y su confianza en todo momento de mi vida

Luz Guisela

A mis padres Hernando y Antonia por su apoyo incondicional. A mis preciosas hermanas Azucena y Aleyssi quienes con su amor son mi fuente de perseverancia y me animan hacia la superación.

Nancy Magali

AGRADECIMIENTO

A Dios por concedernos el don divino de la vida, ser guía de nuestro camino de superación, darnos la salud y la familia.

A la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico de Contabilidad de la Universidad César Vallejo y su plana docente por darnos la oportunidad de desarrollarnos profesionalmente dentro del campo de la contabilidad y poder brindar una mejor atención a nuestros usuarios.

A los comerciantes del Mercado Julio Vásquez Acuña, por brindarnos las facilidades para recoger la información en los instrumentos aplicados para poder concretizar la realización de nuestro trabajo de investigación.

Al Mg. Urtecho Cueva Omar, por su generosidad al brindarnos la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia científica en un marco de confianza, afecto y amistad, fundamentales para la concreción de este trabajo.

Y a todas aquellas personas que, de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hacemos extensivo nuestro agradecimiento.

Las autoras.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	01
II. MARCO TEÓRICO.....	06
III. METODOLOGÍA.....	26
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	26
3.2 Variables y operacionalización.....	27
3.3 Población, muestra y muestreo, unidad de análisis.....	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
3.5 Procedimientos	31
3.6 Método de análisis de datos.....	32
3.7 Aspectos éticos.....	33
IV. RESULTADOS.....	34
V. DISCUSIÓN.....	45
VI. CONCLUSIONES.....	49
VII. RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1 Cumplimiento voluntario de los comerciantes.....	34
Tabla 2 Moral tributaria de los comerciantes.....	35
Tabla 3 Actitudes frente al deber de contribuir de los comerciantes	36
Tabla 4 Cultura tributaria de los comerciantes.....	37
Tabla 5 Falta de información de los comerciantes.....	38
Tabla 6 Tiempo de funcionamiento de su negocio de los comerciantes.....	39
Tabla 7 Trámites burocráticos hechos por los comerciantes	40
Tabla 8 Temor de perder los pocos ingresos por parte de los comerciantes	40
Tabla 9 Nivel de inversión de los comerciantes	41
Tabla 10 Nivel de informalidad de los comerciantes	42
Tabla 11 Influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes.....	43

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada: La cultura tributaria y su influencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña, ciudad de Chota, Cajamarca, tuvo como objetivo general analizar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes. La investigación es de enfoque cuantitativo con diseño correlacional, se trabajó con una muestra de 61 comerciantes, a quienes se les aplicó un cuestionario para medir la cultura tributaria y otro para el nivel de informalidad. La evaluación de los resultados de los cuestionarios sometidos a la prueba del Chi cuadrado de Pearson, arroja un valor de 5,165a con 1 grado de libertad con una significancia bilateral de 0,023; la razón de verosimilitudes tiene un valor de 5,530 con 1 grado de libertad y la significancia asintótica bilateral de 0,019; la asociación lineal por lineal tiene un valor de 5,100 con 1 grado de libertad, siendo la significancia asintótica bilateral de 0,024; los resultados demuestran que la cultura tributaria influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Palabras clave: cultura tributaria, informalidad, tributos.

ABSTRACT

The present research work entitled: The tax culture and its influence on the informality of market merchants Julio Vásquez Acuña, Chota city, Cajamarca, had as a general objective to analyze the influence of the tax culture on the informality of merchants. The research is of a quantitative approach with a correlational design, it was worked with a sample of 61 merchants, to whom a questionnaire was applied to measure the tax culture and another for the level of informality. The evaluation of the results of the questionnaires subjected to Pearson's Chi square test, yields a value of 5.165a with 1 degree of freedom with a bilateral significance of 0.023; the likelihood ratio has a value of 5.530 with 1 degree of freedom and the bilateral asymptotic significance of 0.019; the linear by linear association has a value of 5.100 with 1 degree of freedom, the bilateral asymptotic significance being 0.024; The results show that the tax culture significantly influences the informality of the merchants in the Julio Vásquez Acuña market in the city of Chota.

Keywords: tax culture, informality, taxes.

I. INTRODUCCIÓN

Quintanilla (2012, p. 110), en su estudio menciona que la cultura tributaria son costumbres, hábitos que pueden ser individuales y colectivos los cuales permitirán que las obligaciones y la protección de los derechos se cumplan ya que están en estrecha relación con los tributos pagados al estado, estas costumbres y hábitos han sido adquiridos en la misma sociedad, donde rige la desconfianza hacia los funcionarios públicos sobre la administración de estos recursos y la mala práctica de los ciudadanos de conseguir el mayor beneficio posible de las ganancias de un negocio sin declarar a la SUNAT los verdaderos montos de ventas o prestación de servicios.

La cultura tributaria en Latinoamérica se define como un bien público los cuales tienen a desenvolverse teniendo en cuenta el modelo actual del estado al cual pertenece; así mismo los comerciantes, políticos, funcionarios, asesores y académicos, llegan a concebir sus obligaciones tributarias como un deber cívico que estarán relacionados con el modelo vigente (Villegas, 2014, p. 73).

Las obligaciones tributarias deben inculcarse con mayor fuerza en los centros educativos, desde centros de inicial, indicándoles que es un deber cívico para con su país, asimismo introducir este tema en las actividades para los padres; los Programas sociales también pueden difundir este mensaje de deber cívico al contribuir con tus obligaciones tributarias. En la actualidad podemos recalcar que la cultura tributaria es un punto muy importante y así la ciudadanía no cometa los delitos tributarios y esto conlleve a entender que las contribuciones son recaudaciones por parte del gobierno como ente administrador, pero son de los contribuyentes, por lo que el estado usando a los gobiernos locales hace la devolución prestando servicios públicos en los establecimientos de salud, instituciones educativas y otros (Amasifuen, 2015, p.74).

El gobierno para solventar las necesidades de la colectividad, dispone de los recursos que la sociedad misma contribuye, como se indicó anteriormente todos los ingresos se aportan a la caja fiscal y esto retorna a la población en los servicios

y obras que se recibe, la ciudadanía deberá de ser protectora de sus recursos ya que estaríamos resguardando nuestros propios intereses (Hinojosa, 2018, p. 23).

Lo indicado por Hinojosa es muy cierto, por lo que debemos tratar que las reglas tributarias, nuestros deberes, las diferentes formas de contribución económica y el cumplimiento voluntario de las obligaciones deben ser de manejo público y más aún de una manera entendible para las diferentes clases sociales. El término sector informal fue acuñado por Keith Hart en 1973. Al estudiar el empleo en Ghana, Hart determinó que el traslado de personas de la zona rural al urbano ha generado un mano de obra que excedía la oferta laboral. En ese sentido, la informalidad actuaba como una salida al empobrecimiento y estrategia de sobrevivencia apartado del empleo formal (Hart, 1973, pp. 61-89).

Fontes menciona que la informalidad esta incrustada en toda América latina, la cual es considerada como algo normal o parte de la cotidianidad en la mayor parte de los países de la región obviamente influyendo en la producción de bienes, prestación de servicios o en el sector laboral (Fontes et.al 2014). Según lo que el autor nos menciona, nos indica que la informalidad se ha vuelto una costumbre, parte de la cultura del latino americano, sin darse cuenta del enorme daño que hacen a su propio país, en el cual incluso se vulnera los derechos de los mismos ciudadanos, al ser trabajadores informales, no cuentan con sueldos de acuerdo a ley, no tienen seguro social, y otros beneficios que les corresponde si fueran formales, sin embargo no se ve esta problemática entre la población, aun no se ha tomado conciencia de esta realidad que perjudica el crecimiento y desarrollo de sus ciudades y país. En el año 2018 América Latina y el Caribe registró un cambio en la formalización del empleo las cuales mejoraron las condiciones de trabajo de 39 millones de empleados, pero no es suficiente para bajar la informalidad actual que ronda el 53% que implica que cerca de 140 millones de trabajadores están en estas, esto según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2018, p. 1). Estos indicadores nos muestran que aún hay bastante trabajo para poder concientizar y educar a la población, sobre todo al sector empresarial, así mismo a los gobiernos de dar mayores facilidades para la formalización y no sean trámites demasiado

engorrosos y burocráticos que entorpecen la agilización de los tramites de formalización de comerciantes, u otras empresas de los diferentes rubros. Es preciso entender que la informalidad es la autogeneración de ingresos económicos que la población realiza y que se da mayormente en las urbes urbanas donde los migrantes ocupan un gran porcentaje; traducidos en ambulantes o denominados negocios informales (Cruzado y Remaycuna, 2015, p.13).

En el mercado “Julio Vásquez Acuña” de la ciudad de Chota, existe una carente cultura tributaria de los comerciantes debido posiblemente a desconocimiento, inadecuada información, desconfianza hacia las personas que administran los recursos públicos, temor a perder sus ganancias, y el concepto de que el tributo es una sanción a las transacciones económicas. Englobando todos estos aspectos hacen que los comerciantes del mercado “Julio Vásquez Acuña” trabajen informalmente. Tal como lo refiere el administrador del mercado en mención, asimismo indica tener en su registro un promedio de 150 comerciantes distribuidos en diversos rubros entre ellos la venta de: verduras, carnes, abarrotes, frutas, menestras y ropa. De los cuales el 40% aproximadamente tienen una cultura tributaria baja la cual es evidenciada por el desconocimiento para formalizar su negocio y que más del 50% trabajan informalmente caracterizado principalmente por la no emisión de comprobantes de pago. Explicado la problemática anterior, nos formulamos la siguiente pregunta: ¿De qué manera la cultura tributaria influye en la informalidad de los comerciantes del mercado mayorista Julio Vásquez Acuña de la Ciudad de Chota?

La investigación que se ha desarrollado está justificada, porque busca conocer y realizar un análisis de la Cultura Tributaria de los negociantes de Mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota departamento de Cajamarca, puesto que, si los comerciantes conocen la importancia de tener una cultura tributaria y esta es promocionada por las autoridades correspondientes, serviría para que los comerciantes que operan en el mercado Julio Vásquez Acuña desarrollen una formación de cultura tributaria y comprendan que los recursos recaudados sirven para formar parte del Producto Bruto Interno del Estado (PBI) y como parte del

presupuesto nacional sean distribuidos a los diversos sectores contribuyendo al emprendimiento en la construcción de obras públicas que beneficien a los sectores vulnerables y más necesitados, logrando la concientización y adopción de una cultura tributaria que vaya en contra de la evasión de impuestos.

Con el producto obtenido de la pesquisa se beneficiarán los comerciantes del mercado del cual se está estudiando, toda vez que permitirá obtener mayor información sobre la adopción de una cultura tributaria, contribuyendo a los sujetos de la muestra a tener un conocimiento pleno de la temática tributaria y ponerlo en práctica demanda del simple hecho de asumir con responsabilidad las tareas encomendadas por la leyes y normas para lograr desterrar la evasión tributaria que opera en algunos comerciantes, pretendiendo que la investigación empodere y logre generar una transición informal a una formal. Así mismo los profesionales y demás involucrados en el área tributaria financiera serán favorecidos.

Esto permitirá adoptar enfoques nuevos en tributación, siguiendo las leyes enmarcadas en nuestra sociedad, representadas por el análisis de la informalidad y que para la presente investigación se ha considerado en el marco teórico.

También los presentes trabajos de investigación tienen implicancia social porque al tener mayor información de estos temas contribuirá en el proceso educativo de la población optando por trabajar formalmente, obteniendo seguridad y mejores resultados, así mismo también tiene implicancia académica porque servirá como fuente bibliográfica para los estudiantes permitiéndoles tener antecedentes de cultura tributaria.

Como objetivo general se planteó analizar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. En los objetivos específicos planteamos determinar el nivel de la cultura tributaria que tienen los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. Identificar la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. Establecer la influencia de la cultura

tributaria en la informalidad en los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Y como hipótesis, nos planteamos una alterna y una nula. Siendo H_i : La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. Y H_0 : La cultura tributaria no influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional: Quispe, Tapia, Ayaviri et al. (2018) desarrollaron su investigación sobre causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias, Ecuador. Tuvo como objetivo identificar la causante de la informalidad comercial y esta como influía en la evasión tributaria. Fue de tipo descriptivo e interpretativo. Para la cual consideraron una muestra de 266 negociantes los cuales eran informales, se aplicó la relación de variables latentes con variables observadas. El estudio concluye que la informalidad en el comercio es un factor determinante para la evasión tributaria, así mismo contribuye en la migración, desempleo, crecimiento demográfico, actividad financiera, desconocimiento de las leyes tributarias; de igual manera la comercialización informal es dependiente de factores como: edad, nivel de instrucción, actividad que realiza el jefe de hogar, ingresos bajos, horas de trabajo excesivas, horarios mal elaborados, sobrecarga de trabajo y el no contar con un trabajo estable. El nivel de formalidad o informalidad en un determinado lugar, lo establece generalmente el nivel educativo y socioeconómico, el cual está convirtiéndose en un problema cada vez más difícil de solucionar, ya que se ha enraizado en la cultura de las personas de generación en generación. La falta de empleo en los países latino americanos también es un condicionante a la informalidad, la cual obliga a estas personas a subsistir y mantener a sus familias a como dé lugar, insertándose muchos de ellos en el comercio informal ambulatorio, a buscar trabajo en empresas con sueldos mínimos, sin ningún beneficio o derechos como trabajadores, e incluso expuestos a ser menoscabados como seres humanos.

Por otro lado, Cárdenas (2012) desarrolló una investigación titulada cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha, Cantón, Quito. Se enfocó en una investigación descriptiva, muestra en estudio fue de 285 personas. Concluyendo en que la cultura tributaria es una evolución educativa ya que la conciencia del tributo se va formando y el Estado enfocándose en la importancia y necesidad de pagar los gravámenes, permitiendo contribuir a las necesidades colectivas, este resultado se da porque los ciudadanos

desconocen los deberes que deben desarrollar al tener un negocio. Según el presente estudio se deduce que, para crear una cultura tributaria es imprescindible que las personas que cuentan con un negocio tengan el conocimiento como contribuyente y de esta manera se reducirían la recaudación impositiva efectivamente obtenida y la que, en teoría, debería obtenerse de haber pleno cumplimiento. La educación constante a la población sobre la tributaciones es de suma importancia, ya que permite al residente estar informado, actualizado sobre las normas y leyes que rigen la contribución de impuestos en una determinada región, asimismo de conocer los beneficios que traerán a su nación y a ellos mismos, cuando puedan tener, mejores mercados con servicios adecuados, centros hospitalarios con infraestructuras y equipos que serán usados por los mismos vecinos de la comunidad, y todo ello gracias al aporte tributario respetando lo establecido por las leyes de su país.

Chicas (2011) en su investigación: Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento. Investigación de tipo descriptivo, desarrollado en 10 personas de la Superintendencia de Administración Tributaria – SAT como muestra, de las cuales 3 corresponden al centro de capacitación tributaria y aduanera para contribuyentes, 3 administradores de la oficina o agencia tributaria, 2 subgerentes de cultura tributaria, 1 gerente de atención al contribuyente y 1 comunicador social externo. Los resultados mostraron que, a consecuencia de la falta de cultura tributaria, se observa desinterés y un nulo conocimiento de la población guatemalteca para el adecuado y oportuno pago de impuestos. Por lo que la educación impartida y problemas de acceso a las capacitaciones son ineficaces, contribuyendo a que cultura tributaria no esté presente en la población y más aún si esta población pertenece al área rural. De la presente investigación de Chicas, recalca la necesidad de realizar y continuar con estrategias dirigidas informar y empoderar a los contribuyentes de una cultura tributaria, logrando la evasión como práctica común y valorando el cumplimiento tributario.

A nivel nacional: Hinojosa (2019) realizó su investigación sobre cultura tributaria para el incremento de los ingresos de los negociantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018. Buscó determinar como la cultura tributaria incrementará los ingresos a los comerciantes. La investigación se centró en la descripción, para lo cual participaron 149 negociantes. Los resultados mostraron que se considera a los tributos como contribución para mejorar la calidad de vida de la población esto en un 43% y el 57% que no contribuyen, percepción que se genera por el desconocimiento de información de cultura tributaria; limitando el desarrollo económico y social.

Ramírez (2019) realizó su investigación sobre la informalidad del comercio en el Perú. La presente investigación toma como referencia a estudios de investigación de diferentes autores, mediante el análisis de los mismos. Los resultados indican lo siguiente: la informalidad comercial se da por el desempleo, la migración y otros por la poca o escasa educación, situación que no permite tener vínculo laboral, necesidad que obliga a las personas a posicionarse de las vías públicas, para comercializar sus diferentes productos, trayendo una serie de peligros (mayormente son mujeres, que se dedican a comercializar sus diferentes productos), tanto al consumidor y al mismo comerciante, quién arriesga todo por el hecho de vender y comprar productos baratos y satisfacer las necesidades de la familia. también se puede considerar como un factor determinante de la informalidad de los comerciantes (el desconocimiento sobre cultura tributaria) por lo que no cuentan con un adecuado plan de motivación, o un plan que conlleve a la formalización, el bajo nivel socioeconómico y los elevados índices de desempleo traducidos en pobreza, que obliga a las personas que no cuentan con un trabajo estable, ocupar los espacios públicos, para comercializar sus productos. Del presente estudio, se concluye que, la informalidad comercial existe en todo el país, donde se puede observar un comercio desordenado y donde no hay control por parte de las autoridades.

Ávila (2018), realizó una investigación relacionada a la Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo. Estudio de tipo descriptivo correlacional, con una muestra de 297. La investigación determinó que, no hay conocimiento de cultura tributaria esto en un 74.1% del total de los negociantes contra un 25.9% que, si conoce, parte de los comerciantes que se encuentran en los mercados del distrito de Trujillo son formales de los cuales el 80.81% pertenece a algún régimen tributario, el 86.8% indica que su negocio debe estar formalizado, pero el 13.2% no le importa la formalización. Ávila a través de su investigación demuestra la falta de presencia del estado como ente regulador a través del único organismo existente en el país la Superintendencia Nacional de Aduanas de Administración Tributaria (SUNAT) y sensibilizador ante la inminente desconfianza por el desconocimiento e inexistente información de cultura tributaria, estudio que permite concluir una vez más en la incidencia negativa para formalizar ante la falta de cultura tributaria en los comerciales.

Carhuachin y Bazán (2018) en su investigación titulada cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes de abastos del mercado el económico del distrito de Ate. Fue de tipo no experimental, cuantitativa, realizando la descriptiva y correlacional de las variables. Participaron 60 negociantes. Concluyendo en que el 80% de los negociantes desconocen que viene a ser la cultura tributaria y los que tienen conocimiento representa el 20%. Estudio que da cuenta del complejo fenómeno de no conocer que deberes se debe cumplir con el estado cuando se tiene un negocio.

Salazar y Vargas (2016) en su tesis: El comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia produce la evasión de impuestos al estado, Cutervo 2016. Investigación es de tipo cuantitativo, de carácter no experimental. La muestra de estudio estuvo constituida por 60 vendedores ambulantes. Obtuvieron los siguientes resultados: el 48% dice que la formalización de su negocio está en sus planes argumentando que es un requisito para los créditos e

incrementar su mercadería y contribuyendo con la generación de más obras a favor de la población; por otro lado el pago de impuestos no está en su planes indica un 52% de los comerciantes, argumentado la reducción de sus ingresos para completar la canasta familiar, en definitiva la investigación determina un mayor porcentaje a continuar como informales, reconociendo la falta de conocimiento de la cultura tributaria.

Chávez y Tadeo (2014) en su investigación sobre cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo de Huancayo. Estudio de tipo aplicativo, realizando una descripción de las variables y conllevando a una correlacional. La muestra estuvo compuesta por 172 comerciantes. Los resultados evidenciaron que, de los 172 negociantes, 77 no hacen declaraciones de sus ingresos, una minoría de 55 hacen declaraciones menores y solo un 23.26% hace declaraciones reales, la desconfianza tributaria se ve en 154 comerciantes, en base a la confianza el 10.46% tiene predisposición al pago de sus tributos. Según el estudio de Chávez, determina que esto se debe al bajo nivel de información de cultura tributaria y donde se recomienda informar a la población en todos los niveles.

Cruzado y Remaycuna (2014), realizaron un estudio titulado factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado Moshoqueque de la región Lambayeque. Fue no experimental, transversal, de tipo descriptivo simple – explicativa. Para lo cual participaron 59 negociantes. La investigación concluyó en que la informalidad en los comerciantes les reduce el acceso a los diferentes créditos financieros, pero no los imposibilita a obtener un préstamo, de los cuales se tiene acceso financiero en un 42% la cual puede ser con aval o por garantía hipotecaria; así mismo manifiestan que la falta de trabajo les ha inclinado a generar negocios con informalidad esto en un 61 %, de donde el 51% cuenta con una antigüedad de 5 años dedicándose a la venta de verduras. Se deduce que, los comerciantes del mercado Moshoqueque continúan trabajando

informalmente, puesto que encuentran vacíos legales que les permite realizan sus actividades comerciales con normalidad.

Gómez (2008), en su ensayo: La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. Realizado en los 3 niveles de educación básica regular, concluyéndose que la Cultura Tributaria debe sustentarse en valores que conlleven a que los comerciantes y micro empresarios futuros tengan un conocimiento como valores para lo cual esta formación debe iniciarse e incluir al sistema educativo conformado los niveles primario y secundario dirigidos por docentes que se encuentre empoderados en cumplir y enseñar a hacer cumplir a los futuros ciudadanos.

Según todo lo expuesto nos manifiestan que la cultura tributaria debe insertarse curricularmente a la educación peruana desde el primer nivel, y lograr que se interiorice y de esta manera se difunda como una práctica concientizada.

Hablar de cultura es abordar las características de cada sociedad o grupo de personas que adoptan distinciones en el ámbito espiritual, material, intelectual u emocional así mismo abarcando el arte, literatura, formas de vivir, las tradiciones y creencias las cuales se mantienen de generación en generación (UNESCO, 2018).

Los tributos, vienen a ser los impuestos económicos que el gobierno demanda a la población tributaria, esto basándose en leyes y normativas estipuladas y ejecutadas por entidad especializadas en el tema. (SUNAT, 2016).

Según Armas & Colmenares (2010, p. 140-141). Cultura tributaria, son las retribuciones voluntarias en el marco de los deberes y obligaciones tributarias que tienen los ciudadanos que cuentan con un negocio, contribuyendo a la recaudación de tributos bajo presión, sean estos por el temor a recibir algún tipo de sanción.

Amasifuen (2015, p. 73) indicó que son suposiciones asumidas por los contribuyentes de una población, determinando sus deberes tributarios a favor o en contra del estado. Esta a su vez está determinada por dos aspectos uno de tipo ideológico y otro legal; el primero determinado por temor a tener un control, estar

obligado y sancionado por el incumplimiento de sus tributos, el segundo hace referencia a que los recursos recaudados se usarán en obras necesarias como un tipo de retribución por servicios públicos.

SAT[Superintendencia de Administración Tributaria](2020) define la cultura tributaria como el comportamiento adoptado ante el cumplimiento de los deberes tributarios teniendo como base el conocimiento, la confianza y la reafirmación de los valores éticos de cada persona respecto a las reglas de juego que el Estado impone. La cultura tributaria es usada como mecanismo recaudador la cual debe ser de forma equitativa y progresiva con la intención de satisfacer las necesidades sociales contribuyendo a estabilizar las políticas y logrando reducir la inflación de la economía del mercado.

García (2017) señala a la cultura tributaria como las posibilidades básicas que adopta la población en relación a lo que se debe hacer y lo que no, en relación al pago de tributos resultando en un mayor o menor incumplimiento de sus deberes tributarios, ya que la recaudación económica es básica para la estabilidad de un país, la cual encierra un conjunto de valores, creencias y actitudes que deben compartir con la sociedad y el gobierno.

(SUNAT, 2018) precisa a la cultura tributaria como el conjunto de valores cívicos que estén orientados a dar un cambio como ciudadanos contribuyentes. Conocimientos sobre las reglas existentes en tributación y por supuesto las ideas con las que cuenta en relación al tema. Posición frente a las normas tributarias emitidas. Conducta adoptada para el cumplimiento de las normas tributarias. Percepciones de la lealtad hacia las normas tributarias por parte de los demás.

Chero (2012) dice que la importancia de que exista personas con una información de cultura tributaria está en que será más fácil su comprensión, relacionado a que toda persona natural o jurídica que cuenta con un negocio de ejercer un tributo al

Estado el cual funciona como administrador de los recursos. En tal sentido no se pagará tributo si no se conoce sobre ello, lo que se llama evasión tributaria.

Entre las dimensiones de la cultura tributaria figuran las siguientes:

Choy (2010) menciona que el cumplimiento tributario voluntario, en la reglamentación actual relacionado a la tributación, se mantiene la intención de lograr que el contribuyente voluntariamente cumpla con sus deberes tributarios. Esto se puede interpretar desde cuatro puntos de vista entre ellos: el antropológico o psicológico relacionándolo a que la voluntad está representada por la facultad del ser humano, como expresión de los actos. El moral, aquí la voluntad se ve afectado con las dificultades de intención y con lo que se requiere para el bien. El teológico, está delimitado por aspectos fundamentales de la realidad o divinidad. Metafísico, generador de todo cambio y obviamente el génesis de las realidades. Como se puede observar los puntos de vista están íntimamente relacionadas al aspecto psicológico.

Instituto de Administración Tributaria y Aduanera (2012) indica que en el ámbito de la administración tributaria, el cumplimiento de las retribuciones económicas o más llamada tributos está íntimamente ligada a la voluntad. Como una estrategia para lograr las recaudaciones fiscales, para lo cual debería expresarse en un marco de voluntad del mismo contribuyente es decir la participación de los contribuyentes y así conocer su voluntades e inquietudes logrando el afianzamiento del marco constitucional, el cual, si estaría bien enfocado contribuiría a una participación y cumplimiento voluntaria de los contribuyentes. Por otro lado, si no fijamos en la informalidad y la relación existe entre el gobierno y los contribuyentes implicaría la sensibilización de actitudes y comportamientos que estarían basados en el empoderamiento de la cultura tributaria. Es importante recalcar que la voluntad y motivaciones que se les haga a los contribuyentes no necesariamente están detalladas en una ley, sino que dependería ya de la administración tributaria de que estrategias usa para sensibilizar al contribuyente.

Armas et, al. (2012) señala que cuando nos referimos a la ética tributaria y moral fiscal, podríamos asumir una sinonimia con moral tributaria. Es así que la moral tributaria se refiere como el nivel de compromiso que tiene los que contribuyen como los que recaudan, siempre siguiendo las reglas de juego presentes en las normativas, todo esto puede sustentarse en tres puntos: (i) la ética como administrador tributario con una actuación eficiente y responsable para la aplicación de sus funciones. (ii) la ética del que realiza la contribución, el cual lo realiza con el pleno conocimiento de que debe cumplir con su deber con su obligación tributaria estipulada en la normativa (iii) la ética en los profesionales tiene un rol esencial teniendo una responsabilidad tanto con la administración y los contribuyentes.

Armas et, al. (2012) al referirse a las actitudes frente al deber de contribuir, indica que designa al comerciante como una persona que tiene justicia, envidia, irritación y en otras ocasiones dar otra imagen, esto permite realizar la clasificación de los comportamientos que el contribuyente emite y que son las siguientes:

Armas et, al. (2012) señala al homo economicus, que, al no reconocer el deber moral, estaría actuando como alguien que piensa solo en su beneficio económico. Es así que el dinero se antepone como algo fundamental en la forma de vivir, teniendo en cuenta que las penas en materia de ingresos le perjudicarán si es descubierto, para lo cual determinará hasta que nivel dice la verdad para no correr riesgo, porque tiene muy presente que el estado requiere de él, como él del estado, pero rehúye y prefiere que los demás paguen, sabiendo que el secreto fiscal impide que sepan su actuar.

Armas et, al. (2012) percibe al Chalanero, llamado también partidario, el que tiene bien claro que solo no puede realizar obras públicas y necesariamente requiere del apoyo del estado en su diferentes niveles ya sea nacional, regional y local, determinando; dándose cuenta que a la vez que requiere del estado este es un mal administrador obligando al contribuyente a no seguir las reglas, llegando a considerar que las contribuciones que se realiza serían justas si existiera una

contraprestación, la cual se da generalmente con grandes contribuyentes. (Schneider, 1997). Esto conlleva a que se considere al gobierno como inmoral en materia de recaudación tributaria por la existencia de desigualdades, considerando que se debe pagar menos de los impuestos estipulados.

Armas et, al. (2012) concibe al malhumorado, como aquel quien está encaminado con un norte y es aquí donde muchos están malhumorados, conllevando a desconocer al estado, considerando que se debe pagar lo menos posible y así lograr que la políticas que seguía se derribe, obviamente esto se refiere a algunas políticas en materia de recaudación y excesivos gastos que se realizan en beneficio de personan asociales, reflejándose en la explotación a costa de otros conllevando a adoptar una posición de no ser contribuyente, para ejemplo se tienen los extranjeros quienes en muchas oportunidades falsean sus declaraciones tributarias, reflejando la falta de ciudadanía con sus deberes.

Armas et, al. (2012) describe al liberal como aquel que piensa que las recaudaciones fiscales son limitantes de la libertad. Comparando como lo que hace otros países a favor de sus contribuyentes, de que una vez al año los contribuyentes sean los mismos recaudadores para ellos mismos, esto se da en América del Norte y en Europa. Lo que caracteriza a los liberales es que las recaudaciones son un sacrificio y recibir nada a cambio más bien estarían arriesgándose a ser juzgados con arbitrariedades, podemos apoyar a este grupo de liberalismo fiscal ya puede tener razón en algunos puntos, pero también puede ser por la inconciencia social, conllevando a no realizar las contribuciones y más bien optar por el camino legalista.

Armas et, al. (2012) considera al usor legalista, como a los que se aprovechan de las lagunas y pasajes existentes en las leyes permitiendo beneficiarse con la retribución mínima, obviamente esto con la contribución profesional de los que gestiona el cumplimiento de las obligaciones tributarias, como empresario buscarán llegar a la neutralidad competitiva, como lo declarado por una asesor fiscal: que el estado estará mejor si nosotros como asesores fiscales realizamos

un balance en todas las declaraciones que realiza el contribuyente realizando la reducción de la tributación inmediata. Por lo que se debe de agotar todas las posibilidades legales; considerando la valoración del pasivo y activo a los comerciantes competentes ya que las indicaciones legales solo señalan a la administración y nada o casi nada al comerciante y al empresario.

Armas et, al. (2012) señala que el inexperto debido a la inexperiencia hace que se desconozca los reglamentos fiscales conllevando a actuar a ciegas, sin saber por qué declara o porque lo hace, ni el jurista capacitado a medias podría comprender realmente estas leyes, conllevándolos a recaer la carga en una de las partes, si tener en cuenta la presencia de preceptos que podrían inclinar la balanza de un enjuiciamiento vigente, sin embargo las estadísticas no muestran contribuyentes que hayan presentado declaraciones en base a su ignorancia, reflejando desinterés por parte del estado. Así se estipula que la ordenanza tributaria 123, no es impositiva en materia de que se debe de acudir a los profesionales expeditos en la materia. En cierta manera el modelo de declaración obliga a indicar el que ha colaborado a formularla, pregunta que específicamente se refiere a evitar la colaboración de manera retribuida, pero para el inexperto contribuyente posiblemente no ha entendido a lo que se refiere la declaración, por consiguiente, la ordenanza tributaria asume el entendimiento de los derechos contributivos. Ante el incumplimiento de las personas que viven el día a día estas estarían exentas de imputación de culpa por el solo hecho de estado de inocencia tributaria, sin embargo, se le considera culpable por no buscar el debido asesoramiento e información, concluyendo que es imposible encontrar ciudadanos que carezcan totalmente del conocimiento tributario.

Armas et, al. (2012) refiere que el sensible ante la justicia, considera que las leyes no se aplican equitativamente o de forma igualitaria, las obligaciones tributarias son un insulto para su conocimiento tributario, conllevando a lograr la desaparición de todos los favores fiscales existentes, teniendo en cuenta las obligaciones transitorias reduciendo las cargas tributarias, argumentado las confusas reglas de

juego que conllevan a confusiones tributarias. Los partidarios sensibles argumentan si hay leyes que se incumplen ya sea por la deficiente regulación estaría perdiendo su derecho a usar, por ende, incitaría a que los demás incumplan legitimando las desigualdades existentes. Para lo cual debe desaparecer las brechas existentes en aspectos sociales conllevando a acercar a la sociedad mediante la interculturalidad, de igual manera hoy en día el contar con trabajos no asegura una estabilidad ni el ascenso para lo cual es imprescindible el aseguramiento y protección ante la propagación discriminatoria de las vulnerabilidades a la que nos exponemos.

SUNAT (2017) La tributación en el Perú persigue el estándar internacional y está compuesta por la política tributaria, la administración tributaria y el sistema tributario que se corresponden con el estado peruano. La SUNAT clasifica los tributos en:

SUNAT (2017) señala que el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), está enfocado específicamente a esos negociantes o comerciantes que realizan ventas y llega al consumidor final, además a este grupo se les cataloga como personas naturales, acogiendo los trabajadores con que desarrollan un oficio. Esta norma jurídica permite la emisión de comprobantes de venta y/o en su efecto tickets sirviendo como comprobante de pago. En esta norma jurídica que generalmente es usado por los pequeños comerciantes y productores o conocido como nuevo RUS la emisión de facturas está prohibido ya que se tiene un pago mensual calculado de acuerdo a sus ingresos y ventas las cuales pueden ser calculadas mensualmente o en base al año según sea el caso.

SUNAT (2017) precisa que, entre los sujetos comprendidos, podemos encontrar a los negociantes cuyos consumidores son los finales, por ejemplo, los negocios de los mercados como: zapatería, bazares es decir los pequeños comerciantes. Así mismo los profesionales que tengan renta de cuarta categoría ya sea por actividades de oficio. Dentro de los sujetos que no se encuentran dentro del régimen se tiene a las personas naturales o sucesiones indivisas que:

Por la característica del negocio:	Anualmente sus ventas supera los S/. 96 000.00, en otros casos pueden superar el límite permitido en las categorías más altas que ofrece este régimen.
	Cuando sus movimientos económicos la realicen en más de una unidad de explotación la cual puede ser propiedad suya u otras formas de posesión.
	Cuando los activos fijos afecten su valor a excepción de los predios y vehículos, supere los S/. 70,000.00
	Anualmente se produzca un exceso de compras afines con el giro del negocio mayor a S/. 96 000.00 o cuando durante el mes las adquisiciones sobrepasen el límite permitido para la categoría más alta de este Régimen.

SUNAT (2017) indica que el acogimiento al presente régimen se efectuará de acuerdo a lo siguiente: (i) Cuando las actividades de los contribuyentes se inician en el transcurso del ejercicio. Entonces el contribuyente tendrá la libertad de acogerse únicamente cuando realice su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, (ii) si son contribuyentes que provengan del Régimen General, del Régimen Especial o Régimen Mype Tributario: solo se podrá realizar un cambio con la declaraciones y contribuciones correspondientes al primer mes del año. Agregado a esto para que su afiliación al Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) esté validado deberá realizarse hasta el último día del año anterior al que desea acogerse, realizando la baja de los comprobantes de pago en formato físico, con la intención de que el crédito fiscal este sustentado, como también los costos y pagos de las compras realizadas.

SUNAT (2017) refiere que para determinar qué categoría te corresponde en el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) de acuerdo a su nivel de ingresos y ventas mensuales, se clasifican según dos categorías: (i) categoría 1: cuando el límite de ingresos de la empresa no supere S/ 5.000 mensuales. En este caso pagan S/20 mensuales a la SUNAT. (ii) categoría 2: cuando los ingresos y compras de la persona natural con negocio no superan S/ 8.000 mensuales, pagan una cuota mensual de S/50 a la SUNAT.

SUNAT (2017) señala respecto a los comprobantes de pago, en este caso solo se entrega boletas de venta y tickets donde su efecto tributario es nulo, conllevando a no sustentar gastos ni costos, sin derecho a crédito fiscal ya que el impuesto general a las ventas(IGV), no se paga. El comerciante no está obligado a emitir comprobantes por ventas menores a S/5, salvo que el cliente lo demande. Se puede emitir una boleta de venta por todas las ventas menores a S/5 realizadas en el día.

SUNAT (2017) precisa que se debe realizar un pago único mensual a la SUNAT, los negocios no están obligados a llevar libros y registros contables, salvo planilla de trabajadores, como también las declaraciones mensuales y anuales. Perceptiblemente, que la no emisión de comprobantes de pago ya sea esta factura, boleta u otros no se podrá realizar transacciones con quienes desean sustentar sus pagos.

Paredes (2012) expresa que las empresas, trabajadores y las diferentes actividades que no cumplen con lo estipulado por la ley serían los informales, ya que se encuentran rehuendo de las obligaciones tributarias conllevando a no recibir protección y ayuda por parte del estado, mostrando rebeldía frente a la informalidad.

Carrasco (2010) indica que la presencia de una estrecha relación entre la pobreza y la informalidad ocasionados por los sectores económicos. Traducidos

en pobreza económica y exclusión social situaciones que permiten la supervivencia frente a diferentes cambios que la sociedad peruana presenta.

Bravo (2006) refiere que de igual manera los pasos agigantados a los que avanza la informalidad, permiten recordar a Hernando de Soto, quien nos dice; cuando el derecho se impone a las reglas que están excediendo las normativas vigentes, no son del agrado del contribuyente por lo que no cumple con ellas, sintiéndose a hacer uso de herramientas no reglamentados.

Camargo (2012, p.49) expresa que las actividades económicas que se realizan de forma licita pero que sus ingresos y egresos no son contabilizados, debido a que estos no figuran en el registro formal ya que estarían eludiendo los controles y filtros propuestos por el estado; Camargo menciona como formas de informalidad a: evasión fiscal, contrabando, fuga de capitales, mercados negros entre otros, catalogándose esto por algunos como informalidad.

Effio (2008) señala que la Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, menciona que hasta la actualidad la definición de economía formal e informal, ingreso formal, actividad formal, empleado formal e informal es una controversia continua ya que el término informalidad se asocia con pobreza, empleo de mala calidad. Moser (1978); OIT (2002); y con ilegalidad (De Soto 1989). Otro de los casos que se pueden presentar son cuando una empresa produce bienes reconocidos como lícitos pero que la contratación no sigue lo estipulado en la normativa, asociado a que los trabajadores reciban ingresos extras que no figuran en sus declaraciones. Así mismo, según Lagos (1995), en la década de los 80 los latinos consideraban la informalidad e ilegalidad como sinónimos. En ese sentido el termino informalidad estaba referido a actividades que estaban al margen de las regulaciones económicas impuestas por el estado, considerando como causal a las trabas que se encontraban en la ley, en la regulación impuesta y el sistema tributario.

La Organización Internacional del Trabajo (2018) conceptualiza a la informalidad como una agrupación de unidades económicas dedicándose a la generación de servicios o bienes según el caso con el objetivos de dar ingresos y empleos a las personas insertas en estas actividades de pequeña escala e incluso con un nivel de organización bajo, con desconocimiento entre el capital y trabajo como instrumentos de producción, relaciones laborales caracterizadas por la ocasión y predominado la vinculación familiar y personales antes que los contratos formales.

Ministerio del Trabajo (2014) para ejercer sus funciones toma en cuenta los aportes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y las adapta a las necesidades encontradas en el país, definiendo al gremio informal como el conjunto de trabajadores que se desempeñan en microempresas (2-10 empleados), los independientes no calificados, los empleados familiares no remunerados y los que laboran en el hogar, encontrando trabajadores sin derecho a tener una protección social.

Aguilar (2008) al referirse a la informalidad laboral versus precariedad en el ámbito moderno, indicando que el modelo económico que se viene usando son flexibles permitiendo a las empresas prorratear las tarifas laborales; conllevando al surgimiento de empleos precarios y sin derechos laborales, definiéndose a la precariedad como la desigualdad de los empleos en relación a los formales, caracterizándose por 4 dimensiones: (i) Inestabilidad en la continuidad laboral, (ii) trabajos inseguros ya que no son controlados por los entes correspondientes, (iii) un alto grado de desprotección laboral y discriminación social conllevando al desempleo, (iv) ingresos bajos o muy bajos a causa de la mala remuneración.

Aguilar (2008) indica que a pesar de que se pueda definir la informalidad de manera sencilla la estimación de su tamaño no resulta fácil. Ya que es una actividad que se mantiene al margen de los marcos legales establecidos por el Estado, describiéndose mejor como una variable que está permanente no

visualizada o expresada de otra manera una variable para la que no existe una forma de medir o cuantificar de manera precisa a través de su 4 indicadores; 2 de estos se refieren a las actividades informales en general desarrollada en ciertos países y los restantes a lo informal en particular, obviamente cada indicador tiene limitaciones conceptuales y estadísticas de lo informal, pero en conjunto admite un acercamiento sólido al tema.

Aguilar (2008) expresa por otra parte que los indicadores referidos a actividades informales se refieren al índice de Schneider sobre la economía subterránea y el índice de libertad económica elaborado por The Heritage Foundation. Por su parte Schneider hace una combinación de los modelos de múltiples indicadores y causas o llamado también DYMIMIC por sus siglas en inglés; el método del insumo físico (electricidad) y el exceso de dinero demandante para las estimaciones de producción que no se declaran ante las autoridades tributarias y reguladoras. The Heritage Foundation en su índice de libertad económica está básicamente inclinada por conocimientos subjetivos del grado de cumplimiento de las leyes en cada país, destacando la función que desempeña la corrupción; los aspectos que se centran en la informalidad son el porcentaje de autoempleo como una proporción del total y otro indicar es la cobertura deficiente del sistema de pensiones que esta da por el porcentaje de trabajadores que no realiza aportaciones al sistema de pensiones de jubilación y esto lo acredita en su informe el Banco Central de Reserva del Perú.

En cuanto a los factores que determinan la informalidad, Huamaní (2013), refiere que los causantes que contribuyen a que los comerciantes, o pequeños empresarios sean informales es decir a negarse a pagar sus tributos según el régimen tributario, donde los especialistas señalan que no hay un consenso, para la cual se consideran las siguientes:

Huamaní (2013) considera que la falta de información, deficiente o nula información que los pequeños empresarios tienen y que le permita formalizarse, teniendo como información faltante lo siguientes puntos: desconoce la ley de

constitución de las diversas modalidades de empresas y de la ley MYPE, no conoce los requerimientos y procedimientos necesarios para formalizarse, desconoce los incentivos y facilidades para la formalización, supone que los trámites demandarán de tiempos y costos innecesarios, los beneficios que se logran cuando se es formal son desconocidos.

La SUNAT emite un cierto temor al empresario ya que reducirá sus ingresos. Esto se debería a: la falta de sensibilización por parte del gobierno central, los que inician un negocio que grado de estudios poseen, desgano por obtener información ya que su único interés son las ganancias, intencionalidad de no formalizarse y por ende eludir los derechos tributarios.

Huamaní (2013) señala que los trámites burocráticos, hoy en la actualidad para todos los negocios de los pequeños empresarios o comerciantes deben seguir una serie de pasos para contar con un documento que avala que su negocio o actividad comercial es válida y este pueda realizar su proceso comercial con total libertad. Pero se debe tener en cuenta que estas autorizaciones involucran una serie de pasos burocráticos que, en vez de facilitar la obtención, conllevan a una confusión.

Agregar a esto, que no solamente se debe a procesos burocráticos documentales, sino que se le agrega el gasto económico desembolsado por el micro o pequeño comerciante, sumándole el tiempo perdido, por ello, el cumplimiento de sus contribuciones es visto como costo directo.

Al respecto el Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa 2005-2009, menciona que al iniciar un negocio este requiere que este en un clima estable y que tenga apoyo normativo, ya que todos los procesos administrativos que se generan al iniciar un negocio son considerados trabas burocráticas que conllevando a tener consecuencias negativas en relación a su inversión inclinando a recurrir a estancias por exprés, que para el Banco Mundial, una

menor regulación frente a las barreras administrativas y burocráticas conllevarían a una fortaleza económica. Concluyendo que en Latinoamérica las trabas administrativas son mayores en relación a otros países conllevando a la informalidad y desinterés en la inversión. Por su parte el informe hecho por Foreign Investment Advisory Service (FIAS), ratifica al Perú como los sistemas más burocráticos para la formalización. En este sentido se detallan algunas causantes que inclinan a no formalizarse: la inversión de tiempo y el dinero no tienen una retribución a corto y mediano plazo, los tramites confusos y molestos llevan tiempo y gastos por los procedimientos burocráticos considerado elevados por el empresario, desperdicio no justificado de recursos que afectan al empresario, cuando el negocio tiene un tiempo corto de duración, los trámites burocráticos o son necesarios en tal sentido los requisitos exigidos no se cumplen.

Huamaní (2013) señala lo que significa el temor a perder los pocos ingresos, para los comerciantes y pequeños empresarios las ventas de cada día o según el caso mensual o anual son los sueldos y ganancias que se espera recibir, por lo que el comerciante ve en la formalidad: temor al no realizar adecuadamente una formalización y que a la larga conlleve a consecuencias negativas en lugar de traer ingresos adicionales, temor a ser evaluado para ver si cumple con la normativa tributaria, el tamaño del negocio en muchos casos es insuficiente para cubrir las necesidades del dueño y su familia adicional a esto si el negocio cuenta con personal adicional no logra cubrir todas las necesidades básicas, lo que el comerciante prefiere permanecer y optar por la no formalización.

Huamaní (2013) respecto sobre el bajo nivel de inversión, señala que todo negocio tiene un capital o en otras palabras alguien ha colocado dinero para su funcionamiento y productividad. Concepto al que debemos de adicionar inversión intangible, como es el tiempo que se va a dedicar a la empresa. Se puede asumir que sus causantes son: el dinero que se invierte no es suficiente, y no abastece en las compras totales para el negocio y como resultado

imposible gastar en trámites de formalización. Debido a la falta o inexistencia de capital y nula capacidad de obtener un crédito, los pequeños comerciantes inician con maquinaria propia o de segunda mano sin ningún tipo de programación para sus mantenimientos, conllevando a niveles de venta nulos o bajos por el equipo deficiente para realizar el trabajo con eficiencia; imposibilitando a formalizarse.

Carrasco (2007) señala que entre las consecuencias negativas de la informalidad, están comprendidos los negociantes que eluden a la justicia evadiendo sus impuestos y otros gastos por la burocracia que presenta cada institución, tarde o temprano la justicia les hará cumplir sus obligaciones tal como: dentro de la informalidad se debe invertir tiempo y dinero para no ser descubierto y sancionados, por lo que el esfuerzo, dinero y tiempo empleado en mantenerse en la informalidad podría usarse en el proceso de formalización. El mantenerse oculto o en la clandestinidad tiene la desventaja de reducir los espacios de trabajo por ende menor generación de utilidades, pero si mayores costos en los insumos. Una empresa o micro empresa informal refleja desconfianza por parte de las entidades financieras conllevando a no tener créditos a largo plazo más bien generando una sub capitalización de la empresa. Los canales publicitarios quienes tienen la misión de generar mayor acogida de clientes y hagan uso o consuman sus productos no sabrán que existen porque prefiere mantenerse al margen y los clientes se tomarán más tiempo si desean contratar con ellos. La contratación con el estado exige la formalidad empresarial, limitando su contratación. Como también se verá reducido al mercado local, limitándose al mercado internacional a pesar de contar con la capacidad y calidad de sus productos.

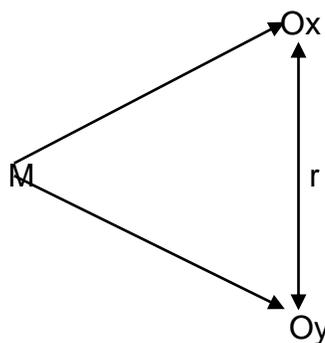
III. METODOLOGÍA:

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo: Básica ya que está inclinada a generar un conocimiento completo la cual se logrará con el entendimiento de los aspectos fundamentales que se observen o las relaciones que se logren establecer (CONCYTEC, 2018). Por la finalidad se trata de una investigación de tipo cuantitativa descriptivo - correlacional, por que busca determinar, explicar y establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña, ciudad de Chota, para que en el futuro se tomen las decisiones pertinentes y se disminuya la informalidad. (Hernández, 2014).

Diseño: No experimental

Según Hernández (2014), La manipulación de las variables está limitándose solo a la observación de los fenómenos tal y como se dan en su ambiente. De corte transversal, es sin duda que la información será recolectada en un solo momento y tiempo. Correlacional, porque describen relaciones entre 2 o más variables en un momento determinado.



Dónde:

M = Representa la muestra

Ox = Refiere las observaciones de la variable independiente

Oy = Refiere las observaciones de la variable dependiente

r = La posible relación entre las variables

3.2 Variables y operacionalización

- **Definición conceptual**

Variable cultura tributaria

Armas y Colmenares (2009, p. 148), La asociación de valores, conocimientos y actitudes que se comparten entre la sociedad relacionado a los tributos y las leyes por las que están regidas, en donde el empresario muestra su conducta y valores éticos frente al cumplimiento y responsabilidad con la contribución.

Variable informalidad

Actividades desarrolladas por empresarios o los que trabajan para ellos generando ingresos económicos y que no se encuentran contemplados por el sistema formal, es decir que sus actividades están al margen de las normativas o se desarrollan dentro del ámbito de la ley, pero no se cumple ya sea por el comerciante o por el estado (Gómez, 2013)

- **Definición operacional**

Variable cultura tributaria. La cultura tributaria se operacionalizó en base a 3 dimensiones; cumplimiento voluntario, moral tributaria y actitudes frente al deber de contribuir.

Variable informalidad. La informalidad se operacionalizó en base a 4 dimensiones de la cultura tributaria; falta de información, trámites burocráticos, temor de perder los pocos ingresos y nivel de inversión.

- **Indicadores:**

- **Cultura tributaria**

- Pago de impuestos de acuerdo a compras y ventas
 - Pago de impuesto como responsabilidad
 - Desconfianza hacia los funcionarios
 - Infracción de la ley
 - Impuestos para obras públicas y servicios
 - Cobro de impuestos.
 - Mejorar los servicios públicos
 - Leyes tributarias
 - Tributos altos no acordes a la realidad.
 - Deficiente gestión del Estado.

- **Informalidad**

- Inscripción en la SUNAT.
 - Conocimiento de inscripción.
 - Beneficios al pagar impuestos.
 - Tiempo de funcionamiento del negocio.
 - Trámites tediosos.
 - Disminución de ingresos por pago de impuestos.
 - Temor a la fiscalización.
 - Negocio con pequeño capital.
 - Impuestos para medianos y grandes negocios.

- **Escala de medición: Nominal**

3.3 Población, muestra y muestreo, unidad de análisis

Población

La población considerada en la investigación se compuso por todos los comerciantes informales del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota que son 73.

- **Criterios de inclusión:** Comerciantes que acepten participar sin ser obligados o condicionados
 - Comerciantes que trabajan a la actualidad en el mercado mayorista Julio Vásquez Acuña.
- **Criterios de exclusión:**
 - Comerciantes que no desean ser partícipes de la investigación.

Muestra

La muestra para la investigación estuvo conformada por 61 comerciantes.

Se calculó la muestra utilizando el programa Decision Analyst STATS™2.0

Tamaño del universo	73
Error máximo aceptable	5%
Porcentaje estimado de la muestra	50%
Nivel deseado de confianza	95%
Tamaño de la muestra (STATS)	61

Muestreo

Se realizó utilizando el tipo de muestreo probabilístico el cual consistió en aplicar una formula estadística: “Decision Analyst STATS™2.0”, que contó con los siguientes valores:

Tamaño del universo: 73

Error máximo aceptable: 5%

Porcentaje estimado de la muestra: 50%

Nivel deseado de confianza: 95%

Tamaño de la muestra: 61 (número de comerciantes que necesitamos para tener representadas a las 73 del mercado, con 95% de confianza y 5% de error máximo).

Unidad de análisis

Las unidades de análisis estuvieron constituidas por cada uno de los comerciantes del mercado mayorista Julio Vásquez Acuña.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que se aplicaron en la presente investigación para la recolección de datos fue un cuestionario mediante la encuesta que se aplicó a los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, para recoger información sobre la cultura tributaria y la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Instrumentos de recolección de datos

Se utilizaron como instrumentos de recolección de datos un cuestionario.

El cuestionario denominado, cuestionario sobre la cultura tributaria, consta de 10 preguntas cerradas de varias opciones de respuesta; agrupadas en 3 dimensiones: El cumplimiento voluntario, la moral tributaria, actitudes frente al deber de contribuir. El cuestionario es elaborado por las investigadoras y validado por juicio de expertos.

En cuanto al cuestionario denominado, cuestionario sobre la informalidad, consta de 9 preguntas cerradas de varias opciones de respuesta; agrupadas en 4 dimensiones: Falta de información, trámites burocráticos, temor de perder los pocos ingresos, nivel de inversión. El cuestionario fue elaborado por las investigadoras y validado por juicio de expertos.

3.5 Procedimientos para la recolección de los datos.

Para la obtención de los datos de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña se aplicó dos encuestas, una referente a la cultura tributaria que consta de 10 preguntas y la otra encuesta referente a la Informalidad que consta de 9 preguntas.

- Para el primer objetivo: Determinar el nivel de la cultura tributaria que tienen los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, se utilizó como instrumento un cuestionario para la recolección de datos de los 61 comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota a través de una entrevista. Los resultados del cuestionario se sometieron al análisis de la estadística descriptiva inferencial.
- Para el segundo objetivo: Identificar la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, se utilizó como instrumento un cuestionario para la recolección de datos de los 61

comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota a través de una entrevista. Los resultados del cuestionario se sometieron al análisis de la estadística inferencial.

3.6 Método de análisis de datos

Procesamiento de datos

Culminada la aplicación del cuestionario y recojo de la información necesaria, se procedió a codificar manualmente las variables presentes en el instrumento y así facilitar su ingreso en la matriz de datos, luego se ingresó la información recolectada para su procesamiento; para tales efectos se utilizó el paquete estadístico SPSS Versión 26.0 y la hoja electrónica de cálculo Microsoft Excel 2016.

Análisis de los datos

La información recolectada fue analizada con estadística inferencial destacando la frecuencia absoluta y relativa; con un intervalo de confianza del 95%. Se realizó un análisis cuantitativo considerando los porcentajes más altos obtenidos en las variables en estudio.

- Para el tercer objetivo: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad en los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, los resultados recolectados de la muestra de estudio se sometieron al procesamiento estadístico del chi cuadrado de Pearson del software estadístico SPSS versión 26.

- **Prueba de hipótesis.**

Para la determinación de la relación de las variables se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson (Pérez, 2008, p. 183)

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Para estudiar la asociación entre las variables de respuesta cuantitativa, permitiéndonos medir el grado de asociación entre las dos variables tomando valores entre -1 y 1.

3.7 Aspectos éticos

En la investigación se están considerando los siguientes principios éticos quienes validan la investigación:

Principio de Beneficencia: Es el deber ético de hacer posible los beneficios y atenuar los riesgos. La investigación realizada beneficiará a la población que viene realizando comercio; ya que, aportará el conocimiento sobre la cultura tributaria y su relación con la informalidad, de tal manera que en base a los resultados obtenidos se puedan tomar acciones de mejora.

IV. RESULTADOS

1.1. Descripción de resultados

Objetivo específico 1

- ✓ Determinar la cultura tributaria que tienen los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Para establecer la cultura tributaria que tienen los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña, los resultados del cuestionario se sometieron al análisis de los estadísticos descriptivos tal como se presenta en las siguientes tablas.

TABLA N° 01

CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

Nº	ÍTEMS	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Sabe usted que todos los negocios deberían pagar impuestos de acuerdo a sus compras y ventas?	6	10	32	52	23	38	61	100
2	¿Usted considera que el pago de impuestos debe hacerse por responsabilidad propia y no por obligación del estado?	30	49	15	25	16	26	61	100
3	¿Usted considera que la actitud del ciudadano de no cumplir con el pago de impuestos es por desconfianza hacia los funcionarios que administran los impuestos?	10	16	4	7	47	77	61	100
TOTAL		46	25	51	28	86	47	183	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos tabla N° 01 indican que en la dimensión cumplimiento voluntario en el ítem 1: 6 (10%) de los encuestados indican que si saben que todos los negocios deberían pagar impuestos, 32 (52%) no y 23

(38%) no sabe / no opina; en el ítem 2: 30 (49%) si considera que el pago de impuestos debe hacerse por responsabilidad propia y no por obligación del estado, 15 (25%) no y 16 (26%) no sabe / no opina; en el ítem 3: 10 (16%) considera que la, actitud del ciudadano de no cumplir con el pago de impuestos es por desconfianza hacia los funcionarios que administran los impuestos, 4 (7%) no y 47 (77%) no sabe / no opina; teniendo en cuenta el total de las respuestas de los ítems 46 (25%) si cumple con las acciones establecidas en cada ítem, 51 (28%) no y 86 (47%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota desconocen el cumplimiento voluntario del pago de tributos.

TABLA N° 02

MORAL TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Considera usted, que cuando sus ganancias son pocas está bien pasarse sobre la Ley no pagando los impuestos?	19	31	19	31	23	38	61	100
2	Usted cree que: "El impuesto es el dinero que se entrega al estado para que este ejecute obras públicas y brinde servicios a la población"	16	26	6	10	39	64	61	100
3	¿Está usted de acuerdo con el cobro de impuestos en el Perú?	20	33	18	30	23	38	61	100
4	¿Considera usted que los servicios de educación y salud mejoran producto del pago de nuestros impuestos?	14	23	38	62	9	15	61	100
5	¿Considera usted que las leyes tributarias que permiten que las grandes empresas paguen más tributos que los medianos y pequeños negocios?	20	33	29	48	12	20	61	100
TOTAL		89	29	110	36	106	35	305	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 02 indican que en la dimensión moral tributaria en el ítem 1: 19 (31%) de los encuestados indican que si está bien pasarse sobre la ley no pagando los impuestos, 19 (31%) no y 23 (38%) no sabe / no opina; en el ítem 2: 16 (26%) si cree que: "El impuesto es el dinero que se entrega al estado para que este ejecute obras públicas y brinde servicios a la población, 6 (10%) no y 39 (64%) no sabe / no opina; en el ítem 3: 20 (33%) si está de acuerdo con el cobro de impuestos en el Perú , 18 (30%) no y 23 (38%) no sabe / no opina; en el ítem 4: 14 (23%) si consideran que los servicios de educación y salud mejoran producto del pago de nuestros impuestos, 38 (62%) no y 15 (61%) sí; en el ítem 5: 20 (33%) Consideran que las leyes tributarias permiten que las grandes empresas paguen más tributos que los medianos y pequeños negocios, 29 (48%) no y 20 (61%) no sabe / no opina; teniendo en cuenta el total de las respuestas de los ítems 89 (29%) si cumple con las acciones establecidas en cada ítem, 110 (36%) no y 106 (35%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no tienen bien definida su moral tributaria.

TABLA N° 03

ACTITUDES FRENTE AL DEBER DE CONTRIBUIR DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Usted considera que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país?	21	34	0	0	40	66	61	100
2	¿Usted cree que el estado es un derrochador de dinero y que no cumple con realizar obras públicas con los impuestos recaudados?	4	7	1	2	56	92	61	100
TOTAL		25	20	1	1	96	79	122	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 03 indican que en la dimensión actitudes frente al deber de contribuir en el ítem 1: 21 (34%) de los encuestados consideran que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país y 40 (66%) no sabe / no opina; en el ítem 2: 4 (7%) si creen que el estado es un derrochador de dinero y que no cumple con realizar obras públicas con los impuestos recaudados, 1 (2%) no y 56 (92%) no sabe / no opina; teniendo en cuenta el total de las respuestas de los ítems 25 (20%) si cumple con las acciones establecidas en cada ítem, 1 (1%) no y 96 (79%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no sabe ni opina sobre el deber de contribuir con los impuestos del estado.

TABLA N° 04

CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

NIVEL	CULTURA TRIBUTARIA	
	fi	%
BAJA (0 - 10)	19	31
MEDIA (11 -15)	33	54
ALTA (16 - 20)	9	15
TOTAL	61	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 04 indican que 19 (31%) de los encuestados presentan una cultura tributaria baja, 33 (54%) cultura tributaria media y 9 (15%) alta cultura tributaria. Los resultados muestran que los

negociantes en su mayoría tienen una cultura tributaria media, lo cual implica que desconocen sus obligaciones tributarias.

Objetivo N° 02

- ✓ Identificar la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Para identificar la informalidad de los negociantes del mercado Julio Vásquez Acuña, los resultados del cuestionario se sometieron a un análisis estadístico descriptivo tal como se presenta en las siguientes tablas.

TABLA N° 05

FALTA DE INFORMACIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEM	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Su negocio se encuentra inscrito en la SUNAT?	0	0	61	100	0	0	61	100
2	Sabe usted. Como inscribir su negocio en la SUNAT	0	0	61	100	0	0	61	100
3	Conoce Ud. Los beneficios que tendría al pagar sus impuestos	0	0	54	89	7	11	61	100
TOTAL		0	0	176	96	7	4	183	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 05 indican que en la dimensión falta de información en el ítem 1: los 61 (100%) de los encuestados consideran que su negocio no se encuentra inscrito en la SUNAT; en el ítem 2: los 61 (100%) no saben cómo inscribir su negocio en la SUNAT ; en el ítem 3: 54 (89%) no conocen los beneficios que tendría al pagar sus impuestos y 7 (11%) no sabe / no opina; teniendo en cuenta el total de las respuestas de

los ítems 176 (96%) de los encuestados no cumple con las acciones establecidas en cada ítem y 7 (4%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no tienen información sobre el pago de impuestos y sus negocios son informales.

TABLA N° 06

TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE SU NEGOCIO DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	De 0 a 2 años		De 2 a 5 años		De 5 a 10 años		De 10 a más		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
		1	¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio?	3	5	20	33	23	38	15	25
TOTAL		3	5	20	33	23	38	15	25	61	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ **Análisis**

Los resultados establecidos en la tabla N° 06 indican que en la dimensión falta de información en el ítem 4: los 3 (5%) de los encuestados consideran que su negocio tiene de 0 a 2 años; 20 (33%) de 2 a 5 años, 23 (38%) de 5 a 10 años y 15 (25%) de 10 a más años; teniendo en cuenta los resultados, se demuestra que la mayoría de negocios de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, tienen entre 5 y 10 años de funcionamiento.

TABLA N° 07

TRÁMITES BUROCRÁTICOS HECHOS POR LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	Usted considera que el trámite para inscribir su negocio le demorará tiempo y gasto	14	23	11	18	36	59	61	100
TOTAL									

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ **Análisis**

Los resultados establecidos en la tabla N° 07 indican que en la dimensión trámites burocráticos 14 (23%) de los encuestados consideran que el trámite para inscribir su negocio le demorará tiempo y gasto, 11 (18%) no y 36 (59%) no sabe / no opina, los resultados demuestran que la mayoría de negocios de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no tramitan la inscripción de su negocio por el excesivo tiempo y el gasto que origina la instalación de un negocio formal.

TABLA N° 08

TEMOR DE PERDER LOS POCOS INGRESOS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	SI		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Usted considera que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país?	7	11	3	5	51	84	61	100
2	¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, por temor a ser fiscalizado y le atribuyan multas?	9	15	36	59	16	26	61	100
TOTAL		16	13	39	32	67	55	122	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 08 indican que en la dimensión temor de perder los pocos ingresos en el ítem 1: 7 (11%) de los encuestados consideran que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país, 3 (5%) no y 51 (84%) no sabe / no opina; en el ítem 2: 9 (15%) si consideran que no inscriben su negocio en la SUNAT, por temor a ser fiscalizado y le atribuyan multas, 36 (59%) no y 16 (26%) no sabe no opina; teniendo en cuenta el total de respuestas se tiene que 16 (13%) si cumplen con las acciones establecidas en cada ítem, 39 (32%) no y 67 (55%) no sabe / no opina, los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no saben ni opinan sobre el temor de perder los pocos ingresos que generan sus negocios.

TABLA N° 09

NIVEL DE INVERSIÓN DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

N°	ÍTEMS	SÍ		NO		NO SABE / NO OPINA		TOTAL	
		fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1	¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, por que cuenta con un pequeño capital?	1	2	1	2	59	97	61	100
2	¿Cree usted que el pago de impuestos es solo para medianos y grandes negocios?	1	2	15	25	45	74	61	100
3	¿Sus inversiones están protegidas por una empresa aseguradora	19	31	23	38	19	31	61	100
TOTAL		21	11	39	21	123	67	183	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 09 indican que en la dimensión nivel de inversión en el ítem 1: 1 (2%) de los encuestados si indican que no inscriben su negocio en la SUNAT, por que cuenta con un pequeño capital, 1 (2%) no y 59 (97%) no sabe / no opina; en el ítem 2: 1 (2%) si creen que el pago de impuestos es solo para medianos y grandes negocios, 15 (25%) no y 45 (74%) no sabe no opina; en el ítem 3: 19 (31%) de los encuestados indican que si están protegidas sus inversiones por una empresa aseguradora, 23 (38%) no y 19 (31%) no sabe / no opina; teniendo en cuenta el total de respuestas se tiene que 21 (11%) si cumplen con las acciones establecidas en cada ítem, 39 (21%) no y 123 (67%) no sabe / no opina, los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no saben ni opinan sobre el nivel de inversión que generan sus negocios al ser inscritos en la SUNAT.

TABLA N° 10

NIVEL DE INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA DE LA CIUDAD DE CHOTA.

NIVEL	NIVEL DE INFORMALIDAD	
	fi	%
BAJA (0 - 10)	4	7
MEDIA (11 -15)	54	88
ALTA (16 - 20)	3	5
TOTAL	61	100

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ Análisis

Los resultados establecidos en la tabla N° 10 indican que 4 (7%) de los encuestados presentan un nivel de informalidad baja, 54 (89%) informalidad media y 3 (5%) informalidad alta. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota,

tienen un nivel de informalidad media, lo cual implica que desconocen sus obligaciones tributarias con la SUNAT.

Objetivo N° 03

- ✓ Correlacionar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

Para evaluar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes del mercado, los resultados de los cuestionarios aplicados a la muestra de estudio se sometieron al procesamiento estadístico del chi cuadrado de Pearson del software estadístico SPSS versión 26, tal como se presenta en el siguiente cuadro:

TABLA N° 11

INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA CIUDAD DE CHOTA, CAJAMARCA.

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,165 ^a	1	0,023
Razón de verosimilitudes	5,530	1	0,019
Asociación lineal por lineal	5,100	1	0,024
N de casos válidos	61		

a. 221 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

✓ **Análisis**

Al realizar el análisis con la prueba del Chi cuadrado de Pearson, arroja un valor de 5,165a con 1 grado de libertad con una significancia bilateral de 0,023; la razón de verosimilitudes tiene un valor de 5,530 con 1 grado de libertad y la significancia asintótica bilateral de 0,019; la asociación lineal por lineal tiene un valor de 5,100 con 1 grado de libertad, siendo la significancia asintótica bilateral de 0,024; los resultados demuestran que la cultura tributaria influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. Por lo tanto, se acepta la H1 y se rechaza la Ho.

V. DISCUSIÓN

Los resultados establecidos en la tabla N° 01 indican que en la dimensión cumplimiento voluntario, teniendo en cuenta el total de las respuestas de las personas encuestadas, 46 (25%) si cumple con las acciones establecidas en cada ítem, 51 (28%) no y 86 (47%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, desconocen el cumplimiento voluntario del pago de tributos, tal como lo menciona Gómez (2008), al concluir que la cultura tributaria debe insertarse curricularmente a la educación peruana desde el primer nivel, y lograr que se interiorice y de esta manera se difunda como una práctica concientizada.

Los resultados establecidos en la tabla N° 02 indican que, en moral tributaria, teniendo en cuenta el total de las respuestas, de las personas encuestadas, 89 (29%) si cumple con las acciones establecidas en cada ítem, de las personas encuestadas 110 (36%) no y 106 (35%) no sabe no opina. Los resultados demuestran que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, no tienen bien definida su moral tributaria, tal como lo menciona Armas et, al. (2009), al indicar que la cultura tributaria debe estar inmerso en los contribuyentes con la intención de apoyar al estado y que este lo retribuya con obras en la ciudadanía y para ciudadanía.

Los resultados establecidos en la tabla N° 03 indican que su deber de contribuir con los impuestos, teniendo en cuenta el total de las respuestas de las personas encuestadas, 25 (20%) si cumple con las acciones determinadas en cada ítem, 1 (1%) no y 96 (79%) no sabe no opina. Los resultados son afines con la investigación realizada por Chero (2012), quien destaca de igual manera que la información de cultura tributaria debe primar en la información de los contribuyentes.

Los resultados establecidos en la tabla N° 04 indican que en obligaciones tributarias 19 (31%) de los encuestados presentan una cultura tributaria baja, 33 (54%) cultura tributaria media y 9 (15%) alta cultura tributaria. Los resultados de la investigación

coinciden con los hechos por Choy (2010), quien menciona que significativamente, en la legislación tributaria moderna existe interés en promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aunque no se precisa el sentido y alcance de la expresión.

Los resultados establecidos en la tabla N° 05 indican que teniendo en cuenta el total de las respuestas de los encuestados, 176 (96%) de los encuestados no cumple con las acciones establecidas en cada ítem y 7 (4%) no sabe no opina. Los resultados concuerdan con los estudios hechos por el Instituto de Administración Tributaria y Aduanera (2012), quien, destaca la palabra voluntad la que se asocia al cumplimiento del contribuyente.

Esta condición requiere expresarse en un modelo que incluya una concepción de la voluntad del contribuyente y permita su participación en un marco institucional que tome en cuenta sus valores e intereses para motivarlo a dicho cumplimiento.

Los resultados establecidos en la tabla N° 06 indican que en la dimensión falta de información en el ítem 4: los 3 (5%) encuestados consideran que su negocio tiene de 0 a 2 años; 20 (33%) de 2 a 5 años, 23 (38%) de 5 a 10 años y 15 (25%) de 10 a más años; teniendo en cuenta los resultados, se demuestra que la mayoría de negocios de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, 2014 tienen entre 5 y 10 años de funcionamiento.

Los resultados establecidos en la tabla N° 07 indican que en la dimensión trámites burocráticos, los encuestados, 14 (23%) consideran que el trámite para inscribir su negocio le demorará tiempo y gasto, 11 (18%) no y 36 (59%) no sabe / no opina, los resultados concuerdan con la investigación de Armas et, al. (2012), quien menciona que el incumplimiento de estas obligaciones y deberes constituye ya de por sí una conducta ilegal y por tanto moral y éticamente reprochable.

Los resultados establecidos en la tabla N° 08 indican que en la dimensión temor de perder los pocos ingresos 16 encuestados (13%) si cumplen con las acciones establecidas en cada ítem, 39 (32%) no y 67 (55%) no sabe / no opina, los resultados confirman los estudios hechos por Armas et, al. (2012), quien indica que el ciudadano es el hombre que proviene de la ciudad, pero más que eso es el ser que tiene conciencia de sí mismo y que, por tanto, puede auto dominarse.

Los resultados establecidos en la tabla N° 09 indican que en la dimensión nivel de inversión 21 (11%) si cumplen con las acciones establecidas en cada ítem, 39 (21%) no y 123 (67%) no sabe / no opina, los resultados reafirman los estudios hechos por Armas et, al. (2012), quien designa al contribuyente como un ser compuesto de una mezcla de sentido de la justicia, envidia, irritación y picardía.

Los resultados establecidos en la tabla N° 10 indican que 4 (7%) de los encuestados presentan un nivel de informalidad baja, 54 (89%) informalidad media y 3 (5%) informalidad alta. Los resultados confirman los estudios hechos por Ramírez (2010), quien concluye que el 100% de los entrevistados manifiesta no conocer las inversiones que hace el Estado con los impuestos que pagan los contribuyentes, lo cual es indicativo de la falta de información, el 75% de los entrevistados percibe de manera negativa el uso de los impuestos por parte del Estado y en un 25% antiética; asimismo el 100% de los entrevistados conoce los impuestos por medio de la información que le suministra su contador o administrador, un 50% por los medios de comunicación y un 25% a través de la educación fiscal recibida por parte del Estado.

Los resultados de los cuestionarios sometidos a la prueba del Chi cuadrado de Pearson, arroja un valor de 5,165a con 1 grado de libertad con una significancia bilateral de 0,023; la razón de verosimilitudes tiene un valor de 5,530 con 1 grado de libertad y la significancia asintótica bilateral de 0,019; la asociación lineal por lineal tiene un valor de 5,100 con 1 grado de libertad, siendo la significancia

asintótica bilateral de 0,024; los resultados demuestran que la cultura tributaria influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota. Por lo tanto, se acepta la H1 y se rechaza la Ho, el resultado es concordante con Quispe (2011), quien concluye que la política tributaria tiene una influencia poco adecuada en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye en el objetivo general que existe una relación significativa, entre las variables cultura tributaria e informalidad, negándose la hipótesis nula y afirmando la hipótesis alterna en el sentido siguiente: La cultura tributaria influye significativamente en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, Cajamarca.

Se concluye en el objetivo específico 1 que el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, se encuentran de la siguiente manera: 19 (31%) presentan una cultura tributaria baja, 33 (54%) cultura tributaria media y 9 (15%) alta cultura tributaria. Denotando que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, tienen una cultura tributaria media, lo cual implica que desconocen sus obligaciones tributarias.

Se concluye en el objetivo específico 2 que el nivel de informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota, se encuentra de la siguiente manera: 4 (7%) presentan un nivel de informalidad baja, 54 (89%) informalidad media y 3 (5%) informalidad alta. Expresando que la mayoría de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota tienen un nivel de informalidad media, lo cual implica que desconocen sus obligaciones tributarias con la SUNAT.

Se concluye en el objetivo específico 3 para evaluar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad de los comerciantes del mercado, que dentro de las dimensiones de la cultura tributaria: cumplimiento voluntario, moral tributaria y actitudes frente al deber de contribuir establecen una influencia en la informalidad de los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña de la ciudad de Chota.

VII. RECOMENDACIONES

- Al administrador del mercado, la Municipalidad Provincial de Chota, diagnosticar, planificar, organizar capacitaciones sobre, pago de impuesto como responsabilidad, impuestos para obras públicas y servicios, leyes tributarias; con la finalidad de propiciar una cultura tributaria de acorde con las normas legales.
- Al administrador del mercado, la Municipalidad Provincial de Chota, articular acciones que permitan capacitar a los comerciantes y sensibilizar para generar cambio de conductas sobre la importancia de trabajar formalmente. Abordando aspectos como inscripción en la SUNAT y beneficios al pagar impuestos.
- Al administrador del mercado, Municipalidad provincial de Chota, deben organizar acciones conjuntas de capacitación constante a los comerciantes a fin de incrementar la cultura tributaria y pueda repercutir positivamente en los comerciantes con miras a dejar la informalidad.

REFERENCIAS

Aguilar, H (2008) *Fiscalización Tributaria*. Perú: Ed. Entrelíneas SRL.

Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. *Revista Accounting power for business*. VOLUMEN I NÚMERO 1 p. 73 – 90, 2015.
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866

Armas, A y Colmenares, M (2009). *Educación para el desarrollo de la cultura tributaria* (6ª.Ed). Venezuela: Ed. Redhecs edición.

Ávila, A. (2018). *Cultura tributaria y su impacto en la informalidad y evasión fiscal en los comerciantes de los mercados de abasto del distrito de Trujillo, año 2017* (tesis pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Perú).
<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/10665>

Bravo, M. (2005) *Contabilidad, finanzas y tributación*. Perú: Ed. Universidad del Pacífico.

Cárdenas, A. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal en la provincia de Pichincha – cantón Quito*. (tesis pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador).
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5224>

Carhuachin I. y Bazan J. (2018). *Cultura tributaria y su incidencia en la evasión tributaria en los comerciantes de abastos del mercado el económico del distrito de ate año 2017*. (tesis pregrado, Universidad Privada del Norte, Perú).
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14231?show=full>

Carrasco, L (2007) *Manual del sistema tributario*. Perú: Ed. Centro de Investigación Jurídico Contable S.A.

Carrasco, L (2010) *Obligación tributaria*. Perú: Ed. Estudio Carrasco Buleje Asesoría y Consultoría S.A.

Chávez, M y Tadeo V. (2014). *Cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo de Huancayo 2014. (tesis pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú).*
<http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3293>

Chero, E. (2012). *Cultura Tributaria.*

www.mdsmp.gob.pe/ppt/2012/files/taller1-cultura-tributaria-pp2012.pdf.

Chicas, M. (2011). *Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala. (tesis pregrado, Universidad De San Carlos de Guatemala, Guatemala).*
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3703.pdf

Choy, E (2010). *Estrategias para generar conciencia tributaria y su impacto en la recaudación tributaria en el Perú.*
http://www.ccpaqp.org.pe/publicidad/congreso_contadores_2010/files/eposiciones_/area7-tributacion/trabajo_tecnico_indiv-elsa_esther_choy.pdf

CONCYTEC (2018). *Reglamento RENACYT.*
https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf

Cruzado, Y. y Remaycuna, R (2014). *Factores asociados a la informalidad de los comerciantes ambulantes del sector verduras en el mercado Moshoqueque de la región Lambayeque, agosto del 2014 (tesis pregrado, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Perú).*

<http://repositorio.umb.edu.pe/handle/UMB/47>

Effio, F. (2008) *Manual de Infracciones y Sanciones tributarias. Perú: Ed. Asesor Empresarial.*

Fontes, A, Huard, A. (2014). Sector Informal y Políticas Públicas en América Latina. Programa SOPLA de la Fundación Konrad Adenauer.

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B8F5C7E52A6A425D05257D5800787207/\\$FILE/SectorInformal_y_Pol%C3%ADticasP%C3%ABlicasEnAm%C3%A9ricaLatina.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B8F5C7E52A6A425D05257D5800787207/$FILE/SectorInformal_y_Pol%C3%ADticasP%C3%ABlicasEnAm%C3%A9ricaLatina.pdf)

García, L (2017). Elevemos la cultura tributaria en el Perú. <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>

Gomez, A. (2013).Economía Laboral.

<http://www.paradigmas.mx/informalidad-definicion-y-causas/>

Gómez, L. (2008). La difusión de la Cultura Tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano. Revista Investigación Educativa, 12(21), 143 – 153. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/view/6410>

Hart, K. 1973. “Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana.” Journal of Modern African Studies, Vol. 11, Núm. 1.

Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación (6ª edición). México: Mc Graw Hill education

Hinojosa, C (2018). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018. Revista de Investigación Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades 2(1): 22-26,2019. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/download/463/577>

Hinojosa, C. (2018). Cultura tributaria para el incremento de los ingresos a los comerciantes del mercado modelo, Chachapoyas, 2018 (tesis pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza de Amazonas, Perú). <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/view/463>

Huamaní, R (2013) Código tributario comentado. Perú: Ed. Jurista Editores.

Instituto de Administración Tributaria y Aduanera. (2012). Cultura Tributaria. Perú: Ed.SUNAT.

Ministerio del trabajo (2014). Informalidad laboral. <http://origin.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/peru-se-traza-la-meta-de-reducir-la-informalidad-laboral-hasta-el-53-en-2>.

OIT (2018). Cerca de 140 millones de trabajadores en la informalidad en América Latina y el Caribe.

https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_645596/lang--es/index.htm#:~:text=La%20tasa%20de%20informalidad%20de,ni%20por%20la%20seguridad%20social.

Paredes, R. (2012) Contabilidad tributaria. Perú: Ed. EDUNT.

Quintanilla, J. (2012). La universidad en la cultura tributaria. Revista Retos, 2(3), 105-114.

<https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/3.2012.06/579>

Quispe G, Tapia M, Dayaviri N. et al. (2018) Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias 2018. Revista espacios. 39(41): 4. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n41/a18v39n41p04.pdf>

Quispe, D. (2011). La política tributaria y su influencia en la cultura tributaria de los comerciantes del Mercadillo Bolognesi de la ciudad de Tacna. <http://www.tesis.unjbg.edu.pe:8080/handle/unjbg/131>.

Ramírez R. (2019). La informalidad del comercio en el Perú (tesis pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú). recuperada de <http://repositorio.untrm.edu.pe>

Ramírez, T. (2010). Ética y cultura tributaria de los contribuyentes del Centro Comercial Plaza de la ciudad de Valera, Venezuela.

[http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf).

Salazar, D y Vargas, E (2016). El comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Celia produce la evasión de impuestos al estado, Cutervo 2016 (tesis pregrado, Universidad Señor de Sipán, Perú).
<http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5355>

SUNAT (2016). Código tributario.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/tituloopr.htm>

SUNAT (2017). Administración de tributos.
https://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/sistematributario_administracion.html

Superintendencia de Administración Tributaria (2020). Cultura Tributaria.
<https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>

Villegas, A. (2014). Cultura contributiva en América Latina.
<http://www.prodecon.gob.mx/Documentos/Cultura%20Contributiva/Memorias/ccenal/mobile/index.html#p=61>

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO SOBRE LA CULTURA TRIBUTARIA

OBJETIVO: Este cuestionario está orientado a conocer cuál es el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña.

DATOS GENERALES

Edad:

Sexo:

Grado de instrucción:

Procedencia:

Rural ()

Urbano ()

INSTRUCCIONES: Ponga un aspa en la alternativa que considere que se acerca más a su situación. El cuestionario es anónimo.

Dimensión: El cumplimiento voluntario

- 1) ¿Sabe usted que todos los negocios deberían pagar impuestos de acuerdo a sus compras y ventas?
 - a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

- 2) ¿Usted considera que el pago de impuestos debe hacerse por responsabilidad propia y no por obligación del Estado?
 - a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/No opina

- 3) ¿Usted considera que la actitud del ciudadano de no cumplir con el pago de impuestos es por desconfianza hacia los funcionarios que administran los impuestos?
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina

Dimensión: La moral tributaria

- 4) ¿Considera usted, que cuando sus ganancias son pocas está bien pasarse sobre la ley no pagando los impuestos?
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina
- 5) Usted cree que: “El impuesto es el dinero que se entrega al Estado para que este ejecute obras públicas y brinde servicios a la población”
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina
- 6) ¿Está usted de acuerdo con el cobro de impuestos en Perú?
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina
- 7) ¿Considera usted que los servicios de educación y salud mejoran producto del pago de nuestros impuestos?
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina
- 8) ¿Considera usted que las leyes tributarias permiten que las grandes empresas paguen más tributos que los medianos y pequeños negocios?
- a) NO
 - b) SI
 - c) No sabe/ No opina

Dimensión: Actitudes frente al deber de contribuir

9) ¿Usted considera que el cobro de impuesto en el Perú es alto y no van con la realidad del país?

- a) NO
- b) SI
- c) No sabe/ No opina

10) ¿Usted cree que el Estado es un derrochador de dinero y que no cumple con realizar obras públicas con los impuestos recaudados?

- a) NO
- b) SI
- c) No sabe/ No opina

CUESTIONARIO SOBRE LA INFORMALIDAD

OBJETIVO: Este cuestionario está orientado a conocer el por qué los comerciantes del mercado Julio Vásquez Acuña trabajan en la informalidad.

INSTRUCCIONES: Ponga un aspa en el número de la alternativa que considere que se acerca más a la realidad. El cuestionario es anónimo.

DIMENSIÓN: FALTA DE INFORMACIÓN

- 1) ¿Su negocio se encuentra inscrito en la SUNAT?
 - a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

- 2) Sabe Ud. ¿Cómo inscribir su negocio en la SUNAT?
 - a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

- 3) Conoce Ud. ¿Los beneficios que tendría al pagar sus impuestos?
 - a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

- 4) ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio?
 - a) De 0 a 2 años
 - b) De 2 a 5 años
 - c) De 5 a 10 años
 - d) De 10 años a más

DIMENSIÓN: TRÁMITES BUROCRÁTICOS

- 5) ¿Usted considera que el trámite para inscribir su negocio le demandará tiempo y gasto?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

DIMENSIÓN: TEMOR DE PERDER LOS POCOS INGRESOS

- 6) ¿Usted considera que inscribir su negocio en la SUNAT, disminuirá sus ingresos mensuales?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina
- 7) ¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, por temor a ser fiscalizado y le atribuyan multas?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina

DIMENSIÓN: NIVEL DE INVERSIÓN

- 8) ¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, porque cuenta con un pequeño capital?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina
- 9) ¿Cree usted que el pago de impuestos es solo para los medianos y grandes negocios?
- a) SI
 - b) NO
 - c) No sabe/ No opina.

Anexo 3. Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: *Sánchez Chávez Arnaldo*
 Institución donde labora: *Universidad Nacional Autónoma de Chota*
 Especialidad: *Contador Público*
 Instrumento de evaluación: *Cuestionario sobre la cultura tributaria*
 Autor (s) del Instrumento (s): *Luz Gulsela Bustamante López, Nancy Magall Cieza Delgado*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL					46	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El presente instrumento es válido para su aplicación en la presente investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92%

Chidayo, 11 de enero de 2021.

Arnaldo Sánchez Chávez
 Mg. Sánchez Chávez Arnaldo
 CONTADOR PÚBLICO COLABORADOR
 MAT: 8278948

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: *Sánchez Chávez Arnaldo*

Institución donde labora: *Universidad Nacional Autónoma de Chota*

Especialidad: *Contador Público*

Instrumento de evaluación: *Cuestionario sobre la Informalidad*

Autor (s) del Instrumento (s): *Luz Gulsela Bustamante López, Nancy Magall Cieza Delgado*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los Items están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las Instrucciones y los Items del Instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en Indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El Instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
ORGANIZACIÓN	Los Items del Instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la Investigación.					X
SUFICIENCIA	Los Items del Instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los Items del Instrumento son coherentes con el tipo de Investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los Items del Instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la Investigación.					X
COHERENCIA	Los Items del Instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el Instrumento propuestos responden al propósito de la Investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
FERTINENCIA	La redacción de los Items concuerda con la escala valorativa del Instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL					45	

(Nota: Tener en cuenta que el Instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al Instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El presente Instrumento es válido para su aplicación en la presente Investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92%

Chidayo, 11 de enero de 2021.



Mg. Sánchez Chávez Arnaldo
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT: 8249448

Selo personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: IDROGO GÁLVEZ MILORD

Institución donde labora : UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA

Especialidad : CONTABILIDAD

Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre la cultura tributaria

Autor (s) del Instrumento (s): Luz Guisela Bustamante López, Nancy Magali Cleza Delgado.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las Instrucciones y los ítems del Instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en Indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El Instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del Instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del Instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del Instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del Instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del Instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el Instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del Instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					46	

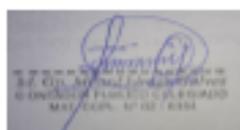
(Nota: Tener en cuenta que el Instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al Instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El Instrumento cumple los requisitos para ser aplicado en la presente Investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Childayo, 10 de enero de 2021.



Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: **IDROGO GÁLVEZ MILORD**
 Institución donde labora : **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE CHOTA**
 Especialidad : **CONTABILIDAD**
 Instrumento de evaluación : **Cuestionario sobre la informalidad**
 Autor (s) del Instrumento (s): **Luz Guisela Bustamante López, Nancy Magali Cleza Delgado.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL					45	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento cumple los requisitos para ser aplicado en la presente investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Chidayo, 10 de enero de 2021.

Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Benavides Gálvez Jhonny Biler

Institución donde labora : Universidad Nacional Autónoma de Chota

Especialidad : Contador Público

Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre la cultura tributaria

Autor (s) del Instrumento (s): Luz Guisela Bustamante López, Nancy Magall Cieza Delgado.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5	
CLARIDAD	Los Items están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X	
OBJETIVIDAD	Las Instrucciones y los Items del Instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X		
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X	
ORGANIZACIÓN	Los Items del Instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X		
SUFICIENCIA	Los Items del Instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X	
INTENCIONALIDAD	Los Items del Instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los Items del Instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X		
COHERENCIA	Los Items del Instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el Instrumento propuestos responden al propósito de la Investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X		
PERTINENCIA	La redacción de los Items concuerda con la escala valorativa del Instrumento.					X	
PUNTAJE TOTAL							46

(Nota: Tener en cuenta que el Instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al Instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El Instrumento es válido y cumple los requisitos para ser aplicado en la presente Investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92%

Chiclayo, 11 de enero de 2021.



Luz Guisela Bustamante López
 Contador Público
 N.º 10.7423
 Oficina

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Jhonny Blier Benavides Gálvez
 Institución donde labora : Universidad Nacional Autónoma de Chota
 Especialidad : Contador Público
 Instrumento de evaluación : Cuestionario sobre la informalidad
 Autor (s) del Instrumento (s): Luz Guisela Bustamante López, Nancy Magali Cieza Delgado.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los Items están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las Instrucciones y los Items del Instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo; en todas sus dimensiones en Indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
ORGANIZACIÓN	Los Items del Instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la Investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los Items del Instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e Indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los Items del Instrumento son coherentes con el tipo de Investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los Items del Instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la Investigación.				X	
COHERENCIA	Los Items del Instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Principio del debido proceso y Proceso administrativo.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el Instrumento propuestos responden al propósito de la Investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los Items concuerda con la escala valorativa del Instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		45				

(Nota: Tener en cuenta que el Instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al Instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El Instrumento es válido y cumple los requisitos para ser aplicado en la presente Investigación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 92%

Chiclayo, 11 de enero de 2021.



Sello personal y firma

CUADRO Nº 1

RESULTADOS DEL CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA CIUDAD DE CHOTA, CAJAMARCA - 2021.

Nº	CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO			LA MORAL TRIBUTARIA						ACTITUDES FRENTE AL DEBER DE CONTRIBUIR		CULTURA TRIBUTARIA	NIVEL
	¿Sabe usted que todos los negocios deberían pagar impuestos de acuerdo a sus compras y ventas?	¿Usted considera que el pago de impuestos deben hacerse por responsabilidad propia y no por obligación del estado?	¿Usted considera que la actitud del ciudadano de no cumplir con el pago de impuestos es por desconfianza hacia los funcionarios que administran los impuestos?	¿Considera usted, que cuando sus ganancias son pocas está bien pensar sobre la Ley no pagando los impuestos?	¿Usted cree que: "El impuesto es el dinero que se entrega al estado para que ese ejecute obras públicas y brinde servicios a la población"?	¿Está usted de acuerdo con el cobro de impuestos en el Perú?	¿Considera usted que los servicios de educación y salud mejoran producto del pago de nuestros impuestos?	¿Considera usted que las leyes tributarias que permiten que las grandes empresas paguen más tributos que los medianos y pequeños negocios?	¿Usted considera que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país?	¿Usted cree que el estado es un derrochador de dinero y que no cumple con realizar obras públicas con los impuestos recaudados?			
1	2	0	2	0	2	2	1	1	2	2	14	MEDIA	
2	2	0	2	0	2	2	1	1	2	2	11	MEDIA	
3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
4	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	15	MEDIA	
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
22	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
39	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
43	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	
61	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	MEDIA	

CUADRO Nº 2
RESULTADOS DEL CUESTIONARIO PARA MEDIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO JULIO VÁSQUEZ ACUÑA CIUDAD DE CHOTA, CAJAMARCA - 2021

Nº	FALTA DE INFORMACIÓN				TRÁMITES BUCROCRÁTICOS	TEMOR DE PERDER LOS POCOS INGRESOS			NIVEL DE INVERSIÓN			PUNTAJE	NIVEL
	¿Su negocio se encuentra inscrito en la SUNAT?	¿Sabe usted, Como inscribir su negocio en la SUNAT?	¿Conoce Ud. Los beneficios que tendría al pagar sus impuestos?	¿Que tiempo de funcionamiento tiene su negocio?	¿Usted considera que el trámite para inscribir su negocio le demorará tiempo y gasto?	¿Usted considera que el cobro de impuestos en el Perú son altos y no van con la realidad del país?	¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, por temor a ser fiscalizado y le arribuyen multas?	¿Usted no inscribe su negocio en la SUNAT, por que cuenta con un pequeño capital?	¿Cree usted que el pago de impuestos es solo para medianos y grandes negocios?	¿Sus inversiones están protegidas por una empresa aseguradora?			
1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	0	15	MEDIA	
2	1	1	1	0,5	2	1	2	0	2	1	11,5	MEDIA	
3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	16	ALTA	
4	1	1	1	1	1	2	2	2	1	0	12	MEDIA	
5	1	1	2	0,5	2	2	0	2	1	1	12,5	MEDIA	
6	1	1	1	0,5	2	2	1	2	1	2	13,5	MEDIA	
7	1	1	1	0,5	2	2	2	2	2	1	14,5	MEDIA	
8	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	17	ALTA	
9	1	1	1	1	2	2	1	2	1	0	12	MEDIA	
10	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	14	MEDIA	
11	1	1	1	2	2	2	0	2	1	2	14	MEDIA	
12	1	1	2	1	0	2	2	2	0	1	12	MEDIA	
13	1	1	2	0,5	0	2	2	2	1	0	11,5	MEDIA	
14	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	2	14,5	MEDIA	
15	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	1	13,5	MEDIA	
16	1	1	2	1	2	2	0	2	1	0	12	MEDIA	
17	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	13	MEDIA	
18	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	1	13,5	MEDIA	
19	1	1	2	0,5	2	2	2	2	1	0	13,5	MEDIA	
20	1	1	1	0	2	2	1	2	2	1	13	MEDIA	
21	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	14	MEDIA	
22	1	1	1	2	2	2	1	2	2	0	14	MEDIA	
23	1	1	1	0,5	2	2	0	2	2	1	12,5	MEDIA	
24	1	1	1	0,5	0	2	2	2	1	2	12,5	MEDIA	
25	1	1	1	0,5	2	2	0	2	2	0	11,5	MEDIA	
26	1	1	1	1	0	2	0	2	2	2	12	MEDIA	
27	1	1	1	1	2	2	0	2	1	1	12	MEDIA	
28	1	1	1	0,5	1	2	2	2	2	2	14,5	MEDIA	
29	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	15	MEDIA	
30	1	1	1	0,5	2	2	0	2	2	0	11,5	MEDIA	
31	1	1	1	0	1	2	1	2	2	1	12	MEDIA	
32	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	16	MEDIA	
33	1	1	1	1	1	2	1	2	2	0	12	MEDIA	
34	1	1	1	0	1	2	1	2	2	1	12	MEDIA	
35	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	15	MEDIA	
36	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	15	MEDIA	
37	1	1	1	2	2	2	1	2	2	0	14	MEDIA	
38	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	15	MEDIA	
39	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	15	MEDIA	
40	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	0	12,5	MEDIA	
41	1	1	1	2	1	2	0	2	2	1	13	MEDIA	
42	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	16	ALTA	
43	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	0	12,5	MEDIA	
44	1	1	1	1	0	2	1	2	2	1	12	MEDIA	
45	1	1	1	1	0	0	1	2	2	0	9	BAJA	
46	1	1	1	2	0	2	2	2	2	1	14	MEDIA	
47	1	1	1	0,5	2	2	1	1	1	2	12,5	MEDIA	
48	1	1	1	0,5	1	2	1	2	2	0	11,5	MEDIA	
49	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	15	MEDIA	
50	1	1	1	1	0	1	1	2	1	2	11	MEDIA	
51	1	1	1	1	2	2	1	2	2	0	13	MEDIA	
52	1	1	1	1	0	0	1	2	2	1	10	BAJA	
53	1	1	1	2	0	0	1	2	2	2	12	MEDIA	
54	1	1	1	1	0	0	1	2	2	0	9	BAJA	
55	1	1	1	0,5	2	0	1	2	2	1	11,5	MEDIA	
56	1	1	1	1	2	0	2	2	2	2	14	MEDIA	
57	1	1	1	0,5	2	2	1	2	2	0	12,5	MEDIA	
58	1	1	1	1	0	0	1	2	2	1	10	BAJA	
59	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	15	MEDIA	
60	1	1	1	1	0	2	1	2	2	1	12	MEDIA	
61	1	1	1	2	0	2	1	2	2	0	12	MEDIA	