



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Cultura Tributaria e informalidad comercial del Mercado 10 de
Octubre de San Juan de Lurigancho**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORAS:

Br. Damiano Buleje, Maritza Bertha ([0000-0003-1191-9964](tel:0000-0003-1191-9964))

Br. Hidalgo Morales, Marianella Rosaluz ([0000-0001-7617-1875](tel:0000-0001-7617-1875))

ASESORA:

Dra. García Clavo, Nila ([0000-0002-9043-3883](tel:0000-0002-9043-3883))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Tributación

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA ESTE — PERÚ

2022

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mis padres, quienes me han inculcado fortaleza y coraje, los cuales han sido virtudes esenciales para el logro de mis objetivos. Asimismo, a mi hijo y a mi esposo quienes son los pilares que me motivan día a día hacia mis metas. A si como también, a mis queridos hermanos por su apoyo incondicional.

Maritza Damiano.

Esta tesis, está dedicada a mi familia por la paciencia y aliento en estos años inmersos a la superación personal y profesional, mis logros son para ellos. A mi hermana y ahijada, que es mi motivación y fortaleza para seguir superándome, gracias por su apoyo incondicional. A mi hermano mayor por enseñarme a luchar en la adversidad, ¡vamos Iván!

Marianella Hidalgo.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestras familias, por el apoyo constante que nos brindan, así como también a nuestros profesores por sus enseñanzas impartidas, en especial a la asesora Dra. Nila García Clavo.

Índice de Contenidos

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice Tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	14
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	18
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS	35

Índice Tablas

Tabla 1 Escala de Likert del cuestionario de las variables	24
Tabla 2 Interpretaciones para el coeficiente Alfa	25
Tabla 3 Alfa de Cronbach sobre las preguntas de cultura tributaria	25
Tabla 4 Alfa de Cronbach sobre las preguntas de informalidad comercial	25
Tabla 5 VI_D1_Conciencia Tributaria	27
Tabla 6 VI_D2_Educación Tributaria	28
Tabla 7 Promedio Dimensiones	29
Tabla 8 VD_D1_Comercio Ambulatorio	30
Tabla 9 VD_D2_Comercio Ambulatorio	31
Tabla 10 Variable Informalidad Comercial	32
Tabla 11 Pruebas de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	33
Tabla 12 Correlación de Spearman entre la variable 1 Cultura tributaria y la variable 2 Informalidad comercial	34
Tabla 13 Correlación de Spearman entre la dimensión 1 Conciencia tributaria y la variable 2 Informalidad comercial	35
Tabla 14 Correlación de Spearman entre la dimensión 2 Educación tributaria y la variable 2 Informalidad comercial relaciones	36

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Variable Cultura Tributaria	29
Figura 2 Variable Informalidad Comercial	32

Resumen

Este trabajo se orientó a estudiar la cultura tributaria e informalidad comercial en el Mercado 10 de Octubre en el distrito de San Juan de Lurigancho, el cual tuvo como objetivo general determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho. La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo y método deductivo con un tipo de investigación básica, de nivel descriptivo correlacional; asimismo su diseño de investigación fue no experimental, de corte transversal, siendo el muestreo de tipo pro balístico y la muestra fue constituida por 116 comerciantes del Mercado 10 de Octubre en el distrito de San Juan de Lurigancho, aplicando un cuestionario tipo escala de Likert, las cuales fueron sometidas a validez y confiabilidad. El resultado que arrojó la hipótesis general fue negativo evidenciado la no relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial en los comerciantes del mercado.

Palabras claves: Cultura tributaria, informalidad comercial, conciencia tributaria y educación tributaria.

Abstract

Our work was oriented to study the tax culture and commercial informality in the October 10 Market in the district of San Juan de Lurigancho, which had as a general objective to determine the relationship between the tax culture and the commercial informality of the October 10 Market. San Juan de Lurigancho. The research was developed under the quantitative approach and deductive method with a type of basic research, descriptive correlational level; Likewise, its research design was non-experimental, cross-sectional, with pro-ballistic sampling and the sample consisted of 116 merchants from the October 10 Market in the district of San Juan de Lurigancho, applying a Likert-type scale questionnaire. which were subjected to validity and reliability. The result that the general hypothesis yielded was negative, evidenced the non-relationship between the tax culture and the commercial informality in the market merchants.

Keywords: Tax culture, commercial informality tax awareness and tax education

I. INTRODUCCIÓN

La informalidad comercial aumentó, afectando las vías públicas de las ciudades; estos comerciantes alegan que realizaron esta actividad por la falta de empleo y por la necesidad que tenían sus familias, sin prever las consecuencias que generarían y desconociendo sus obligaciones tributarias. Anteriormente, no había un interés por parte de las autoridades en recuperar estas áreas y más aún por los cambios económicos que veníamos atravesando, originado por la pandemia COVID 19, con lo que permitió que el comercio informal se incrementa ocasionando desorden e inseguridad por la falta de una Cultura Tributaria que eduque a las personas sobre el cumplimiento tributario.

En la problemática internacional los autores Cárdenas, Fernández, Rasteletti y Zamora (2021), manifestaron que, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto en el mercado laboral de América Latina y el Caribe (ALC), en el que cayó el empleo a 9,3% a fines de 2019 y 2020. Por lo tanto, fue imperativo que se haya reiniciado, con lo que ayudó a impulsar el empleo formal.

Es así que en el diario El País en España, el economista Fariza (2021), señaló que como la economía fue afectada por la pandemia, el Banco Mundial advirtió la probabilidad que la informalidad frenará la recuperación de los países, a causa de que gran parte de su actividad estuviera fuera del ámbito de las autoridades, con el que redujo la capacidad de recaudación y la oportunidad de maniobra de los Estados para implementar políticas anticíclicas.

Por lo que Quispe, Ayaviri, Villa y Velarde (2020), indicaron que el aumento de la informalidad fue un problema de la estructura socioeconómica de la economía ecuatoriana y quienes la realizaron son considerados grupos vulnerables.

En la problemática nacional, Bravo (2020), mencionó que la recesión económica provocada por la pandemia ha afectado la recaudación de impuestos en nuestro país, alcanzando solo el 20% al cierre del año. La economía informal traiciona a un país porque sus ingresos han sido afectados.

Asimismo, Sarda (2019), manifestó que los comerciantes informales no emiten comprobante de pago, y los ingresos que percibieron por sus ventas se han realizado en efectivo, trayendo como consecuencia, no pagar sus impuestos, por lo que, el gobierno fue obligado a generar otros tributos, con lo que fue en detrimento de los contribuyentes ordinarios.

De igual manera, Luna (2019), indicó que, la informalidad es uno de los mayores problemas que ha tenido nuestro país para su desarrollo, ya que estuvo al margen de la Ley, incumpliendo las normas al no pagar sus impuestos y los derechos laborales.

En la problemática regional se menciona a Hernández y Juape (2019), quienes señalaron que el comercio informal correspondió al talento de las personas, que se originó por la crisis económica que viene atravesando los países, además de la poca inversión que tuvo para producir fuentes de empleo y las dificultades que encontraron para la formalización de sus negocios.

Por ello, Ramírez, (2019), afirmó que, la informalidad comercial se desarrolló en todo el país, en el que se observó un comercio desordenado y sin control, por lo que se trató de buscar soluciones planteando alternativas que mejoraron el comercio informal.

Motivo por el que Hernández y Mori (2020), mencionaron que aparentemente fue más cómodo trabajar en el sector informal ya que evade responsabilidades tributarias. Sin embargo, desconocieron los beneficios que el Estado les otorgaría si se formalizarán.

En el mercado 10 de Octubre del distrito de San Juan de Lurigancho, los comerciantes en su mayoría son informales por desconocimiento de las infracciones que están cometiendo, omitiendo sus obligaciones tributarias, ante la ausencia de una cultura tributaria. Al lograr que estos comerciantes acepten voluntariamente el pago de sus tributos ha permitido que el gobierno pueda crear programas de inversión en beneficio de todos los ciudadanos, para ello fue necesario e importante que se promueva la cultura tributaria mediante las capacitaciones y seminarios que han permitido el logro de nuestros objetivos planteados.

Por ello, surgió la formulación del problema ¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho?

Nuestra investigación presenta las siguientes justificaciones: Justificación práctica, mediante esta información se establecieron alternativas de solución que ha permitido concientizar tributariamente a los comerciantes, con la finalidad de que paguen en forma voluntaria sus impuestos, evitando la evasión. Asimismo, conocieron la importancia de la formalización de sus negocios y sus beneficios.

Con ello, generó el incremento de la recaudación en beneficio del país. Justificación teórica, este trabajo ha tenido un valor teórico, que se sustentó a través de las teorías presentadas, comprendiendo mejor el comportamiento de las variables, sus dimensiones y sus indicadores, además de los resultados, las conclusiones y recomendaciones brindadas. Justificación metodológica, este estudio permitió establecer los instrumentos de medida para cada variable estudiada de acuerdo a su realidad problemática.

El objetivo general fue: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, y los objetivos específicos: OE1: Identificar la relación cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho. OE2: Identificar la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho. EO3: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

La hipótesis general fue: La cultura tributaria se relaciona con la informalidad comercial del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes internacionales se presentan a continuación: En Ecuador, Arévalo, Andrade y Pastrano (2020) con su tesis “Evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal de los pequeños empresarios del cantón Babahoyo, Ecuador -2020”, tuvieron como objetivo identificar formas de evasión fiscal, causas y lineamientos para potenciar la evasión fiscal y medidas de control, el estudio fue un análisis descriptivo cuantitativo con un estudio exploratorio cualitativo, muestreados por 140 pequeños empresarios entrevistados y 5 directores internos por la Dirección General de Impuestos (SRI) investigados, encontró que varias formas de evasión de impuestos estaban involucradas en la retención de ingresos y la emisión de facturas de venta. Descubriendo que la investigación facilita el conocimiento al proporcionar una justificación para los datos de referencia para los problemas descubiertos.

Por su parte, en Argentina, el Centro de Estudios en Administración Tributaria – CEAT (2020), en su instigación, tuvieron como objetivo principal obtener datos sobre los factores que influyen en la evasión de tributos, su estudio fue exploratorio, su población y muestra fue de 405 encuestados, usando la encuesta con 15 ítems, resultando que el 74% de los encuestados piensan que no serán sancionados por evadir impuestos, además el 60% se siente obligado a evadir impuestos para ser competitivo en el mercado. Se concluyó que fuente de financiamiento genuino y sostenible debe remar de la mano de la recaudación de tributos conforme a la reactivación económica.

Para Quispe, Arellano, Negrete, Rodríguez y Vélez (2020), en su estudio sobre La Cultura Tributaria y su efecto en la Evasión Fiscal en Ecuador, para comprender las causas más notables en la cultura tributaria de los contribuyentes y explicar la evasión fiscal, este estudio aplica el método hipotético deductivo, nivel explicativo los supuestos sobre la muestra 307. Los resultados muestran que la tributación se divide en tres tipos de cultura, tales como: regla obligatoria, comportamiento voluntario y finalmente, para obtener un beneficio, se dice que la evasión fiscal depende del nivel de conciencia sobre impuestos.

Según Martínez (2020), en su investigación, su principal objetivo fue evaluar la cultura tributaria como medio de prevención de infracciones tributarias para mejorar la recaudación tributaria en Panamá por escrito, mediante encuestas. Un alto porcentaje (67%) dijo estar en desacuerdo como el gobierno

enfrenta el problema, concluyendo que el estado, mediante su ente de control, brindará a muchos contribuyentes que inicien una campaña de educación a nivel nacional para cumplir con sus impuestos y obligaciones.

Por su parte, en Panamá, Burgos (2020), en su estudio, su objetivo fue vincular la cultura tributaria y el cumplimiento tributario en los pequeños productores rurales de libre mercado de la Ciudad de Jipijapa, se trató de una investigación exploratorio-descriptivo, no probatorio, experimental y de corte transversal. Se utilizó un estudio que incluyó a 127 pequeños propietarios rurales, se encontró que el 77,17% de ellos no conocían a la persona a consultar y se concluyó que la falta de conocimiento tributario afectó sus ingresos para cumplir con el deber del comercializador del producto.

Los antecedentes nacionales tenemos: En el ámbito nacional, en Ate – Lima, Torres (2019), en su proyecto de estudio, su objetivo general fue establecer la relación que existe entre la recaudación tributaria y la evasión tributaria, su investigación fue de estudio correlacional, además la población fue 150 comerciantes y su muestra 24, se aplicó la encuesta con 15 preguntas detalladas en la escala de Likert, entre el principal resultado fue aceptar la hipótesis alterna, el cual no tiene relación importante entre la cultura de tributos y la evasión tributaria, concluyendo con la afirmación de la relación existente entre el conocimiento de incentivos tributarios y la evasión tributaria.

Por su parte Jinez y Velarde (2019), en su estudio tuvieron como objetivo establecer el condicionamiento del conocimiento de las obligaciones tributarias en la formalización y obligación tributaria de los comerciantes, fue un estudio correlacional, tuvo una muestra de 35 comerciantes, se aplicó la encuesta de 16 ítems, se concluyó que los negociantes deben entender y ejecutar sus deberes tributarias, incentivarlos a formalizarse, recibir orientación de SUNAT para reducir la informalidad comercial.

Para Vásquez (2020), su objetivo fue describir la percepción de la evasión tributaria en los comerciantes del rubro calzados vinculado al compromiso social con el estado, para conseguir el incremento económico de este sector, fue un estudio descriptivo cuantitativo, con diseño tipo no experimental, su población y muestra fueron 38 comerciantes, se utilizó un cuestionario de 12 ítems, asimismo, el instrumento de alfa de Cronbach, concluyendo que la mitad de los comerciantes son indiferentes ante sus responsabilidades tributarias.

Según Hizo (2021), en su proyecto sobre el Comercio ambulatorio y su incidencia tributaria en el distrito de Barranca, su objetivo fue entender los factores de la cultura tributaria, su estudio fue de tipo básica, su nivel de investigación fue descriptivo-correlacional y el diseño de la investigación fue no experimental-transversal, sus resultados estadísticos fueron procesados por el programa estadístico SPSS 24, su campo de estudio fue conformado por 123 ambulantes. Llegó a la conclusión que las causas que más contribuyeron en la recaudación tributarias fue el 75% grado de instrucción e ingreso mensual.

Para Cubas (2021), su finalidad fue precisar si la cultura tributaria interviene en la evasión de impuestos de los comerciantes, su investigación fue de tipo descriptivo y diseño no experimental, aplicó la encuesta a una muestra de 54 negociantes, cuyos resultados fueron que el 59% de los encuestados no conocen sobre tributación y el 65% carece de conciencia en relación al pago de impuestos y el desarrollo de la comunidad y el 67% sobre el crecimiento del país, concluyó que se debe detallar el proyecto de capacitación tributaria para fomentar la cultura tributaria en los comerciantes.

En referencia a las bases teóricas, en la variable independiente, cultura tributaria, Contreras (1997), mencionan que, es un conjunto de conocimientos, valores y actitudes que comparten los integrantes de una sociedad en relación con la tributación y el cumplimiento de las normas establecidas. Asimismo, Bonilla (2014), manifiesta que, la cultura tributaria permite que los contribuyentes acepten pagos voluntariamente. Motivo por el que, el uso racional de los recursos públicos, forman un componente esencial. Por otro lado, Roca (2008), menciona que, la cultura tributaria viene hacer un conjunto de información o el grado de conocimiento que los pobladores de una nación tienen sobre los impuestos, percepciones, criterios, hábitos y actitudes en referencia a la tributación.

En la variable dependiente, informalidad comercial, Loayza (2010) menciona que, está conformada por un conjunto de empresas que no se rigen dentro del marco legal, encontrándose al margen de las obligaciones tributarias y reglas legales, por ello no cuentan con los beneficios que el Estado ofrece. Por otra parte, Chemes y Ethevarría (2018), menciona que, la informalidad, es aquella que se realiza fuera o en contra de las regulaciones estatales, que aspiran a regular. De igual manera, Pérez (2020), señala que la informalidad

comercial es toda empresa no constituida que evade impuestos y cuyos trabajadores no gozan de beneficios sociales. Asimismo, Dix et al (2021), refiere que, informal viene hacer aquel trabajador que no tiene un empleo permanente y estable, además de no contar con beneficios sociales, debido a que sus empleadores evaden las regulaciones del mercado, incumpliendo el pago de impuesto, obstaculizando el crecimiento del país. En consecuencia, la informalidad comercial es aquella que es motivada por la necesidad y la independencia económica, por lo que no se rigen de acuerdo a un marco legal evadiendo sus obligaciones tributarias.

En Las dimensiones de la variable independiente de la cultura tributaria, Molina (1993), manifiesta que está conformado por dos dimensiones:

Dimensión 1: Conciencia tributaria, es la percepción que tiene una persona del inevitable cumplimiento de sus obligaciones, cuya omisión puede conllevar a consecuencias o sanciones, pretendiendo, hacer conciencia en las personas, que la tributación es un deber y no una obligación.

Dimensión 2: Educación tributaria, la educación es un medio que va originar el cambio del pensamiento, sentimiento y acción de las personas, en el que conjuntamente con la administración tributaria van a desarrollarse en forma armónica, respetando y cumpliendo los principios, las normas y los valores éticos para el bienestar del país.

Las dimensiones de la variable dependiente, informalidad comercial, Choy (2011), señala que son dos dimensiones:

Dimensión 1: Comercio ambulatorio, es una actividad informal que es conocida como refugio, mayormente se desarrollan en los barrios populares, en las vías públicas a las que se le llama comercio en las calles.

Dimensión 2: Evasión tributaria, es la reducción o eliminación de un monto tributario que ha surgido por una transacción comercial, transgrediendo las disposiciones legales por aquellos sujetos obligados a realizarlos.

Para comprender el surgimiento e importancia de este proyecto mencionaremos las siguientes teorías:

Teorías de la educación tributaria, Sunat (2011), señala que, la educación tributaria se debe dar inicio desde la niñez, en la que se va originando la inculcación de los valores para una cordial convivencia dentro de la sociedad en bienestar de nuestro país.

Teoría de la tributación o renta, según Escartín (2010), de acuerdo a David Ricardo, refiere que, la problemática de la economía política es fijar normas que midan la disposición de la riqueza, por la falta de equidad en ella, siendo influidas por las creencias políticas y sociales, por la pugna de intereses económicos de las diferentes clases sociales. Por ello, se implantaron los impuestos a los productos obtenidos de la tierra y del trabajo de un país, los cuales deben ser colocados a disposición del gobierno. Estos impuestos deben ser deducidos en concordancia a los ingresos que percibe cada persona en relación al valor del dinero que consume las mercaderías habitualmente.

Teoría de la disuasión, Allingham y Sadmo (1972), menciona que, esta teoría señala que, disuadiendo a las personas, a través del temor de ser detectados y sancionados, estarán dispuestos a pagar sus impuestos, siempre y cuando perciban que estas sanciones serán mayores en caso incumplan. Para la validez de esta teoría se establece que el pago de impuestos se realiza como consecuencia de una determinación económica racional.

Teoría de Eheberg, Chávez (1993), en referencia Eheberg, indica que, esta teoría manifiesta que el pago de los impuestos es una obligación que no debe requerir de fundamento jurídico especial para justificar su existencia, relacionando la tributación con la vida cotidiana de las personas, en la que no se requiere de un fundamento jurídico, para exigir la ofrenda de cosas menos valiosas que la vida misma, por lo que todas las personas debemos brindar a nuestra comunidad las fuerzas y valores económicos del que se dispone, en el momento que lo exija el bienestar general.

Contreras (1997), mencionan que, las características de la cultura tributaria refieren a los valores, el conocimiento y la conducta de las personas frente a un hecho determinado, es decir, al tributo que está relacionado con las obligaciones y las facultades de los individuos que intervienen en la relación jurídico-tributaria, los cuales figuran en las normas legales contenidos en el Código Tributario. A su vez, nos señalan que los elementos de la cultura tributaria citan a sus atributos los cuales son: valores del contribuyente y corporativos, las normas legales y la tecnología. Los valores refieren a la honestidad, integridad, solidaridad, lealtad, vocación de servicio, respeto, responsabilidad, excelencia y sentido de pertenencia. Las normas legales señalan las disposiciones y las sanciones que incurrirían en caso de omitir.

Mientras que, la tecnología evoca a las declaraciones de sus impuestos a través de internet.

En cuanto a la importancia de la cultura tributaria, según Amasifuen (2015), sugiere que, es necesario plantear a los ciudadanos que todos deben tributar sin excepción. Es decir, nadie debe ser excluido del pago de tributo. Por ello, es muy importante fomentar la cultura tributaria, basada en valores, responsabilidades y derechos, en el que se va a tener que modificar o aprobar algunas normas.

En consecuencia, la cultura tributaria es esencial para la recaudación y el soporte de nuestro país. La concientización tributaria permitirá que los ciudadanos puedan voluntariamente pagar sus impuestos obteniendo mayores oportunidades de desarrollo para sus hijos y generando una relación con el gobierno, reduciendo o anulando la evasión tributaria para el bienestar del país.

Mientras que, Solorzano (2008), menciona que, la vida social y la modificación de la conducta parten de las percepciones y creencias que tienen las personas con respecto a las entidades y quienes las dirigen, aclarando que la cultura tributaria percibe como una responsabilidad irrenunciable el pago de los impuestos y que existen por sí mismo, el cual se encuentra libre de cualquier factor que pueda condicionarla, siendo consciente y voluntaria el pago de los impuestos. De igual manera, Molina (1993), precisa que, el entorno socio-económico no solo es factor condicionante sino una precondition del ente gubernamental para realizar sus funciones tributarias, sosteniendo que el cumplimiento se relaciona de cerca con el prestigio político del Gobierno y percepción de transparencia en el uso de los recursos del fisco. Es así, como Nere (2008), refiere que, la globalización ha consentido alteraciones en la cultura tributaria, como son los choques culturales y la cultura tributaria, esto se debe a las políticas ignorantes y etnocéntricas, mientras que los retrasos son originados en el proceso de transformación o reforma, donde los choques deben evitarse a través de la implementación de las medidas de política fiscal apropiadas a nivel internacional. A la vez, Dawood et al (2020), afirma que, la cultura tributaria tiene un efecto significativo en la actividad tributaria, lo cual se evidencia por los métodos adoptados en algunos países para captar más contribuyentes relacionándose con ellos a través de asesoramientos y atenciones que benefician a ambos, lo cual se ve reflejado en las recaudaciones. Por ello,

Doerrenberg (2018), menciona que, es necesario las motivaciones intrínsecas para el cumplimiento tributario, presentando evidencias de que los efectos de género encontrado en la moral tributaria no están impulsados por diferencias en las preferencias de riesgo. De ello, Mumford (2017) precisa que, una cultura tributaria de impuestos se puede encontrar en los mecanismos que se despliegan para recaudar impuestos, entre el público y los medios de comunicación. A la vez, Niknamian (2021), señala que, es necesario fomentar la confianza entre las autoridades tributarias y los contribuyentes, promoviendo la cultura tributaria mediante los medios de comunicación, explicando la importancia de ello, además de familiarizarles con los procedimientos de recaudación.

En referencia a la variable de la informalidad comercial, Según Soto (1989), señala que, el sector informal está conformado por un conjunto de empresas, trabajadores y actividades que están fuera del marco legal que rige la actividad económica. Por lo que, Cosmin (2021), menciona que, la informalidad es un tema de importancia que perjudica los ingresos al fisco, por lo que recomienda realizar un estudio profundo aplicado en el campo de la evasión fiscal de acuerdo a la realidad de cada país. De igual manera, tiene algunas ventajas como son: Los precios más bajos, la calidad del producto es aceptable, genera trabajo, los lugares de venta son más accesibles y está enfocado a la población de bajos recursos. En cuanto a sus desventajas tenemos: Escasa garantía en los productos y servicios, sus instalaciones son inadecuadas, no puede exportar, no puede acceder a financiamiento y no tiene la posibilidad de establecer acuerdos estratégicos con sus proveedores.

Según Cárdenas (2011), señala que las causas que estimulan a las pequeñas empresas a la informalidad son: La falta de información, el comerciante generalmente desconoce de las leyes o normas, por lo que tiene temor a la SUNAT, ello se da por el desinterés y el nivel de estudios que tienen algunas personas que empiezan este negocio informal, preocupándose solo por generar ganancias. Los trámites burocráticos, debido a la poca información que tienen, creen que estos trámites generan gastos. El temor de perder los pocos ingresos, tienen temor de formalizarse por la fiscalización de la SUNAT ante cualquier acontecimiento que pudiera suscitarse. Bajo nivel de inversión, la

inversión que realizan es mínima por lo que no desean gastar dinero en los trámites para formalizarse.

Moreno (2016), manifiesta que, la consecuencia de la informalidad es limitar la recaudación al Estado, por lo que el gobierno no puede satisfacer necesidades básicas de la población, generando una situación de desigualdad y deslealtad entre las actividades formales e informales. Asimismo, Cárdenas (2010), señala que los comerciantes informales deben realizar mayores esfuerzos para no ser descubiertos y castigados por no pagar sus impuestos, en ese sentido señala emplear tácticas para no ser sancionados. La informalidad genera desconfianza frente a instituciones formales, imposibilitando obtener créditos a intereses elevados, de igual manera no podrá contratar con el Estado, así como no podrán exportar a pesar de contar con productos de buena calidad. Asimismo, Fleming (2000), manifiesta que, la economía del mundo puede variar considerablemente entre países, más aún si trata de la informalidad, dado el panorama incompleto que genera esta actividad, indicando que es el momento de desagregar la economía sumergida o informal en sus componentes para centrar los esfuerzos de investigación en estos sectores de forma independiente.

Por lo que, Abdul (2013), refiere que, los agentes tributarios tienen roles importantes en los sistemas tributarios como defensores de sus clientes e intermediarios para las autoridades fiscales. Siendo sus funciones cada vez más desafiantes con los cambios en el panorama fiscal, como con la implantación de los sistemas de autoevaluación (SAS) que transfiere más responsabilidad para que cumplan los ciudadanos con sus deberes tributarios. De igual manera, Fernández (2015), señala que la economía informal puede afectar los ciclos económicos. Es decir, introducir la informalidad amplifica los efectos de los choques de la productividad, propagando de manera imperfecta al sector formal al informal.

Por ello, Mirus (1997), manifiesta que, algunos expertos sugirieron que la moneda fiscal en la economía está matando la actividad económica que simplemente se vuelve a desarrollar en la clandestinidad, señalando que la regulación a menudo sofoca la actividad empresarial que luego escapa parcial o totalmente a las entidades fiscalizadoras, convirtiéndose esta en una actividad económica que de alguna manera se vuelve víctima de la política fiscal regulatoria que no debe ser vista como un problema sino como una solución. Por

otra parte, OECD (2019), indica que la vulnerabilidad en la economía informal se debe a que la mayoría de las personas que están empleadas de manera informal contribuyen al desarrollo económico social a través de mercados que no se encuentran protegidos, regulados o valorados por lo que recomienda examinar profundamente la informalidad, dependiendo del país, sus condiciones, ubicaciones y las etapas de su desarrollo, así como también evaluar los riesgos y las debilidades en la economía informal. A la vez, Ordower (2010), expresa que, la complejidad de la Ley Tributaria no fortalecerá el irrespeto a la recaudación, que por el contrario su complejidad es un subproducto del sistema tributario que consentirá la política social ofreciendo una amplia gama de incentivos económicos. A la vez aclara que, la Ley Tributaria se ha movido tan lejos de una percepción pública de justicia y necesidad que los cambios radicales son críticos para superar años de retórica y actividad anti-impuestos.

Prichard et al (2019), precisa que, se debe realizar proyectos de innovación que faciliten el cumplimiento tributario desarrollando un marco integrado para ampliar la comprensión de enfoques más efectivos para la reforma fiscal, que proporcionen un marco para la reforma tributaria. Por ello Akram (2018), deduce que, en los países en desarrollo su problema fiscal se debe a los no declarantes y a los posibles contribuyentes en el sector informal que no solo evaden impuestos, sino que no se encuentran registrados como contribuyentes, resultando de ello bajas recaudaciones, lo que alimenta déficits presupuestarios sustanciales, aumento de la deuda externa, inflación y afectando el crecimiento económico del país. De igual manera, Korostikena et al (2020), indica que, los impuestos son un fenómeno socialmente necesario, la base del mecanismo financiero para desarrollo sostenible, y son el regulador básico más importante de progreso social que por medio de los impuestos se logra un equilibrio social entre el público, intereses económicos corporativos y personales.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El tipo de investigación de este proyecto ha sido básica, porque se consiguió por medio de conocimientos y teorías previas en referencia a la cultura tributaria y la informalidad comercial. Carrasco (2005), señaló que, el estudio de investigación básica, es aquel que no se aplica inmediatamente, buscando incrementar y analizar el crecimiento del conocimiento científico existente en contraste con la realidad.

Nivel de investigación

El alcance o nivel de investigación es Descriptivo - Correlacional, en el que se orientó a alcanzar la información respecto a los objetivos de estudios y en el que mostró los detalles de los aspectos importantes en relación a las variables y sus dimensiones. Bernal (2010), sostuvo que, el nivel de investigación descriptivo, la variable ha tenido diversas situaciones y fenómenos que se expresaron en cada uno de forma independiente sin dejar de cumplir con el método de la encuesta o entrevista.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se usó es no experimental, en el que se analizó y describió las relaciones que existe entre las variables. Según, Arias (2020), nos mencionó que, en este diseño no hay condiciones experimentales que van a someter a las variables. Es decir, fueron estudiados sin alterar ninguna situación.

Enfoque de la investigación

En este estudio se desarrolló el enfoque cuantitativo que permitió obtener datos que han sido trasladados a números y de esa manera se hará posible su medición. Kothari (2004), menciona que, el enfoque cuantitativo es aquel que puede ser expresado en datos numéricos.

3.2. Variables y operacionalización

Variable independiente: Cultura tributaria

Definición conceptual:

Es un conjunto de conocimientos, valores y actitudes que comparten los integrantes de una sociedad en relación con la tributación y el cumplimiento de las normas establecidas (Roca, 2008).

Definición operacional:

El instrumento empleado fue el cuestionario, mediante la encuesta. El cuestionario nos permitió recolectar información o datos necesarios para nuestro estudio (Hernández, 2014).

Dimensiones:

Las dimensiones fueron: a) Conciencia tributaria, presentó como indicadores a los valores personales y a la falta de conocimiento. b) Educación tributaria, presenta como indicadores formación tributaria y capacitación

Escala de medición:

La escala de medición utilizada fue la escala de Likert, que fueron un grupo de ítems conformado por afirmaciones o juicios, en el que se permitió, aceptar o rechazar uno de los cuatro puntos al participante, siendo estas: Nunca 1, casi nunca 2, a veces 3, casi siempre 4 y siempre 5. Hernández (2014)

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Según Hernández (2018), define una población como el conjunto de todos los casos con ciertas características, es decir, una población correspondiente a las características que se investigan.

En esta investigación se consideró una población de 165 comerciantes que cuentan con un puesto de venta en el Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, según información brindada por la administración del mismo mercado.

Muestra

Establecido por Tamayo (2011), indicó que una prueba internacional o experto en expresión se refirió al momento que el investigador preparó factores o individuos para sus estudios representativos. Estos fueron patrones útiles con los requisitos de prueba, este modelo es un tipo de censal.

Por tipo de investigación se aplicará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = tamaño de muestra.

N = Tamaño de la población.

p = Probabilidad a favor, se usa comúnmente 0.5 valor constante.

q = Probabilidad en contra.

Z = valor obtenido utilizando el nivel de confiabilidad. Este es un valor fijo realizado en relación con el 95% de confianza equivalente a 1,96 (ideal para usar en nuestra fórmula) o relacionado con el 99% de confianza de 2.58.

e = límite de tolerancia del error de muestreo, generalmente cuando no se dispone de un valor de muestra, se usa un valor de 1% (0.01) a 9% (0.09) a discreción del entrevistador.

Tomando e=0.05 (5%), aplicando a la fórmula a la población, determinamos una muestra representativa de 116 comerciantes del Mercado 10 de Octubre, los mismos que tomamos de manera aleatoria.

Muestreo

Según Tamayo (2011), exhibe el hecho de que las muestras se basaron en ciertas regulaciones, una forma científica; Como derechos de grandes cantidades, la capacidad de probar eventos o eventos es P, muchas veces, si se repite, la tasa entre el tiempo ocurre y se produce la prueba total.

En esta investigación se ha considerado a miembros de una determinada población, el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, para realizar el muestreo de datos, realizando un muestreo aleatorio.

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para Casas (2003), los métodos de preguntas temáticas se utilizaron puramente como una técnica de investigación para obtener datos y resultados más precisos.

En este proyecto se utilizó la técnica de la encuesta, puesto que se obtuvieron resultados estadísticos para analizar mejor las variables y sus dimensiones.

Hernández (2014), considera que actualmente, la herramienta más utilizada es el cuestionario, que recoge datos preguntando por las variables de investigación y sus dimensiones.

El cuestionario que se utilizó en esta investigación es auténtico y confiable, fue un cuestionario con terminación escrita, el mismo que se utilizó para recopilar información relevante para este estudio. Las preguntas fueron individuales, medidas en escala tipo Likert, con los siguientes niveles de respuesta: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

Según Hernández y Baptista (2007), la recolección de datos es una etapa necesaria para ampliar la investigación; los datos relacionados necesarios para elementos similares, medidos en un nivel (1, 2, 3, 4, 5), se agruparon por variables y dimensiones.

Se recopilaron ítems agrupados y/o conjuntos de datos para un buen aprendizaje. En la encuesta usada, se utilizarán escalas de 5 puntos, es decir, 5 posibles respuestas (1, 2, 3, 4, 5).

Tabla 1

Escala de Likert del cuestionario de las variables

Alternativas	Puntuación
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Nota: Elaboración Propia

Confiabilidad

Se efectuó el análisis de la consistencia interna con el propósito de conocer la intensidad de la confiabilidad que presentan los ítems. Para ello se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach. Este es adecuado al utilizar preguntas con escala ordinal. Asimismo, para la interpretación se efectuó considerando los siguientes valores.

Tabla 2

Interpretaciones para el coeficiente Alfa

Alfa de Cronbach	Interpretación
$\alpha < 0,5$	Es inaceptable
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Es pobre
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Es cuestionable
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Es aceptable
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Es bueno
$0,9 \leq \alpha \leq 1$	Es excelente

Nota. Extraído de George y Mallery (2003)

Tabla 3

Alfa de Cronbach sobre las preguntas de cultura tributaria

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,745	12

Nota: dato obtenido de SPSS V.28.0.

Se interpreta que existe una confiabilidad aceptable en las 12 preguntas sobre cultura tributaria al tener un Alfa de Cronbach de 0,745.

Tabla 4

Alfa de Cronbach sobre las preguntas de informalidad comercial

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,832	12

Nota: dato obtenido de SPSS V.28.0.

Se considera que hay una confiabilidad buena en las 12 preguntas sobre informalidad comercial al haber un Alfa de Cronbach de 0,832.

3.5. Procedimientos

Las participantes de esta investigación, las mismas que no tuvieron ninguna relación con la asociación de trabajadores del mercado 10 de Octubre San Juan de Lurigancho, aplicaron el cuestionario y recolección de datos respecto a las variables de investigación: cultura tributaria e informalidad comercial. En la aplicación del cuestionario los participantes respondieron las preguntas según formato de Google Form mediante un equipo electrónico, los datos tomados de cada participante tuvieron de forma obligatoria su número de DNI, correo electrónico y número de puesto según el piso en el que se encontraron, esto sirvió como constancia de que los participantes en la investigación respondieron las preguntas del cuestionario. Finalmente, cuando se obtuvo los datos de los cuestionarios, se procesó, analizó obteniendo resultados que permitieron comparar con las hipótesis planteadas o propuestas.

3.6. Método de análisis de datos

Para obtener los datos requeridos, primero se realizó la encuesta en la entidad seleccionada y los datos obtenidos se registran en una tabla de Excel para su agregación, creando una base de datos con todos los resultados.

Los datos se analizaron con el programa estadístico español SPSS versión 28.0.1.1 Los resultados obtenidos se presentan en forma de tablas y porcentajes junto con su interpretación.

3.7. Aspectos éticos

En este proyecto cabe señalar que los principios básicos de la ética personal y social fueron implementadas a través de la ética profesional, desde un punto de vista práctico a través de códigos de conducta, principios de buena práctica y juicios de valor acordes con el código de la Universidad César Vallejo. De la ética, que se atribuyó a la finalidad de las cosas y a la naturaleza humana racional, según los siguientes principios: Integridad, objetividad, competencia y cuidado profesional, seguridad, actitud profesional.

En general, este proyecto de investigación fue desarrollado bajo la guía de los valores éticos como un proceso holístico, estructurado, coherente, continuo y racional de búsqueda de nuevos conocimientos para descubrir una Verdad o una hipótesis falsa.

IV. RESULTADOS

Según los objetivos de esta investigación, y tomando a la muestra de estudio se han obtenido los siguientes resultados:

4.1. Resultados descriptivos:

OE 1: Identificar la relación cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Tabla 5

Variable Independiente Dimensión 1_Conciencia Tributaria

Ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1. ¿A escuchado Ud. los términos: ¿Valores personales y conciencia tributaria?	18	16	24	21	30	26	29	25	15	13	116	100
2. ¿Cree Ud. que se puede relacionar valores personales con conciencia tributaria?	12	10	9	8	43	37	35	30	17	15	116	100
3. ¿Considera Ud. que la falta de conocimiento sobre cultura tributaria se deba a que no se imparte una educación tributaria desde muy temprana edad?	3	3	11	10	40	35	35	30	27	23	116	100

4. ¿Cree Ud. que los valores personales son uno de los factores que determinan la conducta de los contribuyentes?	1	1	2	2	28	24	47	41	38	33	116	100
5. ¿Cree Ud. que la falta de conocimiento en temas tributarios ha contribuido con la evasión tributaria en nuestro país?	2	2			18	16	37	32	59	51	116	100
6. ¿Considera Ud. que un mecanismo de ayuda ante la falta de conocimiento es que la SUNAT brinde asesoría especial a los comerciantes de los mercados para evitar la evasión tributaria?	1	1	1	1	4	3	31	27	79	68	116	100
Promedio dimensión 1: Conciencia Tributaria	6	5	8	7	27	23	36	31	39	34	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

En la tabla 5, según los resultados obtenidos, el 34% de los encuestados indicaron que siempre tiene una conciencia tributaria, mientras que el 31% consideró que casi siempre; el 23% a veces desconoce tener conciencia tributaria, sin embargo, el 7% y 5% han considerado que casi nunca y nunca tienen conciencia tributaria respectivamente.

Tabla 6

Variable Independiente Dimensión 2_ Educación Tributaria

Ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
7. ¿Está de acuerdo que la SUNAT deba promover la formación tributaria en las escuelas?	1	1	4	3	18	16	39	34	54	47	116	100
8. ¿Considera Ud. que la formación tributaria va a contribuir en la recaudación de impuestos?	2	2	1	1	15	13	50	43	48	41	116	100

9. ¿Considera Ud. que un país en desarrollo es aquel en el que, sus contribuyentes pagan puntualmente sus impuestos por tener formación tributaria?	1	1	1	1	51	44	35	30	28	24	116	100
10. ¿Ha recibido alguna capacitación u orientación de la SUNAT?	71	61	16	14	12	10	6	5	11	10	116	100
11. ¿Le gustaría participar de las charlas y capacitaciones que brinda la SUNAT?	3	3	3	3	33	28	31	27	46	40	116	100
12. ¿Considera Ud. que la formación tributaria va a permitir que paguen voluntariamente sus impuestos dentro de los plazos establecidos por la SUNAT?	2	2	1	1	58	50	37	32	18	16	116	100
Promedio Dimensión 2:												
Educación Tributaria	13	12	4	4	31	27	33	28	34	29	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.4

En la tabla 6, se observa que, del 100% de los comerciantes del mercado encuestado, el 29% respondieron siempre se debe tener una educación tributaria desde la etapa escolar, sin embargo, el 28% indica que casi siempre, el 27% considera que a veces, mientras que el 12% nunca lo cree conveniente, sin embargo, sólo el 4% considera que casi nunca está de acuerdo.

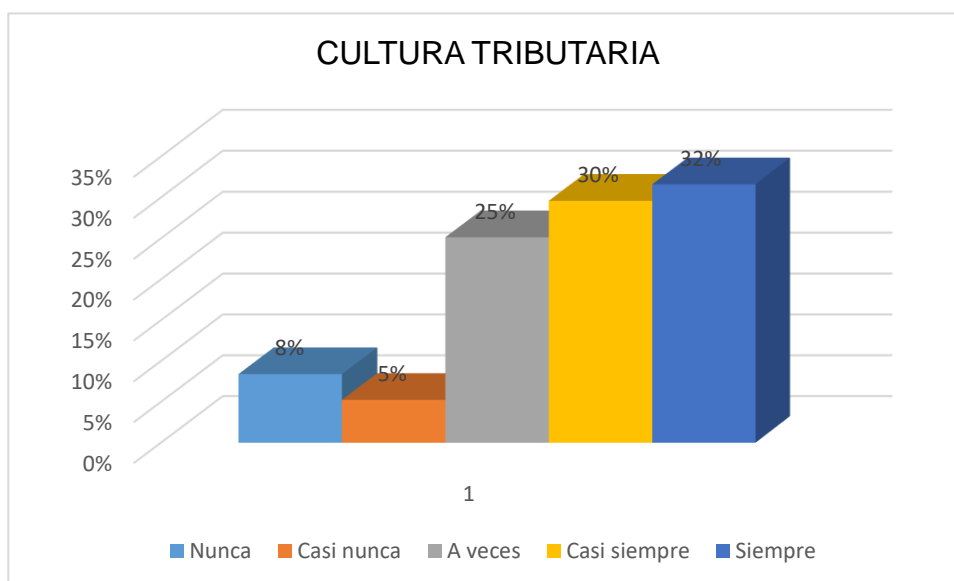
Tabla 7

Resultado de la variable Cultura Tributaria

Dimensión	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Conciencia Tributaria	6	5	9	8	27	23	36	31	39	34	116	100
Educación Tributaria	13	12	4	4	31	27	33	28	34	29	116	100
Promedio variable: Cultura Tributaria	10	9	7	6	29	25	35	30	37	32	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Figura 1 Resultado de la variable Cultura tributaria



Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

El resultado que se muestra en la tabla 7 y en la figura 1, el 32% han señalado que siempre tienen una cultura tributaria, el 30% considera que casi siempre, el 25% cree que a veces, mientras el 8% y el 5% consideró nunca y casi nunca respectivamente.

OE2: Identificar la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Tabla 8

Variable Dependiente D1_ Comercio Ambulatorio

ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
1. ¿Considera Ud. que el desempleo es causa de la informalidad?	54	47	44	38	6	5	6	5	6	5	116	100
2. ¿Si ganara mucho menos le convendría más el comercio ambulatorio?	28	24	37	32	32	28	12	10	7	6	116	100
3. ¿El desempleo lo orientaría hacia la informalidad?	18	16	25	22	23	20	13	11	37	32	116	100

4. ¿Considera Ud. que no es necesario formalizarse para iniciar o emprender un negocio?	35	30	26	22	32	28	10	9	13	11	116	100
5. ¿Cree Ud. que la formalidad comercial no ayude a mejorar su economía?	55	47	39	34	8	7	6	5	8	7	116	100
6. ¿Considera Ud. que la burocracia impide la formalización de los pequeños comerciantes?	4	3	11	9	8	7	39	34	54	47	116	100
Promedio dimensión 1:												
Comercio Ambulatorio	32	28	30	26	18	16	14	12	21	18	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Del total de comerciantes encuestados, en la tabla 8, el 28% de los encuestados, han indicado que nunca el comercio ambulatorio es conveniente, el 26% se mantuvo que casi nunca, el 18% consideró que siempre, pero el 16% indicó que casi nunca, y el 12% nunca.

Tabla 9

Variable Dependiente Dimensión 2_ Comercio Ambulatorio

Ítem	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
7. ¿Le es difícil emitir comprobante de pago por sus ventas?	6	5	8	7	3	3	23	20	76	66	116	100
8. ¿Considera Ud. que su negocio no es tan rentable y por ello no declaran sus impuestos?	31	27	32	28	33	28	9	8	11	9	116	100
9. ¿Considera Ud. que los impuestos que debe pagar son muy altos?	13	11	20	17	27	23	28	24	28	24	116	100
10. ¿Ud. desconoce sobre las sanciones o multas por omisión de pago?	18	16	13	11	3	3	21	18	61	53	116	100
11. ¿Si la SUNAT le fiscalizará Ud. ocultaría información?	58	50	10	9	20	17	12	10	16	14	116	100
12. ¿Le es difícil que su negocio sea registrado y formalizado por SUNAT?	36	31	4	3	2	2	6	5	68	59	116	100
Promedio Dimensión 2: Evasión Tributaria	27	23	15	13	15	13	17	14	43	37	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Del total de comerciantes encuestados, en la tabla 9, el 36% de los encuestados, han indicado que siempre la evasión tributaria es una alternativa para que su negocio prospere, el 23% contradijo en que nunca, el 15% consideró que casi nunca, pero el 13% indicó que casi siempre, así como a veces.

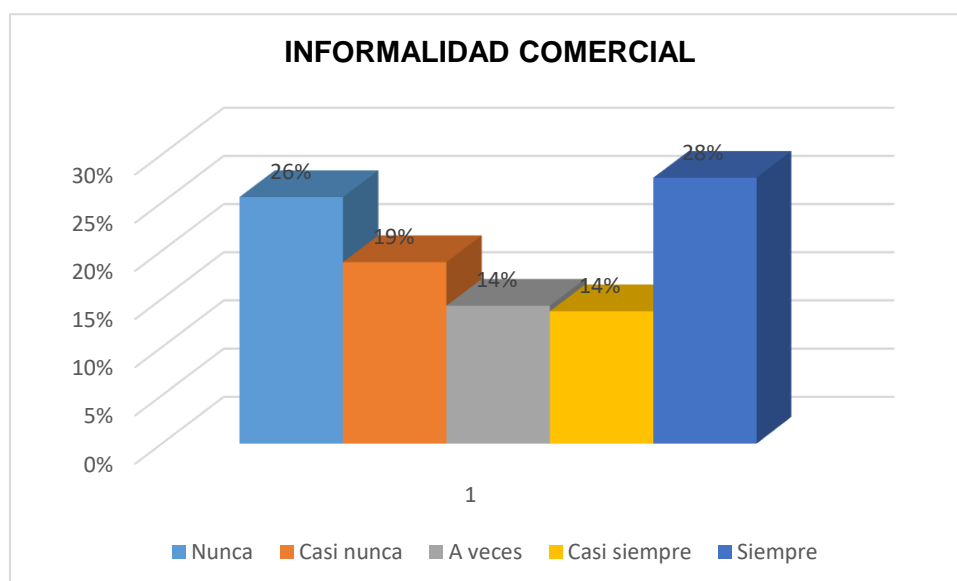
Tabla 10

Resultado de la variable Informalidad Comercial

DIMENSION	Nunca		Casi Nunca		A veces		Casi Siempre		Siempre		Acumulado	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Comercio Ambulatorio	32	28	30	26	18	16	14	12	21	18	116	100
Evasión Tributaria	27	23	15	13	15	13	17	14	43	37	116	100
Promedio	30	26	22	19	16	14	15	13	32	28	116	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Figura 2 Resultado de la variable Informalidad Comercial



Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a los comerciantes del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Del total de comerciantes encuestados, en la tabla 10 y figura 2, el 28% de los encuestados, han indicado que, siempre la informalidad comercial es un problema, el 26% se mantuvo que nunca, el 19% consideró que casi nunca, pero el 14% indicó que casi siempre, así como a veces.

4.2. Resultados correlacionales

OE3: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho

Para realizar la evaluación de la correlación, en primer lugar, se analizó si hay presencia de distribución normal en las variables o dimensiones analizadas. De manera que se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la cual se aplica con más de 50 datos. En caso de hallarse distribución normal se debe aplicar la prueba de Pearson, caso contrario se debe aplicar la prueba de Spearman.

Prueba de normalidad.

H1. No hay presencia de distribución normal en las variables ni tampoco en las dimensiones evaluadas.

H0. Sí hay presencia de distribución normal en las variables y también en las dimensiones evaluadas.

Nivel de significancia

0,05

Prueba estadística considerada

Tabla 11

Pruebas de normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Ítem	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístic	o	gl
Variable 1: Cultura tributaria	0,084	116	0,045
Variable 2: Informalidad comercial	0,099	116	0,007

Nota: Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 11, se muestra que ambas variables muestran valores inferiores al nivel de 0,05. Por lo cual se rechaza la hipótesis nula; y por tanto se infiere que ambas variables y las dimensiones analizadas no poseen distribución

normal. Ello indica que se debe aplicar la prueba de Spearman para realizar la evaluación de la contrastación de hipótesis.

Objetivo General: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho

Hipótesis general

H1. Existe relación significativa entre cultura tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de octubre de San Juan de Lurigancho.

H0. No existe relación significativa entre cultura tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de octubre de San Juan de Lurigancho.

Nivel de significancia

0,05

Prueba estadística considerada

Tabla 12

Correlación de Spearman entre la variable 1 Cultura tributaria y la variable 2 Informalidad comercial

			Variable 1: Cultura tributaria	Variable 2: Informalida d comercial
Rho de Spearman	Variable 1: Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	-0,677**
		Sig. (bilateral)	.	0,001
		N	116	116
	Variable 2: Informalidad comercial	Coeficiente de correlación	-0,677**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	116	116

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

Se muestra en la tabla que hay un valor de significancia de 0,001. Por lo cual es menor al nivel de 0,05. Por ello se rechaza la hipótesis nula y por tanto se permite afirmar que existe relación significativa entre cultura tributaria y la

informalidad comercial en el mercado 10 de octubre de San Juan de Lurigancho. Por otro lado, se dio un coeficiente de Rho de Spearman de -0,677. De manera que se interpreta que la relación fue negativa y de intensidad moderada.

Hipótesis específica 1

H1. Existe relación significativa entre la conciencia tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

H0. No existe relación significativa entre la conciencia tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Nivel de significancia

0,05

Prueba estadística considerada

Tabla 13

Correlación de Spearman entre la dimensión 1 Conciencia tributaria y la variable 2 Informalidad comercial

			Dimensión 1: Conciencia tributaria	Variable 2: Informalida d comercial
Rho de Spearman	Dimensión 1: Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	-0,552**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	116	116
	Variable 2: Informalidad comercial	Coeficiente de correlación	-0,552**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	116	116

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

Se evidencia en la tabla que hubo un valor de significancia de 0,000. De manera que es menor al nivel de 0,05. Ello muestra que se rechaza la hipótesis nula y por tanto se permite afirmar que existe relación significativa entre la conciencia tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho. Por su parte, se dio un coeficiente de Rho de Spearman de -0,552. De manera que se interpreta que la relación fue negativa y de intensidad moderada.

Hipótesis específica 2

H1. Existe relación significativa entre la educación tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

H0. No existe relación significativa entre la educación tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Nivel de significancia

0,05

Prueba estadística considerada

Tabla 14

Correlación de Spearman entre la dimensión 2 Educación tributaria y la variable 2 Informalidad comercial relaciones

		Dimensión 2: Educación tributaria	Variable 2: Informalidad comercial	
Rho de Spearman	Dimensión 2: Educación tributaria	Coefficiente de correlación	1,000	-0,635**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	116	116
	Variable 2: Informalidad comercial	Coefficiente de correlación	-0,635**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	116	116

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

Se aprecia en la tabla que hay un valor de significancia de 0,000. Por lo cual es menor al nivel de 0,05. Ello muestra que se rechaza la hipótesis nula y por tanto se permite afirmar que existe relación significativa entre la educación tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho. Por otro lado, se dio un coeficiente de Rho de Spearman de -0,635. De manera que se interpreta que la relación fue de negativa y de intensidad moderada.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación se elaboró a la problemática que se tiene en los diferentes comerciantes de mercados, en este caso el mercado 10 de octubre, en la informalidad para brindar comprobantes de pagos a sus clientes, evadiendo sea de manera voluntaria o involuntaria los impuestos que permitan desarrollar el país en el que vivimos, según los resultados obtenidos se procedió a desarrollar la discusión señalada en el objetivo general del estudio: Determinar la relación entre cultura tributaria y la informalidad comercial del mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Las dos variables estudiadas en esta investigación contaron con 12 ítems respectivamente; es decir, el instrumento contó con 24 preguntas, las cuales se fueron aplicando a los comerciantes de este mercado. Posterior a ello, se procesaron los datos obtenidos tanto por Excel como el software SPSS V28.0.1.1. realizando la prueba de fiabilidad de Alfa de Cronbach, obteniendo para la variable cultura tributaria un resultado aceptable (0.745) conforme a la tabla 3 y bueno (0.832) para la variable informalidad comercial, tabla 4. Según George y Mallery(2003) cuanto más se aproxime el valor a 1, es excelente y confiable.

Conforme a la hipótesis general, se determinó que: no existe relación significativa entre la cultura tributaria y la informalidad comercial en el mercado 10 de octubre de San Juan de Lurigancho, por medio de la prueba estadística de Rho de Spearman, cuyo valor de la significancia bilateral fue 0.001, en la tabla 11 se muestra el resultado menor a 0.05 con prueba de Kolmogorov-Smirnov^a, se muestra que ambas variables poseen valores inferiores al nivel de 0.05, por lo que, aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula; así mismo el valor de correlación es -0.677, lo que explica que existe correlación negativa moderada entre las variables de estudio (cultura tributaria e Informalidad), la misma que se interpreta que la relación fue negativa y de intensidad moderada entre las variables estudiadas, concordando con Torres (2019), el mismo que en su investigación acepto la hipótesis alterna al no tener relación entre sus variables la cultura de tributos y la evasión tributaria,

concluyendo con la afirmación de la relación existente entre el conocimiento de incentivos tributarios y la evasión tributaria; sin embargo, Jinez y Velarde (2019), según las variables estudiadas poseen correlación positiva y alta ($R= 0.877$, $R= 0.856$).

A nivel de los objetivos específicos:

EO1: Identificar la relación cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

De acuerdo a los resultados en la tabla 7 los comerciantes del mercado 10 de octubre han señalado tener siempre conciencia y educación tributaria, representado por el 32%, un 5% indicó casi nunca tener u optar por estas dimensiones, discrepando con Casique, Garaque, Hidalgo y Tapia (2019), los mismos que en su investigación obtuvieron como resultado que los comerciantes desconocen sobre la cultura tributaria, comprobando que esto sucede debido a las diferentes trabas y requisitos interpuestas por la entidad administradora. Pero concordando con Contreras (1997), refiere que la cultura tributaria presenta valores, tales como el conocimiento y la conducta de las personas frente a un hecho determinado, en conclusión, también nos señala que los elementos de la cultura tributaria citan a sus atributos los cuales son: valores del contribuyente y corporativos, las normas legales y la tecnología.

OE2: Identificar la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

De los resultados mostrados en la tabla 10, el 32% no cree conveniente formalizarse por los numerosos requerimientos para realizar esta gestión, además que es más factible ocultar información sobre sus tributos y su comercio ante una eventual fiscalización de cualquier ente administrador de impuestos, pero también es consciente que evadir impuestos no contribuye a mejorar como nación, región y/o localidad, Cubas (2021), no guarda la misma opinión que nosotras, ya que su investigación tuvo como finalidad precisar si la cultura tributaria interviene en la evasión de impuestos de los comerciantes, cuyos resultados fueron que el 59% de los encuestados no conocen sobre tributación y el 65% carece de conciencia en relación al pago de impuestos y el desarrollo

de la comunidad y el 67% sobre el crecimiento del país, concluyó que se debe detallar el proyecto de capacitación tributaria para fomentar la cultura tributaria en los comerciantes, al contrario de con Casique, Garaque, Hidalgo y Tapia (2019), que indican que la informalidad en las bodegas es alto en un 51%, por cuanto lo que sus comerciantes prefieren realizar sus funciones comerciales informalmente, según ellos, en beneficio de mayor rentabilidad. Dichos resultados guardan similitud Según Cárdenas (2011), quien señala que las causas que estimulan a las pequeñas empresas a la informalidad son: La falta de información, el comerciante generalmente desconoce de las leyes o normas, por lo que tiene temor a la SUNAT, ello se da por el desinterés y el nivel de estudios que tienen algunas personas que empiezan este negocio informal, preocupándose solo por generar ganancias, pero a causa de los trámites burocráticos, debido a la poca información que tienen, creen que estos trámites generan gastos y al temor de perder los pocos ingresos, por ello es que prefieren no formalizarse por la fiscalización de la SUNAT ante cualquier acontecimiento que pudiera suscitarse.

EO3: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho.

Conforme a los resultados de la tabla 11, en los que la significancia mostrada es de 0.001, podemos evidenciar que no se aguarda relación entre variables, pero si entre variable y sus dimensiones contenidas en ellas mismas, lo que no es respaldado por Cubas (2021), quien indica que cultura tributaria interviene en la evasión de impuestos de los comerciantes, puesto que cuyos resultados indicaron que el 59% de los encuestados no conocen sobre tributación y el 65% carece de conciencia en relación al pago de impuestos y el desarrollo de la comunidad y el 67% sobre el crecimiento del país, concluyó que se debe detallar el proyecto de capacitación tributaria para fomentar la cultura tributaria en los comerciantes.

VI. CONCLUSIONES

1. Con respecto al primer objetivo específico: Identificar la relación cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, de acuerdo a los comerciantes encuestados, consideran que la conciencia y educación tributaria son uno de los factores que determina la conducta de los contribuyentes, por lo que es necesario impartir educación tributaria desde muy temprana edad, ya que su desconocimiento y la falta de capacitaciones en los mercados por parte del ente recaudador (SUNAT) ha generado evasión tributaria, perjudicando la recaudación de impuestos en nuestro país.
2. En cuanto, al segundo objetivo específico: Identificar la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, en referencia a las encuestas realizadas, los comerciantes alegan que ante la falta de empleo tienen que trabajar como informales y que no han podido formalizarse debido a la burocracia que existe en la administración pública, además de que los impuestos que deben pagar son muy altos, y si hubiera alguna fiscalización por parte de la SUNAT, ellos estarían dispuestos a brindarles, sin ocultar sin ninguna información.
3. En referencia, al tercer objetivo específico: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, debo señalar que en este objetivo de acuerdo a la encuesta realizada no existe ninguna relación en cuanto cultura tributaria e informalidad comercial de acuerdo a la correlación de spearman utilizada.
4. De acuerdo con el objetivo general: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, arrojé un coeficiente de correlación de Spearman $r = -0,677$, que indica una correlación negativa entre las variables estudiadas, lo que nos orienta a la aceptación de la H_0 como conveniente.

VI. RECOMENDACIONES

1. Con respecto al primer objetivo específico: Identificar la relación cultura tributaria en los comerciantes del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, para reforzar una cultura tributaria sólida, recomendamos a la administración del mercado 10 de octubre y a la municipalidad de San Juan de Lurigancho realizar campañas enfocadas en la transmisión de conocimientos cívicos-tributarios que estén dirigidos a estudiantes de nivel primario alto (5to, 6to) y secundario (todos los niveles), cuyo objetivo principal será prepararlos para el día a día adulto, así que de esa forma hacer prevalecer sus derechos y deberes de cumplir sus obligaciones con total responsabilidad.
2. En cuanto, al segundo objetivo específico: Identificar la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria combatir la informalidad, de la mano con el gobierno, optimizar sus políticas tributarias considerando que en su mayoría, los comercios son pequeños, por lo que su capital de inicio es solo para subsistir. En tal sentido, se debe incentivar la formalidad comercial, así como el crecimiento en todos los ámbitos.
3. En cuanto, al tercer objetivo específico: Establecer la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, se recomienda a los entes administradores de tributos trabajar de la mano con la administración del mercado, e implementar capacitaciones o campañas informativas de los efectos que tienen no formalizarse aún así teniendo una cultura alta, llevar a cabo descuentos por pronto pagos o de multas.

4. De acuerdo con el objetivo general: Determinar la relación entre la cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, se recomienda a las autoridades tributarias, brindar las debidas capacitaciones y orientaciones adecuadas a los comerciantes respecto a sus obligaciones tributarias, esto para mejorar económicamente a nivel local, regional y nacional, además deberá realizar campañas en los mercados en los que se incentive la participación de sus comerciantes.

REFERENCIAS

- Abdul, S. (2013). A thesis submitted in fulfilment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Taxation in the University of Canterbury. https://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/handle/10092/9426/thesis_fulltext.pdf?sequence=1
- Akram, M. (2018). The way to tax compliance from tax evasion in Pakistan a test of the mediating model of individual non-filers by utilizing the theory of planned behaviour. <http://pr.hec.gov.pk/jspui/bitstream/123456789/13349/1/Thesis%20Akram%20%28Final%20Draft%29.pdf>
- Aliaga, M. (2020). *Cultura tributaria y cobranza coactiva en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Lobatón, Lince 2019*. Lima: Tesis de Doctorado <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2943188>.
- Alva, M. & Ramos, G. (2020). *Manual Tributario*. Lima: Instituto Pacifico SAC.
- Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Revista Accounting power for business, ISSN 2414-8180. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2586/Genith_Trabajo_Bachillerato_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arévalo, K., Andrade, C., & Pastrano, E. (2020). *Evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal de los pequeños empresarios del Cantón Babahoyo*. Ecuador: Sinergia Académica, 3(4), 12-21. <http://www.sinergiaacademica.com/index.php/sa/article/view/2/167>.
- Bonilla, E. (2018). La cultura tributaria como herramientas de política fiscal: La experiencia de Bogotá. *Revista ciudades, estados y política*, 23.

- Bravo, J. (2020). *Panorama tributario: Desafíos para el Perú de cara al 2021*.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/panorama-tributario-desafios-para-el-peru-de-cara-al-2021>
- Burgos, Z. (2020). La Cultura Tributaria de los Pequeños Productores Rurales en la Feria Libre de Jipijapa. *Revista Colon Ciencias, Tecnología y Negocios*, Vol. 7 N° 1, pp. 58 – 68
https://revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn/article/view/1141/957.
- Cárdenas, M., Fernández, C., Rasteletti, A., & Zamora, D. (2021). *Cuatro estrategias fiscales para reducir la informalidad en América Latina y el Caribe*. <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/cuatro-estrategias-fiscales-para-reducir-la-informalidad-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Centro de Estudios de Administración Tributaria. (2020). *Las Causas de Evasión en la República Argentina*. ARGENTINA: CEAT
<http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2020/05/Las-causas-de-la-evasion-en-la-Republica-Arg.pdf>.
- Chávez, P. (1993). *La tributación*.
<https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/1993/segundo/a05.pdf>
- Chemes, J., & Etchevarría, M. (2018). *Economía y comercio informal*.
<https://fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/trabajos/uploads/trabajos/94.pdf>
- Choy, E. (2018). *La informalidad en los sectores económicos y la evasión tributaria en el Perú*. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/6805/6026>

- Contreras, J. (1997). El sector informal ¿Superación económica o condición de atraso? *Política y cultura*, número 8, primavera, 1997, pp.87 – 113.
<https://www.redalyc.org/pdf/267/26700805.pdf>
- Cosmin, I. (2021). Tax optimization versus tax evasión given the premise that romania is a member state of the european unión.
<https://doctorate.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/21.REZUMAT-engl-Cosmin-PITU.pdf>
- Cubas, E. (2021). *La Cultura Tributaria y su Influencia en la Evasión de Impuestos de los Comerciantes de la Parada Municipal Santa Rosa, Bagua Grande - 2020*. Chiclayo.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8415/Cubas%20Ballesteros%20Ericka%20Marilee.pdf?sequence=1>.
- Dawood, I. Alwaan, R., Hussein, K. (2020). Tax culture and it impact on tax activity (applied research regarding the general authority for taxation). *International journal of innovation, creativity and change*, volume 10.
https://www.researchgate.net/publication/339439263_Tax_Culture_and_its_Impact_on_Tax_Activity_Applied_Research_Regarding_the_General_Authority_for_Taxation
- Dix, R., Goldberg, P., Meghir, C., Ulyssea, G. (2021). Trade and informality in the presence of labor market frictions and regulations. *National Bureau of economic research. Massachusetts*.
https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28391/w28391.pdf
- Doerrenberg, P. y Peechl, A. (2018). Tax morale and the role of social norms and reciprocity: Evidence from a randomized survey experiment. Discussion paper series, IZA Institute of Labor Economics, Germany.
<https://docs.iza.org/dp11714.pdf>
- Escartin, E. (2010). *Historia del pensamiento económico*. Tema 16: David Ricardo. Pág. T16-216.

<https://personal.us.es/escartin/Ricardo.pdf>

Fariza, I. (2021). *El sector informal supone la tercera parte del PIB y el 70% del empleo en los países emergentes*. <https://elpais.com/economia/2021-05-11/el-sector-informal-supone-la-tercera-parte-del-pib-y-el-70-del-empleo-en-los-paises-emergentes.html>

Fernández, A. (2015). *Informal employment and business cycles in emerging economies: The case of México*. IDB Working paper series No. IDB-WP-515
<https://publications.iadb.org/publications/english/document/Informal-Employment-and-Business-Cycles-in-Emerging-Economies-The-Case-of-Mexico.pdf>

Fleming, M. (2000). The shadow Economy. *Journal Of international affairs*.
https://repository.lboro.ac.uk/articles/journal_contribution/The_shadow_economy/9473264/1

George, D. & Millery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and and reference*. 11.0. Boston: Allyn & Bacon.

Hernández S. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.ª ed.). México: Interamericana editores.

Hizo, V. (2019). *Comercio ambulatorio y su incidencia tributaria en el distrito de Barranca, 2019*.
<https://repositorio.unab.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12935/107/TESIS%20VILA%20YULISA%20HIZO%20HUERTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Korostelkina, I., Dedkova, E., Varaksa, N., Korostelkin, M. (2020). Models of tax relations: improving the tax culture and discipline of taxpayers in the interests of sustainable development

https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2020/19/e3sconf_btse2020_06014.pdf

Lima, J. (2020). La Incidencia de la Cultura Tributaria en la Recaudación de Impuestos de IVA y Renta en la Ciudad de Tulcán - Ecuador. *Universidad Regional Autónoma de los Andes*, <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/12085/1/UTPICYA001-2021.pdf>.

Luna, J. (15 de Febrero de 2019). *Informalidad: El ancla del Perú*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/informalidad-el-ancla-del-peru>

Martínez, C. (2020). La Cultura Tributaria como Medida para Elevar los Niveles de Recaudación de Impuestos en Panamá. *Revista Faeco Sapiens*, Vol. 3 (2) pp. 1 – 12 https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/1361/1118.

Mirus, R. (1997). *Canada's Underground Economy: Measurement and implications*, en O. Lippert y M. Walker. *The Underground Economy: Global Evidence of its Size and Impact*. <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/UndergroundEconomy.pdf>

Molina, C. (1993). *Conducta individual y conciencia tributaria*. https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista_12/conducta_individual_y_conciencia_tributaria_molina_mexico.pdf

Montiel S., Peña, A. & Martínez, Carlos. (2020). *Cultura Tributaria: Formas de Mejorarla*. Cartagena, Colombia: Universidad Libre. <https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/libros/Cultura-Tributaria.pdf>.

Mumford, A. (2017). *Taxing culture. Towards a theory of tax collection law*.

<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315241753/taxing-culture-ann-mumford>

Nere, B. (2008). *Tax Culture: A Basic Concept for Tax Politics*. German Technical Cooperation (GTZ) Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5, D-65726 Eschborn, Germany.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0313592608500117?via%3Dihub>

Niknamian, S. (2021). Investigating tax culture of the tax payers of the Iranian tax administration. Board member of Weston A price foundation, Washington Dc, USA.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3789764

OECD (2019). Informal economy, informal employment and employment in the informal sector: International and operational definitions. Tackling vulnerability in the informal economy.

<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/103bf23e-en.pdf?expires=1653160419&id=id&accname=quest&checksum=20431CF9565856E89D0C2E11AA7A450F>

Ordover, H. (2010). The culture of tax avoidance. Saint Louis University law journal, volume 55.

<https://scholarship.law.slu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1449&context=slj>

Perez, C. (2020). *Definiciones y repercusiones de la informalidad*

<https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2018/07/Definiciones-y-Repercusiones-de-la-Informalidad-DT-2020-01.pdf>

Prichard, W., Custus, A., Dom, R., Davenport, S., Roscitt, M. (2019). Innovations in tax compliance. Conceptual framework.

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/816431569957130111/pdf/Innovations-in-Tax-Compliance-Conceptual-Framework.pdf>

Quispe, G., Arellano, O., Negrete, O., Rodríguez, E., Vélez, K. (2020). La Cultura Tributaria y su efecto en la Evasión Fiscal en el Ecuador. *Revista Espacios*, Vol. 41 (29) 2020 - Art. 12.

<http://www.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>.

Ramírez, R. (2019). *La informalidad del comercio en el Perú*.

<http://repositorio.untrm.edu.pe/handle/UNTRM/1844>

Roca, C. (2008). Strategies to develop a tax culture. *Topic I, Guatemala*.

https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Ingles/guatemalaala41_2008_topic_1_roca_guatemala.pdf

Ruiz, N. (2022). *Comercio informal, solución provisional a la falta de empleo digno*. <http://cucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>

<http://cucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>

Taylor y

SUNAT. (2020). *Cultura Tributaria y Aduanera*. Lima, Perú: SUNAT

cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/LibroCultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
X: Cultura tributaria	Es un conjunto de conocimientos, valores y actitudes que comparten los integrantes de una sociedad en relación con la tributación y el cumplimiento de las normas establecidas (Armas & Colmenares, 2009).	El instrumento a utilizar será el cuestionario, a través de la encuesta. El cuestionario nos va permitir recolectar información o datos necesarios para nuestro estudio. Hernández (2014).	Conciencia tributaria	Valores personales	Es la escala de Likert.
				Falta de conocimiento	
			Educación tributaria	Formación tributaria.	
				Capacitación.	
Y: Informalidad comercial	La informalidad comercial está conformada por un conjunto de empresas que no se rigen dentro del marco legal, encontrándose al margen de las obligaciones tributarias y normas legales, por ello no cuentan con los beneficios que el Estado ofrece. (Loayza, 2010).	El instrumento a utilizar será el cuestionario, a través de la encuesta. El cuestionario nos va permitir recolectar información o datos necesarios para nuestro estudio. Hernández (2014).	Comercio ambulatorio	Desempleo	Es la escala de Likert.
				Formalización comercial	
			Evasión tributaria	Ocultar información	
				Omisión de pago	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO

OBJETIVO:

Recolectar información para analizar y determinar la influencia de la cultura tributaria en la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre, 2022.

Estimado (a) participante:

Reciba un cordial saludo, somos Maritza Bertha Damiano Buleje y Marianella Rosaluz Hidalgo Morales, pertenecemos a la Universidad César Vallejo; nos permitimos dirigirnos a su persona para complementar mi investigación denominada: Cultura tributaria y la informalidad comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho, 2022, por lo que su opinión es muy relevante para profundizar nuestra investigación y llegar a concluir satisfactoriamente.

¡Muchas gracias por anticipado su valiosa colaboración!

A continuación, me permito formular las siguientes preguntas de acuerdo a las variables y dimensiones en estudio:

Escala de medición:

Nunca = 1

Casi nunca = 2

A veces = 3

Casi siempre = 4

Siempre = 5

Variable independiente: Cultura tributaria	Escala de medición				
Dimensión: Conciencia tributaria	1	2	3	4	5
1. ¿A escuchado Ud. los términos: Valores personales y conciencia tributaria?					

2. ¿Cree Ud. que se puede relacionar valores personales con conciencia tributaria?					
3. ¿Considera Ud. que la falta de conocimiento sobre cultura tributaria se deba a que no se imparte una educación tributaria desde muy temprana edad?					
4. ¿Cree Ud. que los valores personales son uno de los factores que determinan la conducta de los contribuyentes?					
5. ¿Cree Ud. que la falta de conocimiento en temas tributarios ha contribuido con la evasión tributaria en nuestro país?					
6. ¿Considera Ud. que un mecanismo de ayuda ante la falta de conocimiento es que la SUNAT brinde asesoría especial a los comerciantes de los mercados para evitar la evasión tributaria?					
Dimensión: Educación tributaria	1	2	3	4	5
7. ¿Está de acuerdo que la SUNAT deba promover la formación tributaria en las escuelas?					
8. ¿Considera Ud. que la formación tributaria va a contribuir en la recaudación de impuestos?					
9. ¿Considera Ud. que un país en desarrollo es aquel en el que, sus contribuyentes pagan puntualmente sus impuestos por tener formación tributaria?					
10. ¿Ha recibido alguna capacitación u orientación de la SUNAT?					
11. ¿Le gustaría participar de las charlas y capacitaciones que brinda la SUNAT?					
12. ¿Considera Ud. que la formación tributaria va a permitir que paguen voluntariamente sus impuestos dentro de los plazos establecidos por la SUNAT?					
Variable dependiente: Informalidad comercial	Escala de medición				
Dimensión: Comercio ambulatorio	1	2	3	4	5
13. ¿Considera Ud. que la informalidad comercial es causa del desempleo?					
14. ¿Ud. puede ahorrar con lo que gana?					
15. ¿Estaría Ud. de acuerdo en desempeñarse en otro oficio?					
16. ¿Considera Ud. que es necesario formalizarse para iniciar o emprender un negocio?					

17. ¿Cree Ud. que la informalidad comercial se deba a factores económicos?					
18. ¿Considera Ud. que la burocracia impide la formalización de los pequeños comerciantes?					
Dimensión: Evasión tributaria	1	2	3	4	5
19. ¿Emite Ud. algún comprobante de pago por sus ventas?					
20. ¿Considera Ud. que su negocio no es tan rentable y por ello no declaran sus impuestos?					
21. ¿Considera Ud. que los impuestos que debe pagar son muy altos?					
22. ¿Tiene Ud. conocimiento sobre las sanciones o multas por omisión de pago?					
23. ¿Si la SUNAT le fiscalizará Ud. ocultaría información?					
24. ¿Se encuentra su negocio registrado y formalizado por SUNAT?					

Anexo 3: Cálculo del tamaño de la muestra

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

POBLACIÓN	N	165	
COEFICIENTE DE CONFIANZA	Z	1,96	3,8416
PROBABILIDAD A FAVOR	p	0,5	
PROBABILIDAD EN CONTRA	q	0,5	
ERROR MUESTRAL	e	5%	0,00250
		5%	

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

$$n = \frac{158,47}{1,370}$$

$$n = 115,635 \quad 116$$

Ilustración 1

Cálculo de la muestra

Nota: Elaboración propia

Los datos se analizaron con el programa estadístico español SPSS versión 25.0. Los resultados obtenidos se presentan en forma de tablas y porcentajes junto con su interpretación.

Anexo 4: Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Martín Huisa Chura

Contador Público

Presente

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

Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestra consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el título Profesional de Contador Público.

El título de nuestra investigación es Cultura Tributaria y la Informalidad Comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas contables, financieros y tributarios.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente,


MARITZA BÉRTHA DAMIANO BULEJE
D.N.I. 10287293


MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES
D.N.I. 46381301

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

La cultura tributaria y la informalidad comercial

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Conciencia Tributaria							
1	Valores personales	X		X		X		
2	Falta de conocimiento	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Educación tributaria							
3	Formación tributaria	X		X		X		
4	Capacitación	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Comercio ambulatorio							
5	Desempleo	X		X		X		
6	Formalización comercial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Evasión Tributaria							
7	Ocultar información	X		X		X		
8	Omisión de pago	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: HUISA CHURA, MARTIN

DNI: 02446474

Especialidad del validador: MAGISTER EN CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN AUDITORIA Y TRIBUTACIÓN

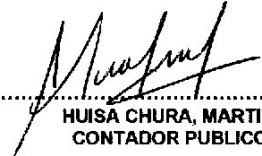
FECHA: 5 DE JUNIO DEL 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

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


 HUISA CHURA, MARTIN
 CONTADOR PUBLICO

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
HUISA CHURA, MARTIN DNI 02446474	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 24/06/1994 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ <i>PERU</i>
Huisa Chura, Martin DNI 02446474	Magíster Scientiae en: Contabilidad y Administración Mención en: Auditoría y Tributación Fecha de diploma: 06/10/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO <i>PERU</i>
HUISA CHURA, MARTIN DNI 02446474	BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Fecha de diploma: 01/10/92 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ <i>PERU</i>

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

VICTOR HUGO ARMIJO GARCIA

Contador Público

Presente

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


Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestra consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el título Profesional de Contador Público.

El título de nuestra investigación es Cultura Tributaria y la Informalidad Comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas contables, financieros y tributarios.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente,



MARITZA BERTHA DAMIANO BULEJE
D.N.I. 10287293



MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES
D.N.I. 46381301

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

La cultura tributaria y la informalidad comercial

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Conciencia Tributaria							
1	Valores personales	X		X		X		
2	Falta de conocimiento	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Educación tributaria							
3	Formación tributaria	X		X		X		
4	Capacitación	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Comercio ambulatorio							
5	Desempleo	X		X		X		
6	Formalización comercial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Evasión Tributaria							
7	Ocultar información	X		X		X		
8	Omisión de pago	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: ARMIJO GARCIA, VICTOR HUGO

DNI: 15725558

Especialidad del validador: DOCTOR EN EDUCACIÓN / CONTADOR PUBLICO

FECHA: 5 DE JUNIO DEL 2022

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Victor H. Armijo G.

ARMIGO GARCIA, VICTOR HUGO
DOCENTE DE UCV – FILIAL LIMA

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
ARMJO GARCIA, VICTOR HUGO DNI 15725558	MAESTRO EN AUDITORIA CONTABLE Y FINANCIERA Fecha de diploma: 31/08/2011 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. <i>PERU</i>
ARMJO GARCIA, VICTOR HUGO DNI 15725558	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 16/07/1998 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN <i>PERU</i>
ARMJO GARCIA, VICTOR HUGO DNI 15725558	BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS Fecha de diploma: 24/03/1997 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN <i>PERU</i>
ARMJO GARCIA, VICTOR HUGO DNI 15725558	DOCTOR EN EDUCACIÓN Fecha de diploma: 15/09/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 03/03/2014 Fecha egreso: 03/12/2015	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. <i>PERU</i>

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

VICTOR ENRIQUE PUICON LLONTOP

Contador Público

Presente

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

Reciba un cordial saludo, es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestra consideración, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller de la Carrera Profesional de Contabilidad, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el título Profesional de Contador Público.

El título de nuestra investigación es Cultura Tributaria y la Informalidad Comercial del Mercado 10 de Octubre de San Juan de Lurigancho y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas contables, financieros y tributarios.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene: Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

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

Atentamente,


MARITZA BERTHA DAMIANO BULEJE
D.N.I. 10287293


MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES
D.N.I. 46381301

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

La cultura tributaria y la informalidad comercial

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: Conciencia Tributaria							
1	Valores personales	X		X		X		
2	Falta de conocimiento	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Educación tributaria							
3	Formación tributaria	X		X		X		
4	Capacitación	X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Comercio ambulatorio							
5	Desempleo	X		X		X		
6	Formalización comercial	X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Evasión Tributaria							
7	Ocultar información	X		X		X		
8	Omisión de pago	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **HAY SUFICIENCIA**

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

Apellidos y nombres del juez validador: **PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE**

DNI: **16498965**

Especialidad del validador: **MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL**

FECHA: **4 DE JUNIO DEL 2022**



PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE
DOCENTE DE UCV – FILIAL PIURA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

Graduado	Grado o Título	Institución
PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE DNI 16498965	BACHILLER EN ECONOMIA Fecha de diploma: Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO <i>PERU</i>
PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE DNI 16498965	ECONOMISTA Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO <i>PERU</i>
PUICON LLONTOP, VICTOR ENRIQUE DNI 16498965	MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL Fecha de diploma: 16/01/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 15/09/2001 Fecha egreso: 31/08/2014	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO <i>PERU</i>

San Juan de Lurigancho, 26 de abril del 2022

Señor
Presidente del Mercado 10 de Octubre
Av. El Muro 447 – Altura paradero 5 Av. Wiese
Presente

YO, **MARITZA BERTHA DAMIANO BULEJE**, identificada con D.N.I. 10287293 y **MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES**, identificada con D.N.I. 46381301, tesistas de la Universidad César Vallejo ante usted, respetuosamente nos permitimos solicitar nos conceda la autorización para realizar el trabajo de investigación, de la institución que usted acertadamente regentea, con el tema **"CULTURA TRIBUTARIA E INFORMALIDAD COMERCIAL DEL MERCADO 10 DE OCTUBRE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO"** en el programa de Taller de Tesis de Contabilidad. La información de la institución será utilizada únicamente con fines académicos.

Agradecemos anticipadamente su gentil atención, esperando pronto una respuesta grata y reiteramos nuevamente nuestros sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



MARITZA BERTHA DAMIANO BULEJE
D.N.I 10287293



MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES
D.N.I 46381301



ANEXO 5: Autorización de aplicación de instrumento firmado por la respectiva autoridad.

ASOCIACION DE COMERCIANTES
"Mercado Modelo 10 de Octubre"
FUNDADO EL 14 DE MARZO DE 1983



Inscrita en los Registros Públicos con Ficha de Asociación N° 711 Asiento 1
Resolución 65953 del 26-12-1985
Autorización Municipal N° 21912 Expediente 0031-94-90
Resolución Municipal N° 001968

San Juan de Lurigancho, 29 de abril del 2022.

Señores

Tesistas de la Universidad César Vallejo

Presente

Atención: **MARITZA BERTHA DAMIANO BULEJE y
MARIANELLA ROSALUZ HIDALGO MORALES**

Referencia: Autorización de trabajo de investigación de "CULTURA
TRIBUTARIA E INFORMALIDAD COMERCIAL DEL MERCADO 10 DE
OCTUBRE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO".

En respuesta a la carta con fecha 26 de abril del 2022 debo señalar que el presidente del **MERCADO 10 DE OCTUBRE**, autorizó para que Ustedes puedan realizar el trabajo de investigación "CULTURA TRIBUTARIA E INFORMALIDAD COMERCIAL DEL MERCADO 10 DE OCTUBRE DE SAN JUAN DE LURIGANCHO". Esperamos que la información que se les brindé sea manejada de forma confidencial y ella les sea útil para la realización de su investigación.

En espera de cualquier inquietud, me despido.

Atentamente.

Juvencio Jara Fernandez
DNI: 10580890
Presidente





