



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS**

**“CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA
FORMALIZACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL
MERCADO SAN ALFONSO SANTA CLARA - ATE - 2020”**

Trabajo de investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en:

Contabilidad y Finanzas

Presentado por:

Dora Luz Bobis Yupanqui (0000-0002-0798-6867)

Celia Dencid Olarte Huaraca (0000-0001-9665-8621)

Lima – Perú

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 01/10/2020

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Jose Luis Albites Sanabria

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL MERCADO SAN ALFONSO SANTA CLARA - ATE - 2020

Presentada por la estudiante:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100071321	Bobis Yupanqui, Dora Luz	dlyupanqui23@gmail.com	962835857
100071582	Olarte Huaraca, Celia Dencid	celia.olarte.huaraca@gmail.com	999970317

Para optar al grado de Bachiller en: Contabilidad y Finanzas, en la carrera de Contabilidad y Finanzas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION
100071321	Bobis Yupanqui, Dora Luz	Aprobado (16)
100071582	Olarte Huaraca, Celia Dencid	Aprobado (16)

El jurado firma en señal de conformidad.

**Mg. Jose Luis Albites Sanabria**

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE CONTENIDO	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
INTRODUCCION	1
CAPITULO I: DESCRIPCION DEL PROBLEMA	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.1.1. Formulación del planteamiento del problema.	10
1.1.1.1. Problema General.	10
1.1.1.2. Problemas Específicos.	10
1.2. Objetivos del proyecto.....	11
1.2.1. Objetivo general.....	11
1.2.2. Objetivos específicos.....	11
1.3. Hipótesis de la Investigación.....	11
1.3.1. Hipótesis General.	11
1.3.2. Hipótesis Específico.....	11
1.4. Justificación de la investigación.....	12
1.4.1. En el aspecto Social:.....	12
1.4.2. Aspecto Económico:.....	13
1.4.3. Aspecto Tributario:.....	13
1.4.4. Aspecto Financiero:.....	13
CAPITULO II: MARCO TEORICO	14
2.1. Antecedentes bibliográficos del tema de investigación	14
2.1.1. Nacionales.....	14
2.1.2. Internacionales.....	18
2.2. Bases Teóricas.....	22
2.2.1. Cultura Tributaria	22

2.2.1.1.	Importancia de la Cultura Tributaria.....	24
2.2.1.2.	Conciencia Tributaria.	26
2.2.1.3.	Conocimiento Tributario.	28
2.2.1.4.	Difusión y Orientación de Educación Tributaria.....	30
2.2.2.	Formalización	36
2.2.2.1.	La Formalización de una Micro Empresa.	36
2.2.2.2.	Obligaciones tributarias de los Contribuyentes.	38
2.2.2.3.	Los regímenes tributarios Para las Empresa formales.	38
2.2.2.4.	La formalización como oportunidad de crecimiento.	41
2.2.2.5.	Incorporación de la responsabilidad social en el negocio.....	42
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO		45
3.1.	Descripción de la Metodología de la Investigación	45
3.1.1.	Tipo y Diseño:.....	45
3.1.2.	Población:.....	45
3.1.3.	Muestra:.....	45
3.1.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	47
3.1.5.	Matriz de Consistencia:	48
Tabla 1: Matriz de Consistencia		48
3.2.	Descripción de las variables.....	51
3.2.1.	Variable independiente: Cultura Tributaria	51
Tabla 2: Operacionalización de Variable Cultura Tributaria		51
3.2.2.	Variable dependiente: Formalización	53
Tabla 3: Operacionalización de Variable Formalización.....		53
3.3.	Fiabilidad del diseño de investigación	55
3.3.1.	Validez:	55
Tabla 4: Resumen de Resultados de Expertos		55
3.3.2.	Confiabilidad:	55
3.3.3.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos:	56

CAPITULO IV: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	57
4.1. Cronograma de Actividades:.....	57
Tabla 5: Cronograma de Actividades	57
CAPITULO V: PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	58
5.1. Presupuesto:	58
Tabla 6: Presupuesto.....	58
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
6.1. Conclusiones	59
6.2. Recomendaciones.....	61
CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Consistencia	48
Tabla 2: Operacionalización de Variable Cultura Tributaria	51
Tabla 3: Operacionalización de Variable Formalización.....	53
Tabla 4: Resumen de Resultados de Expertos	55
Tabla 5: Cronograma de Actividades	57
Tabla 6: Presupuesto.....	58

INTRODUCCION

Uno de los problemas económicos y sociales que persisten de nuestro país es la informalidad, esto sucede por la carencia de conciencia tributaria en la ciudadanía, falta de conocimiento tributario de los emprendedores, falta de difusión y orientación de educación tributaria por parte de la administración de impuestos, que limita los compromisos de las obligaciones tributarias, las oportunidades de crecimiento y responsabilidad social de la población.

Según el alcance económico del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2019) estima que en el año 2018 habrían participado un total de 9 millones 782 mil unidades productivas (UP) en la economía peruana, tanto personas naturales como jurídicas, de las cuales solo 2 millones 434 mil son formales representando el 25% y 7 millones 347 mil corresponderían al sector informal representando el 75%.

A pesar de los esfuerzos de La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), no logra llegar a la población en general para difundir la información tributaria, es por ello que el presente proyecto de investigación denominado: “Cultura tributaria y su influencia en la formalización de los microempresarios del Mercado San Alfonso – Ate – 2020”, se realiza con la finalidad de establecer si la cultura tributaria actúa positivamente en las formalizaciones de los microempresarios, en lugares donde no se realizan talleres formativos de parte de la SUNAT, quienes por desconocimiento incurrir en la informalidad y el incumplimiento del pago de impuestos pudiendo ser sancionados mediante multas y clausuras de local.

Es por ello, que este trabajo de investigación consta de 5 capítulos donde se detalla en el Capítulo I el planteamiento del problema donde formularemos el problema, objetivos, hipótesis, justificación y delimitación de la investigación; Capítulo II: Marco Teórico en el que se detallan los antecedentes y bases teóricas que respaldan la investigación; Capítulo III: Marco Metodológico indicando el tipo y diseño, población, muestra, instrumentos de recolección de datos, variables y fiabilidad de la investigación; Capítulo IV: Cronograma de Actividades; Capítulo V: Presupuesto del trabajo de investigación y el Capítulo VI: referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

CAPITULO I: DESCRIPCION DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En los últimos años, la informalidad en los comerciantes ha incrementado por el emprendimiento de nuevos negocios. En su edición N°800 de la revista La Cámara, El Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2017) indica que en el estado existen 3 compañías informales por cada empresa formal, conformado por 2'124,280 compañías siendo el 0.6% medianas y grandes empresas, el 4.4% pequeñas empresas, y el 94.7% microempresas, y solo el 0.3% restante pertenece a empresas del sector público.

A la fecha han incrementado los emprendedores deseando optimizar su calidad de vida y generar ingresos extras, sin embargo, muchos de éstos comerciantes desconocen sus obligaciones tributarias y por ende operan en la informalidad, también existen comerciantes de edad avanzada a quienes se les dificulta entender el uso y manejo de los comprobantes de pago y la utilización de la tecnología, a eso le sumamos la demora de los trámites burocráticos para la formalización documentaria, adicionando a esto el costo de la formalización por el pago de licencias, seguros, impuestos, servicios de asesoría contable, itf entre otros reducen las ganancias mensuales y hacen menos interesante el camino a la formalización de los comerciantes; a esto se adiciona la carencia de cultura tributaria tanto en los negociantes como en los consumidores que no presentan, ni solicitan sus documentos de pago al instante de prestar bienes o servicios. No debemos olvidar que muchos comerciantes carecen de instrucción educativa, a esto se complementa la falta de valores éticos y morales, falta de conciencia y conocimiento tributario, motivo por el cual incurren en la informalidad por falta de la

difusión de cultura tributaria considerando los compromisos tributarios como una molestia y no como un compromiso voluntario ante la sociedad por el bienestar común.

Actualmente, SUNAT tiene como objetivo principal mejorar el cumplimiento tributario y aduanero, así como reducción de los sobrecostos comprometiéndose a la reducción, optimización y sistematización de los métodos orientados a reducir los costos de cumplimiento del pago de impuestos tributarios y aduaneros. Igualmente, tiene como objetivo fortificar la capacidad de gestión interna desarrollando una cultura encaminada a la efectividad garantizando el uso de los recursos de forma óptima.

Por otra parte, la corrupción ha sido el punto débil en muchos países, sobre todo en los últimos años en nuestro país por los casos de corrupción de los expresidentes y líderes políticos que cada vez se hace habitual por la prensa nacional como son los casos de Fujimori, Vladimir Montesinos, Odebrecht, Caso Lava Jato, Los Cuellos Blancos del Puerto, el sistema judicial entre otros que generan desconfianza en la ciudadanía y por ende la evasión y la informalidad que afecta el país. Según Urbina (2020) actualmente Perú se encuentra en el ranking 101 de 180 países corruptos.

Al respecto, muchos empresarios y emprendedores evaden impuestos y/o se mantienen en la informalidad por la mala administración y uso de los recursos del Estado solo para beneficio propio y de los allegados en pagos excesivos de los gestores públicos y los exorbitantes sueldos de los representantes del gobierno, sin tener en consideración las deficiencias del servicio de la ciudadanía y las necesidades de la población motivo por el cual desalienta la formalización y el pago de impuestos justificándose de esta manera la informalidad.

De la Cruz y Ramos (2020) indica que muchos contribuyentes evitan tributar porque no ven resultados del esfuerzo que hacen en el cumplimiento de sus obligaciones, muy por el contrario solo se manifiestan las deficiencias de las obras públicas, la falta de seguridad, incremento de la delincuencia, pagos excesivos de los padres de la patria generando desigualdad e injusticia, esto crea preguntas como “¿A dónde va los pagos de tributos que realizamos?, ¿Para que pagamos tributos si estos no van a parar la corrupción?”. Estos actos de corrupción se realizan de diversas formas en el que los servidores públicos extraen recursos públicos para ser utilizados en beneficio propio o usar en beneficio de amigos o familiares. Así mismo Castañeda (2015) afirma lo siguiente:

La corrupción desincentiva el pago voluntario de los impuestos, no sólo porque no permite garantizar que la función estatal esté regida por la búsqueda del bien común, sino porque además hace probable que los ciudadanos no reciban un trato imparcial de la administración tributaria. (p.106)

Redondo (2019) consejero del Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT) informa que el Fondo Monetario Internacional (FMI) ha estimado en 1.5% del PIB el costo de la corrupción y sorprende el impacto que tiene respecto a las recaudaciones tributarias, así como en las decisiones de inversión empresarial, no solo ello, también solo un 2% de los casos de sobornos han sido descubiertas por las administraciones tributarias entre los años de 1999 al 2017.

Vela (2017) afirma que prevalecen conductas sociales adversas al cumplimiento tributario en la mayoría de países latinoamericanos, exteriorizándose en actitudes de evasión, fraudes, rechazo y resistencia a la contribución de impuestos con conductas

que pretenden impugnar, desautorizando a la intendencia administrativa por la baja eficiencia y transparencia de la utilización de bienes y patrimonios públicos, así como por la corrupción.

Arias (2018) indica en cuanto a la lucha frente a la corrupción, se debe ampliar la confianza de los habitantes para apoyar a la legalidad del Estado. Esto, adicionalmente, podría aumentar la moral fiscal y facilitar el camino hacia una reforma fiscal.

Al respecto, si el Estado logra demostrar la credibilidad y confianza del uso adecuado, eficiente y transparente de los aportes de los contribuyentes con hechos reales, pues sin duda alguna, se logrará una mayor recaudación ya que la población creerá en los resultados por los servicios públicos percibidos que mostraran el trabajo de las autoridades en beneficio de la población; sin embargo muchos ciudadanos no se muestran convencidos mostrándose con rechazo a la contribución de impuestos, manifestando y descalificando a la Administración Tributaria por la ineficiencia del uso de los servicios y la falta de transparencia, justificándose de esta manera el incumplimiento de sus obligaciones.

SUNAT de acuerdo a sus declaraciones políticas institucionales indican que sus colaboradores repudian la corrupción por lo que los responsables asumen medidas para aminorar las evasiones y manifiestan hechos para facilitar su investigación, cumpliendo de esta manera un rol muy importante buscando el bien del país con responsabilidad social para la recaudación y gestión de los ingresos de impuestos para el financiamiento del presupuesto administrativo público contribuyendo así en la solvencia fiscal y la permanencia macroeconómica.

Según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial IEDEP (2016) de la Cámara de Comercio de Lima, informa, el sector empresarial tiene mayor representación de compañías irregulares en las regiones del país, estos incrementan los costes de transacción y dificultan la competencia de las compañías formales organizadas. El año 2016 se verificó 6'901,786 sociedades informales con un aumento de 3.5% referente al 2015. El sector servicios se encuentra alrededor de 2.2 millones de empresas informales, constituyendo el 31.2%, continuando el sector comercio con 21.3% y el sector manufacturero con el 7.2%.

Según CCL (2017) En nuestro país existen 1'608.906 empresas unipersonales, siendo el 75.7% del universo empresarial y se va reduciendo conforme desarrollan su crecimiento empresarial. Estas empresas representan el 79.2% de las microempresas, el 15.9% de pequeñas empresas y solo el 2.9% de las medianas y grandes empresas.

Asimismo, en el Distrito de Ate no es ajeno a la informalidad ya que muchos comerciantes que son personas naturales tratan de emprender un negocio sin tener en cuenta lo que implica esto, convirtiéndose así en comerciante informales de compra y venta de productos relacionados a los distintos rubros, como venta de ropa, verduras jugos abarrotes etc. Esta actividad económica muchos lo realizan en la calle o vías públicas generando el malestar de los transeúntes y evitando el libre tránsito, por otro lado, según, el diario gestión, el Distrito de Ate abarca más de 100 centros de abasto o mercados convirtiéndose en un sector de mayor demanda de comercio informal.

De la misma manera, Tovar (2015) informa lo siguiente:

En el distrito de Ate, las actividades económicas se desarrollan a través de medianas y grandes empresas, que son menos del 10%, así como mypes de

comercio, servicio y manufacturas que son el 81.6%. De éstas un número significativo está en la informalidad. (p.3).

Al respecto existen muchos emprendedores quienes por necesidad de surgir y solventar sus gastos crearon sus negocios familiares de manera informal los mismos que por desconocimiento y falta de cultura y educación tributaria incurren en la informalidad, también existen muchos negociantes que realizan sus ventas de forma ambulatoria en las calles, en los alrededores de los mercados y en las vías públicas que cada vez va en aumento a pesar de los desalojos y reubicaciones. Tovar (2015) comenta que muchas unidades productivas corresponden a familias completas donde se involucran padres, hijos, y demás familiares para la elaboración de productos los mismos que son vendidos de forma ambulatoria motivo por el cual la Municipalidad de Ate realiza desalojos y reubicaciones en los conglomerados previo empadronamiento.

Según INEI (2015) el número de ambulantes registrados en la Municipalidad de Ate fueron 7,877 negociantes, mientras que el número de licencias de apertura de establecimientos otorgados por la Municipalidad fue de 1,095 comerciantes. Asimismo, TVPE Noticias (2019) informo:

Que las autoridades de Ate Vitarte y San Luis desarrollaron mega operativo para erradicar el comercio informal y el servicio de mototaxi sin permiso para circular el mismo que habían ocupado las calles Andrés Avelino Cáceres y los Lirios desde hace algunas décadas y entorpecían el libre tránsito peatonal por la zona, el mismo ocurre en varias zonas del Distrito de Ate.

Además, La municipalidad de Ate recupero varias cuadras de la Av. Metropolitana, tras un operativo para liberar estas zonas que habían sido ocupadas por talleres y

mecánicas informales, ante las constantes denuncias y quejas de los vecinos, esto lo llevan a cabo gestión tras gestión de las autoridades municipales competentes, sin embargo, no llegan a erradicar en su totalidad la informalidad en las diferentes actividades empresariales dentro del Distrito.

En los últimos años la Municipalidad de Ate en coordinación con la Sub Gerencia de Promoción y Formalización Empresarial y Turismo, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo capacitan a los comerciantes informales de Huaycán, Santa Clara, Ceres y otros con el objetivo que formalizar el comercio ambulatorio para lo cual se realizan charlas de formalización para las diferentes asociaciones de comerciantes informales, aunque no se logra erradicar la informalidad por completo. (Municipalidad Distrital de Ate, 2019)

Es importante acotar que la investigación da lugar al Mercado San Alfonso de Ate, aquí en este centro de abasto encontramos muchos comerciantes informales que año tras año vienen evadiendo impuestos con el simple hecho que no emitir ningún tipo de comprobante de pago, asimismo, muchos de estos comerciantes no cuentan con licencia de funcionamiento y menos están inscrito en la SUNAT. Ya sea por desconocimiento o por descuido, es evidente que no reciben ningún tipo de capacitación o concientización sobre cultura tributaria dejando de lado la formalización de sus negocios el mismo que alimenta en el crecimiento del empleo informal, demostrando que una cosa acarrea a otra.

Benavides (2015) declara zona indebida para el Comercio Informal, ferias y para el aparcamiento de todo tipo de automóviles, así como la prohibición de la circulación de camiones de carga pesada en las calles cercanas a la Plaza Cívica de Santa Clara mediante

el Decreto de Alcaldía Nro. 018-2015/MDA, debido al incremento del comercio informal, razón por el cual los comerciantes informales recurren al mercado San Alfonso, alrededores y otros mercados aleñados a la zona fomentando el crecimiento de la informalidad.

Es por ello que nuestro trabajo de investigación abarca a los microempresarios del mercado “San Alfonso” ubicado en Santa Clara – Ate – Vitarte, con la finalidad de realizar un estudio que nos ayude identificar la influencia de la cultura tributaria en la formalización para neutralizar el aumento de la informalidad para lo cual es sustancial fomentar, concientizar y orientar respecto a la importancia de la cultura tributaria, así como de su formalización contribuyendo de esta manera a la reducción de informalidad en nuestro país y velar por el cumplimiento del aporte de tributos siendo esencial para la sociedad, ya que el aporte de nuestros impuestos contribuyen para el crecimiento del PBI de nuestro país, no solo para ello, sino también para salvaguardar carencias de la población, obteniendo mejores servicios y mejor calidad de vida para nuestros descendientes y el futuro del país.

1.1.1. Formulación del planteamiento del problema.

1.1.1.1. Problema General.

- ✓ ¿Cómo influye la cultura tributaria en la formalización de los microempresarios en el mercado San Alfonso Santa Clara – Ate 2020?

1.1.1.2. Problemas Específicos.

- ✓ ¿Cómo influye la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate 2020?

- ✓ ¿Cómo influye la cultura tributaria en las oportunidades de crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate 2020?
- ✓ ¿Cómo influye la cultura tributaria en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate 2020?

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. *Objetivo general*

- ✓ Identificar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los microempresarios en el mercado San Alfonso Santa Clara – Ate, 2020

1.2.2. *Objetivos específicos*

- ✓ Analizar la influencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020
- ✓ Describir la influencia de la cultura tributaria en las oportunidades de crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate. 2020
- ✓ Examinar la influencia de la cultura tributaria en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.

1.3. Hipótesis de la Investigación

1.3.1. *Hipótesis General.*

- ✓ La cultura tributaria influye de forma significativa en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020

1.3.2. *Hipótesis Específico.*

- ✓ La cultura tributaria influye de forma significativa en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020

- ✓ La cultura tributaria influye de forma significativa en las oportunidades de crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate. 2020
- ✓ La cultura tributaria influye de forma significativa en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020

1.4. Justificación de la investigación

Este proyecto de investigación se efectúa para identificar la relación existente entre la cultura tributaria y la formalización de los microempresarios del Mercado San Alfonso de Santa Clara porque es sustancial concientizar a los microempresarios y emprendedores en su formalización de acuerdo al régimen que les corresponde, quienes por desconocimiento incurren en la informalidad, evasión y la falta del pago oportuno de sus impuestos por el cual podrían ser sancionados por la Administración tributaria mediante multas y clausuras de local. Es importante esta investigación porque se centra en el aspecto social, económico, tributario y financiero.

1.4.1. En el aspecto Social:

La difusión, orientación y educación tributaria juega un papel importante para lograr la concientización de los comerciantes y emprendedores en su formalización, y gracias a ello, el Estado podrá percibir mayores ingresos para las gestiones y obras públicas, así mismo los microempresarios podrán lograr el crecimiento empresarial negociando no sólo con usuarios y clientes finales sino con empresas de gran escala que requieren la formalidad para ser sus proveedores y realizar contrataciones de bienes o servicios evitando la limitación por causa de la informalidad, para ello es indispensable realizar capacitaciones, charlas, distribución de folletos, publicidad a través de los

medios de comunicación y redes sociales fomentando la cultura tributaria como parte de la ética del país.

1.4.2. Aspecto Económico:

En el campo económico la recaudación de los impuestos será beneficioso como aporte para el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) de nuestro país, que según Ríos (2019) el sector informal representa el 18.6% del PBI. Así mismo, Comex Perú (2020) informa que según las cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) “la informalidad de estas empresas, medida por su condición de registro frente a la Sunat, alcanzó un 83.8% en 2019”. (párr.2). Esto nos indica que hay un alto índice de informalidad el cual afecta directamente el PBI del país, sin embargo, si estas empresas informales logran formalizarse, el Perú tendrá un mayor crecimiento del PBI y una economía estable.

1.4.3. Aspecto Tributario:

En el aspecto tributario ayudará a los microempresarios en su creación y formalización mediante la simplificación administrativa de trámites, así como con los de pagos mínimos de impuestos y beneficios tributarios como el crédito fiscal y el Impuesto a la Renta (IR) de acuerdo al régimen en el que se encuentren, también beneficiará a la administración tributaria a alcanzar mayor ingreso por recaudación, así como control y seguimiento de los contribuyentes mediante el uso de la tecnología.

1.4.4. Aspecto Financiero:

En el aspecto financiero será una ventaja para los microempresarios y emprendedores, ya que tendrán acceso al sistema financiero obteniendo préstamos para su capital de trabajo y adquisición de activos fijos con menores tasas de interés que servirán para el crecimiento de sus negocios e inversiones, no solo ello también se tiene

el factoring que es recurso que utilizan las empresas formales para obtener dinero a cambio de facturas por montos a recibir, también encontramos otros productos financieros como el leasing, descuento comercial, etc.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes bibliográficos del tema de investigación

2.1.1. Nacionales

Bustillos y Jara (2019) en su tesis titulada “La Cultura Tributaria y la formalización Empresarial en la Ciudad de Ambo-Huánuco - 2019”, tuvo la finalidad de determinar la estrecha relación que existe entre la variable independiente y variable dependiente que es la formalización y la cultura tributaria, se detectó la deficiencia de la cultura tributaria debido a los pocos conocimientos que tienen en temas tributarios, con lo que complementa los escasos valores éticos y falta de compromiso de responsabilidad social para cumplir con los deberes tributarios, aplicando el método cuantitativo, descriptivo y diseño no experimental transversal empleando una encuesta formado por 16 interrogantes a un modelo de 123 actividades comerciales de una localidad total de 181 negocios empresariales en Ambo, mediante esta investigación se demostró que hay una relación significativamente entre las dos variables, por lo que se recomienda a las entidades responsables a mejorar y facilitar los procedimientos de formalización, incentivar la cancelación de los tributos y simplificar los sistemas tributarios SUNAT.

Altamirano y López (2018) en su tesis titulada; “La Cultura Tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPES del sector confecciones en el parque Industrial N°1 de Huaycán – Ate- Lima-2018”, obtuvo el finalidad establecer la vinculo de la cultura tributaria y el pago de las deberes tributarias del Micro y pequeñas

empresas del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán – Ate, utilizando el tipo de investigación de corte transversal no experimental mediante la utilización de encuesta como herramienta de recogimiento de datos a la población de 30 empresas Mypes del sector confecciones con una muestra no probabilística del 100% equivalente a los 30 empresarios, mostrando como resultado la correlación demostrativa de cultura tributaria con el cumplimiento de las compromisos tributarios, logrando una mayor recaudación por difusión del conocimiento tributario.

El aporte que se puede ver en este trabajo es analizar las estrategias que debe emplear la Sunat de tal manera pueda asegurar la fomentación de la cultura tributaria en los diferentes lugares.

Huere y Muña (2016) en su tesis titulada “ La Cultura Tributaria para la formalización de las MYPES de los mercados de la Provincia de Huancayo-2016”, tuvo la finalidad de examinar el dominio de la cultura tributaria en la formalización de las microempresarios de comercios de la ciudad de Huancayo por la deficiencia de cultura y por carencia de información del uso y manejo de recursos recaudados por la intendencia pública, para este trabajo se utilizó la investigación aplicada con nivel descriptivo, también se usó la delimitación descriptivo correlacional con el método acreditado, descriptivo y comparativo empleando la técnica de recolección, tabulación, procedimiento y análisis de informes a la cantidad de 2835 Mypes de negociantes de la ciudad de Huancayo considerando como muestra a 132 Mypes, teniendo como conclusión el uso de la relación de Spearman 0.98671, también se concluyó la existencia de una elevada ignorancia de conocimientos respecto a la tributación y la repercusión en la formalización de las Mypes. Los antecedentes de esta indagación ayudan a cómo

organizar y promover programas de capacitación que aportaran a la concientización tributaria de los contribuyentes.

Arrieta y Ynfante (2016) en su tesis titulada; “Programa de Difusión Tributaria y su incidencia en la Cultura Tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes-2016”, indica que debido al alto índice de incumplimiento y evasión de los negocios pequeños o microempresas, mayormente se ve a diario lo cual es resultado de la educación y cultura tributario que tenemos en nuestro país, por lo que hace falta la profunda sensibilización y concientización de valor tributario mediante campañas que contribuye a la emisión de comprobante de pago y reduciendo la evasión en los contribuyentes cuando realizan una operación de compra o venta, con la investigación finalizada se realizó el tipo de enfoque cuantitativo con un diseño cuasi experimental de los cuales se usaron 33 muestras de comerciantes, logrando determinar de acuerdo a la investigación realizada 67 % de los contribuyentes no han recibido capacitación alguna sobre el tema de tributación, por tal motivo el programa de difusión será importante y favorables donde reflejara un incidente revelador del valor de cultura tributaria de los microempresarios y emprendedores, logrando aumentar el valor tributarios en los emprendedores del mercado modelo de Tumbes. En la investigación y práctica del mencionado trabajo refleja la trascendencia del valor tributario en los comerciantes, de tal manera esto se puede aplicar en diferentes lugares de país, el cual es un aporte fundamental para nuestra investigación y aplicación del mismo.

Giovelith (2016) en su tesis titulada; “Factores que se relacionan con la evasión Tributaria de los comerciantes acogidos al Nuevo RUS del mercado EL Huequito Tarapoto-2015”, menciona que de acuerdo a las circunstancias y situación que se

encuentra en el país, es evidente que hay alto grado de desconocimiento del valor tributario, por ende, conlleva a la evasión tributaria, para lograr que la masa de la población comprenda y cumpla con el pago de los tributos debemos concientizar que su contribución es elemental para el incremento y evolución monetario del país determinando medios y programas de conocimiento sobre las normas tributarias y procedimientos, organizando más capacitaciones en todas las instituciones como las universidades, institutos y colegios, donde se encuentre la capacitación y orientación a los emprendedores y contribuyentes en general contamos con muchos profesionales contables, incluso, el Gobierno puede intervenir para propagar temas de fondo tributario y comprometer a todos los habitantes dentro de nuestro territorio nacional a unirse a la gran tarea de tributar. De acuerdo a la investigación se empleó el diseño no experimental y aplicado a un grupo de 256 negocios siendo su muestra 64 negocios en la cual se obtuvo como resultado el aporte de los deberes tributarios en los microempresarios siendo la emisión los comprobantes y declaración de sus impuestos y reduciendo la evasión y su relación con la informalidad.

El aporte que vemos en todos los proyectos de investigación es dirigido a la sensibilización del valor tributario de tal manera permite sumarnos a la gran labor que realiza la Sunat, lo cual es un soporte como antecedente para nuestra investigación.

Según Burga (2015) en su tesis titulada “Cultura Tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de Gamarra 2014”, hizo partícipe a las compañías a asistir a charlas referentes a cultura tributaria para conocer el destino de sus aportes y su utilización dando a conocer la importancia de la tributación así como las sanciones aplicadas por su incumplimiento consideradas por el gobierno público; es

substantial el entendimiento tributario para que los contribuyentes tengan mejor proyección de sus tributos para evitar las evasivas y omisiones tributarias. Se utilizó el tipo de estudio descriptivo respaldado por normas y leyes, así mismo se utilizó el instrumento de la encuesta para la compilación de búsqueda de información a una población de 78 individuos entre ambos sexos del sector comercial del establecimiento de Gamarra tomando como muestra a 40 miembros del comercio obteniendo como resultado del estudio que los contribuyentes incumplen con sus aportes tributarios por falta de concientización y sensibilización de los compromisos tributarios por la administradora tributaria fomentando información a los contribuyentes ampliando y mejorando los programas con roles educativos en temas tributarios dando soluciones a las problemáticas actuales. El aporte para este trabajo de investigación es el respaldo que sirven como fundamentos vitales y manifestar las respuestas a la problemática de difundir la cultura tributaria a los microempresarios del mercado “San Alfonso.”

2.1.2. Internacionales

Petro y Gonzales (2019) en la tesis titulada; “Evaluación de la cultura tributaria a comerciantes y tenderos del casco Urbano del Municipio de San Pelayo, Departamento de Córdoba – Colombia - 2019”, obtuvo como objetivo examinar la cultura tributaria de los depositarios en el pago del impuesto sobre inmuebles urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo, el de describir las contribuciones que pueden adquirir mediante el desarrollo de la cultura tributaria en los contribuyentes del Municipio Valencia, estudiar los factores que influyen en la cultura tributaria de los depositarios del Municipio Valencia del estado Carabobo e identificar la influencia de la cultura tributaria en el fortalecimiento de la misión municipal de la Alcaldía del Municipio Valencia del estado Carabobo, la metodología aplicada es diseño no experimental de

tipo cuantitativo, con un muestreo de 190 usuarios y una población de 378, lo cual determinó la alta carencia de cultura tributaria donde los comerciantes y tenderos no les interesa conocer del mismo, por lo que se debería dar un enfoque a una campaña de sensibilización a los comerciantes y tenderos.

Acosta y Ladines (2018) en su tesis titulada; “Plan de formación tributaria para comerciantes de la Parroquia San Vicente Paul – Guayaquil – Ecuador - 2018” sostiene que se deberá proyectar una capacitación que deberá formar parte del procedimiento tributario, de tal manera erradicar la informalidad que abarca a los comerciantes teniendo una información errada de que pagar el impuesto afecta a sus ingresos, cuando es todo lo contrario, aplicando el valor tributario obtendrían muchos beneficios, y dejarían de tener dificultades con la Administración y evitando ser sancionados con el cierre del local comercial al incumplir con sus obligaciones. Este proyecto obtuvo como propósito demostrar que los comerciantes de la parroquia San Vicente Paúl desconocen las ventajas que pueden conseguir como contribuyentes del Régimen Impositivo Simplificado.

Por lo cual debemos implantar el valor tributario de acuerdo a un modelo que les permita a los microempresarios informales del mercado San Vicente de Paul; acceder con facilidad y seguridad a la formalización de sus negocios, para ellos se utilizó en la investigación de tipo descriptiva y cuantitativa, con un muestreo de 27 emprendedores del citado mercado de la Parroquia San Vicente Paul – Guayaquil, logrando mejorar las condiciones de sus negocios, teniendo el conocimiento de la ventajas de tener un comercio dentro de la formalidad. Todos los antecedentes de las investigaciones de las

variables encontradas dejan un gran aporte para la sociedad y para quien quiera informarse de ello y también aplicarlo en el ámbito internacional.

Petroche y Tarira (2018) en su tesis titulada; “Plan de capacitación para fomentar cultura tributaria en el centro agrícola C.A.C.SAM. Guayaquil – Ecuador - 2018”, sostuvo como objeto diseñar un plan de capacitación para promover la cultura tributaria en el Centro Agrícola Cantonal de Samborondón, la metodología utilizada es descriptiva. Es una investigación bibliografía y documental fundamentada en la recopilación, estudio y explicación de datos secundarios, la encuesta aplicada a los 196 miembros del centro agrícola, obteniendo como información relevante que 159 personas no saben cuál es la razón por la que los ciudadanos deben pagar impuestos, 84 no conocen cuáles son sus obligaciones tributarias y 74 no las cumplen. Sin embargo, un 90% de ellas, es decir 177 personas están dispuestas a recibir la capacitación tributaria para pagar sus obligaciones tributarias en forma oportuna. Así el Plan de Capacitación contribuirá positivamente para fomentar la cultura tributaria inicialmente en el C.A.C.SAM y luego en zonas cercanas a la comunidad.

Gonzalo (2018) en su Artículo titulada; “La Bolsa Boliviana de Valores como Alternativa de Financiamiento para las Pymes de la Ciudad de Cochabamba - Bolivia - 2018”, tuvo como objetivo; Proponer una estrategia de financiamiento para PyMEs con la transferencia de pagarés en Mesa de Negociación de la Bolsa Boliviana de Valores, como alternativa al sistema financiero bancario tradicional. La presente investigación es un estudio “descriptivo”, la encuesta realizada a las 83 PyMEs, obteniendo como resultado, el 34% de las empresas encuestadas cumplen con el Índice PyME, ya que con

sus niveles de Patrimonio, Ventas y Personal califican para emitir Pagars en Mesa de Negociación.

Campuzano y Pomaquero (2018) en su tesis titulada; “Asesoría y Guía Tributaria para Microempresarios de la Distribuidora Súper Huevos en Montebello - Guayaquil – Ecuador - 2018”, Tuvo como objetivo; brindar una apropiada asesoría tributaria a los distribuidores minoristas de la Distribuidora Súper Huevos y así disminuir la evasión fiscal de manera eficiente, lo cual la metodología a utilizarse fue cuantitativa y mediante el uso de encuestas comprobar la calidad de cultura tributaria que poseen, con una población de 110 microempresarios y 86 muestras, Se comprobó la necesidad de un profesional que asesore en temas tributarios a los microempresarios de la Distribuidora Súper Huevos facilitándoles una guía, que les permita entender de una mejor manera los temas que se trata en las asesorías brindadas.

Pico y Zambrano (2016) en su tesis titulada; “Análisis del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano como herramienta tributaria Para los comerciantes del sector de la Bahía - Guayaquil – Ecuador - 2016”, Sostuvo como finalidad Diseñar un plan estratégico para la aplicación del RISE a comerciantes informales del sector “La Bahía” en la ciudad de Guayaquil, se aplicó el tipo de estudio Exploratorio y Descriptivo, con una población y muestra de 700 miembros de las asociaciones y con 248 muestras, como resultado del plan estratégico desarrolla se basa en las capacitaciones de los comerciantes sobre temas de su interés, contribuyendo a mejorar sus niveles de gestión administrativa, no solo para que cumplan con sus contribuciones tributarias, sino para que aumenten su rentabilidad mediante objetivos específicos vinculados al desarrollo de sus capacidades financieras.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. *Cultura Tributaria*

Cultura Tributaria es una conducta que muestra los valores éticos e íntegros de un ciudadano, el conocimiento y comprensión de normas y leyes que regulan el cumplimiento de forma responsable del aporte de sus compromisos tributarias con el objetivo de percibir servicios públicos adecuados administrados por el Estado de forma eficiente y transparente en beneficio del país.

El aporte de los tributos debe considerarse como un deber del ciudadano más no una obligación teniendo en consideración la práctica de valores éticos para el cumplimiento de contribución de sus impuestos en la fecha correspondiente. Bonilla (2014) considera que los valores éticos promueven el cumplimiento adecuado y veraz que los ciudadanos deben considerar como deber y derecho.

Huere y Muña (2016) considera que cultura tributaria es una técnica de vencimiento prolongado cuyo fin es hacer reflexivo el aporte facultativo de los compromisos tributarios basado en valores, y principios apropiados con el compromiso del contribuyente para aportar con el cumplimiento de objetivos del Estado.

Se puede emplear cultura tributaria mediante la comprensión de las leyes y normas tributarias para ello es indispensable fomentar el aprendizaje y conocimiento tributario en las instituciones formativas en las diferentes categorías de educación Iglesias y Ruiz (2017). Para promover la cultura tributaria es necesario difundir, orientar, educar a los estudiantes desde el nivel básico, ya que el futuro del país se centra en los niños de hoy, al respecto, Sunat y El Ministerio de Educación (Minedu) se encuentran construyendo la mejora del curso virtual gratuito 'Educación tributaria y aduanera desde la escuela con

la intención de impulsar y fomentar la cultura tributaria en los estudiantes de nivel primaria y nivel secundaria construyendo a largo plazo el futuro de la sociedad con valores y actitudes para el cumplimiento del deber ciudadano.

Por otra parte, Claudia Suarez, jefa de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat), comenta que los jóvenes de institutos superiores y universidades son los aliados estratégicos para lograr que las nuevas generaciones conozcan temas del presupuesto público, tributación y comercio exterior (El Peruano, 2019)

Asimismo, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2019) afirma que la Cultura Tributaria y Aduanera “es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de los contribuyentes”. Es primordial que los ciudadanos conozcan la importancia y los beneficios que tiene pagar los impuestos para el financiamiento de los servicios públicos el mismo que debe ser pagado oportunamente al Estado para el buen uso de los recursos en las necesidades de la ciudadanía de forma eficiente y transparente, la cultura tributaria tiene como misión evitar el fraude fiscal creando conciencia tributaria siendo necesario una educación que se orienta al cambio en nuestra cultura y el cambio de nuestros valores éticos.

La cultura fiscal indispensable para la recaudación tributaria en la sociedad que permite a los contribuyentes asumir sus responsabilidades tributarias en el cumplimiento consciente de sus compromisos del pago de impuestos para el progreso del país. (Cedeño y Torres, 2016)

Asimismo, cultura tributaria se basa en la calidad de información que obtienen los ciudadanos respecto a la categorización de procedimientos para lograr entender que los impuestos son capitales que recibe la administración tributaria como administrador, siendo estos recursos utilizados en el bienestar de la población mediante la construcción de colegios para la educación, salud, carreteras, etc. (Mendoza, 2017)

2.2.1.1. Importancia de la Cultura Tributaria.

La informalidad en nuestro país crece cada vez más debido a varios factores (social, político, cultural, económico, religioso) el mismo que conlleva a la evasión de impuestos debido a la omisión de práctica de cultura tributaria que afecta al Estado y a los servicios que brinda a la ciudadanía por la falta de aportes de los contribuyentes informales el mismo que retrasa el crecimiento del país, es por ello que es imprescindible la concientización de cultura tributaria mediante la difusión de información para el conocimiento tributario, para ello es importante el compromiso de la población en el cumplimiento del pago de sus impuestos y la responsabilidad del Estado ante la ciudadanía en el cumplimiento por el bienestar común a través de los servicios públicos.

La importancia de la cultura para la ciudadanía debe comprender programas y proyectos de cultura enfocado a optimizar los ambientes de convivencia de la población con actitudes de cambio en nuestra conducta como habito voluntario en el cumplimiento del pago de nuestros impuestos. Correa y Gonzales (2017) indica que el conocimiento fiscal, es un total de proyectos y programas dirigido a mejorar las condiciones de vivencia de la sociedad a través cambios de conducta voluntaria de hábitos y creencias que pueden ser un mecanismo beneficioso para la administración del gobierno a través de la gestión pública en patrocinio de la población.

Es importante que los ciudadanos sean comprometidos, reflexivos al pagar sus impuestos a tiempo, así como los conocimientos tributarios para su aplicación, además es importante fomentar en la población una poderosa reflexión de cultura tributaria y hacer razonar que los tributos son patrimonios que percibe el Estado de la población en favor de la misma ciudadanía con el propósito de devolver mediante bienes públicos como la construcción de hospitales, carreteras, colegios, etc. (Vela, 2014).

La cultura tributaria como parte de la vida cotidiana involucra un trabajo educativo manifestado en la facultad de examinar el rol del habitante en la sociedad, sembrando valores orientados a la contribución para el financiamiento del gasto público. El desafío está en lograr el entendimiento de la población la concordancia del proceso tributario y distribución del gasto a fin de evitar problemas como el fraude fiscal, la evasión tributaria y el incumplimiento de pago impuestos la misma que garantiza la correcta fiscalidad. (Sarduy y Gancedo, 2016, p.126)

Es fundamental que la ciudadanía entienda de forma correcta cuál es su obligación en relación a los tributos, como aporta en la sociedad el pago de sus obligaciones, para que sirvan los aportes, en que los benefician, comprendiendo ello, podrán optar por la decisión voluntaria del cumplimiento de su responsabilidad por el bienestar propio, de la ciudadanía y del país. Todos debemos contribuir con el aporte de nuestras obligaciones tributarias desde el más pequeño comerciante hasta el más grande empresario, esto, de acuerdo a sus ingresos generados para lo cual se han creado los regímenes tributarios de esta manera podrán hacer sus pagos de acuerdo a las leyes aprobadas beneficiando en el corto y largo plazo a nuestros descendientes con una cultura tributaria innata.

Amasifuen (2015) indica que todos los peruanos debemos pagar nuestros impuestos provocando la Cultura Tributaria basado en prácticas de vida para ello se tiene que transformar y aprobar leyes sabiendo que es el origen para la percepción y el mantenimiento de la población, para ello la calidad del conocimiento tributario logrará un país distinto con posibilidades de mejora en beneficio del futuro de nuestros hijos donde se comprima o anule el acto de evadir tributos.

La importancia central de la cultura tributaria es prescindir del incumplimiento de pago y facilitando al Estado la obtención de recursos suficientes para la correcta utilización (Altamirano, 2018).

La ciudadanía debe garantizar el cumplimiento de los pagos de impuestos para recibir mejores servicios velando por el bienestar de nuestros descendientes y el futuro de nuestro país. Cedeño y Torres (2016) indican que se requiere que los ciudadanos estén comprometidos y motivados con el futuro del país, también afirma que los tributos deben invertirse eficientemente por los responsables para evitar las justificaciones de los contribuyentes por las indebidas prácticas y uso de los recursos tributarios.

2.2.1.2. Conciencia Tributaria.

Es la actitud voluntaria por la cual una persona recapacita y analiza si su conducta es la correcta y se motiva al cumplimiento y desempeño de sus deberes y obligaciones como ciudadano en la contribución de sus impuestos. La conciencia tributaria se basa en los valores motivados de forma interna a nivel personal, en relación con la sociedad, respetando las normas para el acatamiento fiscal de los compromisos. La conciencia

tributaria no solo es concientizarte el pagar los impuestos, también es adquirir conocimiento de los programas de cultura tributaria, cursos, informaciones entre otros.

Conciencia tributaria se describe las creencias y actitudes que adoptan los ciudadanos concernientes al tributo y su obligación de contribuir (Salazar, 2017). Es la actitud voluntaria en la cual se motiva a cumplir con las obligaciones que le corresponden, adquiriendo mayor conocimiento con la finalidad de contribuir con el país para la mejora de la ciudad y del país.

Salazar (2017) indica que “Conciencia tributaria es la actitud y motivación que toma un individuo frente a las obligaciones fiscales y que toda la población actúa en base a un conocimiento común para hacer frente a los tributos” (p.34). Es el proceder del ciudadano referente a la obediencia al pago de cumplimiento tributario, impulsado por valores éticos que le estimulan al cumplimiento de sus compromisos como ciudadano, respetando las reglas y normas.

Si logramos convencer a los habitantes con el cumplimiento del pago de sus obligaciones, nuestro país logrará disminuir la informalidad, el cual conllevará a lograr un superior atributo de vida para la ciudadanía en general y el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI).

Gil y Zapata (2017) menciona que sería importante crear una cultura tributaria que implemente una gestión más efectiva considerando que los impuestos recaudados son para resguardar la demanda de las carencias de la sociedad en lo que respecta a salud, educación, seguridad e infraestructura para ello es necesario que los contribuyentes vean los beneficios y entiendan que los recursos son de los ciudadanos y el Estado solo lo administra.

La aceptación y fortalecimiento de la conciencia tributaria en un país es fundamental para lograr los objetivos estipulados en el Plan Nacional del Buen Vivir, optimizando la calidad de existencia de sus ciudadanos con acceso a la educación, servicios básicos, servicios de salud, y otros derechos beneficiosos (Cedeño y Torres, 2016)

La conciencia tributaria formada manifiesta principios culturales y morales que ayudan a comprender que pagando los tributos contribuimos que el Estado cumpla con sus propósitos de bienestar social. Actualmente, SUNAT ha iniciado un plan de Educación Tributaria por medio de actividades como teatros, juegos y concursos fortaleciendo la cultura tributaria y concientizando a los niños y jóvenes de nuestro Perú (Vela, 2017, p.16)

2.2.1.3. Conocimiento Tributario.

El conocimiento tributario es el grado de aprendizaje de un conjunto de información para el desarrollo de las responsabilidades con el pago de los tributos. Cedeño y Torres (2017) entiende al conocimiento tributario como el saber de los contribuyentes sobre sus derechos y obligaciones, así como de su responsabilidad para contribuir con el desarrollo del país debiendo estar informadas sobre las bases de la tributación para comprender la importancia de su funcionamiento y desarrollo de un país, así como para motivarlos a practicar voluntariamente el pago de impuestos.

Para fomentar el conocimiento tributario es necesario impulsar a través de charlas, capacitaciones y publicidad, es por ello que Correa y Gonzáles (2017) afirman que “los ejes centrales para la promoción de la Cultura Tributaria son la información, formación

y concienciación, los cuales se articulan en torno a la razón como móvil deseable fundamental de la acción de tributar” (p.47).

Es importante que el contribuyente conozca sobre las reglas y procesos tributarios, así como los bienes que brinda la administración pública dando de esta manera facilidades a los contribuyentes en los trámites administrativos y rapidez en el servicio.

El enfoque que conectan al nivel de información que tienen los ciudadanos referentes a las leyes y operaciones tributarias y el acceso a los servicios de gestión tributaria de forma simplificada y rapidez en los trámites administrativos es saber para poder contribuir. (Burga, 2015)

Por otra parte, Burga (2015) indica que en el Perú la población no tiene actitud solidaria con respecto al aporte de impuestos, porque existe desconfianza en el papel recaudador del Estado y de Administradora Pública, sin embargo, si los contribuyentes confiaran en el rol de la Administración Tributaria en el buen comportamiento, correcto uso y distribución transparente de los patrimonios públicos lograrían recuperar la confianza de los ciudadanos.

Altamirano (2018) define el conocimiento tributario “como el nivel de información que los contribuyentes poseen en relación a los deberes, restricciones y sistema tributario vigente” (p.31), esto hace referencia al funcionamiento del sistema tributario, para ello es necesario educar a la población mediante capacitaciones, charlas, talleres, programas de concientización con el propósito de fomentar una cultura voluntaria.

La administración tributaria tiene el encargo de instruir a la ciudadanía en temas tributarias con la finalidad de orientar, informar, educar y asistir al contribuyente a fin

de desarrollar métodos que promuevan y faciliten la formación y educación tributaria (Vera, 2017).

Fomentando cultura tributaria en los habitantes se garantiza la correcta aplicación de las ordenanzas tributarias evitando la evasión fiscal para el progreso económico, social y cultural para el país. (Cedeño y Torres, 2016)

Siempre es importante brindar información clara y precisa a los ciudadanos sobre el uso de los aportes recaudados con la finalidad de dar a conocer los beneficios percibidos mediante la ejecución servicios públicos de calidad. Cedeña y Torres (2019) señalan que para el cumplimiento de las obligaciones es necesario dar a conocer información transparente sobre el destino de sus impuestos y de cómo son invertidos; dando preferencia a los dificultades sociales más alarmantes generando plena satisfacción en las personas y hacer que cumplan con sus obligaciones conscientemente, evitando que los actos de corrupción del sector público influyan en la apreciación de los ciudadanos desanimando el cumplimiento el deber tributario (Peñaranda Castañeda, 2019)

2.2.1.4. Difusión y Orientación de Educación Tributaria.

Es importante implementar la educación en los niños y jóvenes estudiantes a fin de culturizar para el futuro a fin de que adopten actitudes de responsabilidad y compromiso con la sociedad por el bien común y desarrollo de nuestro país.

SUNAT deberá planificar programas educativos por medio de la Oficina de Difusión Tributaria para el contribuyente actual y los futuros contribuyentes promuevan y conserven la fortaleza de los objetivos de reforma del Estado (Huere y Muña, 2016). Es necesario facilitar al docente de nivel inicial, primaria y secundaria los recursos didácticos e información teórica relacionada a la educación tributaria que permita

inculcar y fomentar los temas tributarios a los estudiantes que serán el futuro del país. Es por ello que (Cedeña y Torres, 2019) consideran que educar e impartir nociones básicas de tributación a la comunidad escolar desde el nivel primario hasta la universidad logrará que la nueva juventud tenga mayor nivel de conciencia en el pago de impuestos, así mismo es necesario impartir cultura tributaria haciendo uso de educación informal mediante capacitaciones, talleres a las comunidades donde no puede llegar por medio de las instituciones educativas.

Igualmente, es esencial la publicidad y promoción por intermedio de campañas, impresión de folletos, talleres, charlas, seminarios, difusión por los medios de comunicación a fin de mantener informados a los contribuyentes sobre sus obligaciones tributarias, evitando multas y sanciones, logrando de esta manera una mayor captación de aportes por el pago de impuestos que contribuirán a la población en general.

2.2.1.4.1. Actividades de Difusión y Educación Tributaria.

a. En Educación Inicial:

Fomentar el desarrollo de educación tributaria mediante juegos recreativos, cultivando la orientación tributaria que ayuden a comprender en los niños la importancia de su conocimiento.

Julcamoro y Machuca (2017) indica que “en esta etapa el niño desarrolla el conocimiento de sí mismo y de los demás, toma conciencia de sus características y capacidades personales, es realista en la representación que tiene del mundo, incluyendo su punto de vista moral” (p.23).

b. En Educación Primaria:

Los niños en esta etapa están en la capacidad de comprender y analizar el bien y el mal, por lo tanto, es necesario inculcar y fomentar la cultura tributaria mediante cursos

de educación tributaria en el curso de Educación Cívica ya que el conocimiento adquirido contribuirá en sus decisiones futuras. Al respecto (Julcamoro y Machuca, 2017) comenta que la educación primaria participa en la construcción de una cultura democrática dentro del núcleo familiar y dentro de la escuela desarrollando capacidades para participar en la sociedad proponiendo alternativas a nuestro problema.

c. En Educación Secundaria:

Es la etapa donde los adolescentes son aptos de tomar sus propias decisiones, consciente de sus actos, será capaz de cumplir con el deber ciudadano y mantener su responsabilidad social, siempre en cuando se le haya persuadido con los buenos valores éticos por el bien común de la sociedad mediante los programas de cultura tributaria.

Los adolescentes desarrollan capacidades, valores y actitudes para participar en distintas actividades sociales, como el perfeccionamiento de preparación democrática fundado en valores como libertad de expresión, justicia, respeto y solidaridad caracterizándose por su potencial de argumentar hipótesis y concluir modernos conceptos (Julcamoro y Machuca, 2017).

d. En Educación Superior:

Los jóvenes universitarios en la actualidad están capacitados para fomentar la cultura tributaria, ayudando a SUNAT a cumplir los objetivos de recaudación mediante programas de capacitación en las diferentes universidades con el objetivo de lograr el objetivo de recaudación de impuestos como deber ciudadano.

Burga (2015) informa que SUNAT organiza encuentros universitarios, seminarios, enfocados en las especialidades de derecho, administración, contabilidad y economía,

dejando ajenas a especialidades distintas, sin embargo, es importante admitir y hacer participar a otras carreras sobre programas tributarios.

e. En los Docentes:

Los docentes en los últimos años han sido clave para la orientación de la cultura tributaria, puesto que cumplen un papel muy importante en la sociedad, ellos son un modelo y guía, conducen a sus pupilos a cambios en beneficio de la sociedad fomentando cambios en los pensamientos de sus estudiantes garantizando el bienestar del ciudadano, para ello, la Administración tributaria ha logrado capacitar a los docentes para que sigan impartiendo y cultivando educativas el valor de la cultura tributaria en las instituciones.

Para lograr la calidad de la enseñanza de la cultura tributaria, es indispensable apoyar el fortalecimiento de las capacidades de los docentes del país. Por tal razón, se vienen desarrollando capacitaciones presenciales, logrando el compromiso de los docentes para aplicar los contenidos en aula a sus alumnos.

(Julcamoro y Machuca, 2017, p.26).

En los últimos años SUNAT se encuentra impulsando eventos tributarios para fortalecer la cultura tributaria, conciencia tributaria y orientación tributaria dentro de la sociedad, teniendo como principales aliados a los profesores, estudiantes de educación superior y municipalidades. Para ayudar a erradicar la informalidad en nuestro país, la Administración tributaria se encuentra fomentando la cultura tributaria con la ayuda del NAF (Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal) en coordinación con las Universidades para lo cual SUNAT capacita a los estudiantes de los últimos ciclos con la finalidad de brindarles conocimientos para la orientación a la población brindándoles confianza.

Actualmente Sunat tiene incorporado actividades para ofrecer nuevos y mejores servicios a los ciudadanos como:

✓ Encuentros universitarios

Los eventos se ejecutan por la SUNAT, en coordinación con los centros de estudios en la que abordan programas que incluye diversos temas como: Cultura tributaria, tributos internos, comprobantes electrónicos y regímenes.

✓ Capacitación para docentes

SUNAT con apoyo del Ministerio de Educación, viene desarrollando cursos virtuales gratuitos como “Educación Tributaria y Aduanera desde la escuela” en el que se difunden 3 equipos educativos referentes a enseñanza tributaria y aduanera y que tiene como propósito formar conciencia tributaria en profesores de Educación Básica Regular para otorgar materiales para el desarrollo de temas tributarios desde las aulas formando hábitos que promuevan la conciencia tributaria, el respeto y la responsabilidad del uso de los recursos económicos en sus estudiantes. A la fecha se han capacitado 4,528 docentes, 90,560 estudiantes en 25 regiones. (Sunat, 2019).

✓ Núcleo de Apoyo Fiscal – NAF

A través del programa Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF, Sunat se encuentra implementando programas que instruyen gratuitamente a los discípulos de las carreras de Contabilidad, Administración, Derecho, Economía, Negocios Internacionales y carreras similares, con contenidos básicos de tributarios y aduaneros. (SUNAT, 2019)

Los NAF se iniciaron en Brasil el año 2013 como iniciativa de responsabilidad social universitaria. (Red de Educación Fiscal, 2019) afirma que los NAF influyen en el

comportamiento tributario porque propician valores del compromiso ciudadano y difunden entre los ciudadanos facilidades para comprender las obligaciones fiscales.

✓ Voluntariado Sunat

Este programa busca incorporar e impulsar la colaboración para la mejora de labores educativas y sensibilización a partir de las aulas de primaria y secundaria concentrándose en la “Semana de la educación tributaria y lucha contra el contrabando” realizado en el mes de octubre dispuesto por el Ministerio de Educación (MINEDU), según Resolución Viceministerial N° 042-2018-MINEDU. (SUNAT, 2019).

✓ Charlas a Mypes y emprendedores

SUNAT (2019) indica que viene realizando “Charlas a Mypes y emprendedores” fomentando la cultura tributaria y aduanera a favor del patrimonio nacional y su notoria labor emprendedora, exponiendo temas como: Registro al RUC, Comprobantes de pago, Régimen Tributario, Exporta e importa fácil.

✓ Semana de la Educación tributaria y lucha contra el contrabando

Estudiantes, docentes, padres de familia o comunidad educativa, unen esfuerzos para la creación de conciencia tributaria y rechazo al contrabando, todo cambio y mejora del país parte de cada persona al darse cuenta de la importancia del acatamiento voluntario de cancelación de los tributos que permite desarrollarnos como sociedad, estado y país disfrutando de los beneficios y servicios que esta cultura de pago nos pueda generar como la salud, educación, seguridad, etc. (SUNAT, 2019).

- ✓ Sunat visita a la escuela

Se realizan juegos formativos en centros de estudio destinadas a alumnos de primaria (4to, 5to y 6to grado) y secundaria (4to y 5to grado) de instituciones públicas de Lima (Norte, Sur y Este) sobre temas de educación tributaria y aduanas con juegos de ruleta, dado, canciones y preguntas, estas acciones promueven la participación de los estudiantes que generan su aprendizaje de conductas positivas para el cumplimiento de los compromisos tributarios y la exclusión del contrabando. (SUNAT, 2019)

2.2.2. Formalización

Impulsar la formalización de las micro y pequeñas empresas en un punto crucial en nuestro país, lo cual conlleva a realizar muchos procesos para cumplir, pero como llegar a eso si el nivel de estudio que tenemos en nuestro país es muy carente, si bien es cierto el estado hace poco por intervenir y simplificar la metodología que llevan a cabo en la formalización de tal manera se puedan incorporarse en la economía formal.

Las Micro y pequeñas empresas (Mypes) son parte fundamental para el patrimonio peruano porque originan muchos puestos de trabajo, sin embargo, están expuestos a la informalidad por falta de incentivo por parte del estado.

2.2.2.1. La Formalización de una Micro Empresa.

Con la formalización de los micro empresarios contribuye al desarrollo del País, el cual se vería grandes cambios en infraestructura, así también pueden acceder a diferentes beneficios al formalizar por ende los costos no deben ser más alto que los beneficios, pueden insertarse en nuevos mercados, el incremento económico y la mejoras de la capacidad de trabajo esto significa que, “La formalidad da tranquilidad para dormir, porque todos los trabajadores tienen sus derechos y pueden hacer uso de

ellos cuando los necesiten; y lo mejor es que crecen cuando crece la empresa”. (Crece Mype, 2017)

Tener cultura de formalización muchas veces viene de casa y va acompañado de una fuerte inversión en infraestructura educativa por parte del Gobierno que ayude a generar las mejores condiciones a la nueva generación de tal manera logre un óptimo progreso y desarrollo, lo cual se refleja en el futuro que es en lograr formalizar su empresa.

Es una tarea fundamental del estado en simplificar y beneficiar a los micros y pequeños emprendedores, que tienen el paradigma de formalizarse es un alto costo, y el temor de pagar sus tributos es como regalar su dinero sin tener la información adecuada desconocen cuál es el fin de los impuestos.

Para una formalización de una empresa va conjuntamente con la reforma de la normativa y políticas de los entes competentes que deben realizar programas de incentiación a la formalización mediante procesos más sencillos, fácil de entender y realizarlo.

a) Ventajas:

- Crecimiento como negocio
- Participación en las licitaciones con el Estado
- Ingreso y posicionamiento en nuevos Mercado.
- Adquisición de bienes con facturas y acceder al crédito fiscal
- Obtener financiamiento en diferentes bancos e entidades Financieros.
- Acceso a más clientes

b) Desventajas:

- El trámite desgastante cuando no cumples con los requisitos.
- Pagar impuestos al estado periódicamente.

2.2.2.2. Obligaciones tributarias de los Contribuyentes.

Las Mypes deberán tramitar su RUC Registro Único del Contribuyente para definir el régimen Tributario, actualmente existe en nuestro país cuatro regímenes tributarios cada una con sus propias características de acuerdo a sus ventas para acogerse a uno de los regímenes tanto como persona jurídica o persona natural con negocio debe registrarse de forma obligatoria en Sunat.

El contribuyente formal deberá realizar sus declaraciones mensualmente y de forma anual conjuntamente con los pagos de los tributos resultantes del impuesto general a las ventas (IGV) y el impuesto a la renta (IR), de acuerdo al régimen que se encuentre él contribuyente.

El ciudadano puede seleccionar el tipo de régimen de acuerdo al tamaño de su negocio, tales como el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER), Régimen Mype Tributario, (RMT) y Régimen General (RG)

2.2.2.3. Los regímenes tributarios Para las Empresa formales.**2.2.2.3.1. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS).**

Los emprendedores microempresarios que inician negocio propio con poco capital de trabajo se pueden favorecer con este régimen. Los pagos del impuesto del IGV son de acuerdo a los ingresos o compras que puede realizar dentro del mes, acogerse a esta categoría tienen el beneficio de no llevar los registros contables ni presentar su

declaración (PDT) mensual, tampoco la declaración anual, las categorías que en este régimen son dos:

- **Categoría 1:** Los ingresos o compras son hasta un máximo de S/5.000 pagando por ello la suma de S/20.00.
- **Categoría 2:** Los ingresos o compras tiene un tope de S/8.000 pagando por ello solo la suma de S/50.00.

Las personas naturales con negocio acogidos al Nuevo RUS solo pueden presentar boletas de venta, están exceptuadas emitir facturas, por lo tanto, no originan crédito fiscal.

2.2.2.3.2. Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).

Los contribuyentes acogidos a este régimen que obtengan rentas de tercera categoría por las labores comprendidas, extractivas, industriales, comerciales y de servicios, sus ingresos deben estar dentro del parámetro establecidos por la Sunat por lo que se indica:

- El ingreso neto máximo hasta S/525,000.00 Soles anuales.
- Los patrimonios fijos no deben sobrepasar los S/126,000.00 soles con excepción de predios y vehículos.
- Para las operaciones productoras de renta de tercera categoría el personal no debe superar 10 personas por turno de trabajo.
- Las compras relacionadas al movimiento no deben superar los S/525,000.00 soles anuales.

- Está prohibido realizar actividades que están del RG. (Peru, 2019)

El requisito principal para el acogimiento es a partir de la fecha o vencimiento declarado como iniciación el negocio y pago de los tributos dentro de la fecha de vencimiento.

2.2.2.4.1. Régimen MYPE Tributario (RMT).

Los empresarios acogidos al régimen MYPE tributario permanecerán en este régimen siempre que no superen el monto establecido por la SUNAT, lo cual está dirigido para las Mediana y Pequeñas Empresa, personas Naturales Jurídica Indivisas y conyugales. Los comprendidos en RMT deben cumplir los siguientes requisitos:

- Haber excedido 1700 UIT durante el año preliminar.
- El vínculo directo o indirecto con otras empresas que superen 1700 UIT de ingresos netos anuales.
- Contar con sucursales, agencias o establecimiento fijo en la jurisdicción de sociedades establecidas en el exterior.
- Para los pagos mensuales el 1% de las ventas netas hasta 300 UIT, pasado ello la tasa es del 1.5%.
- Para el pago del (IR) impuesto a la renta la tasa es del 10% hasta 15 UIT y el 29.5% más de 15 UIT.

2.2.2.4.2. Régimen General (RG).

Pertenecen a este Régimen General las personas Naturales y Jurídicas que realizan renta de tercera categoría, por lo tanto, no existe limitaciones en sus ingresos o tipo de actividad, estando ineludible de a llevar contabilidad completa y las declaraciones de

sus PDTs mensuales y anuales y otros que exige la norma. Realizan la declaración anual por el IR y el IGV. Para realizar la amortización mensual se efectúa del que resalte superior a los ingresos netos del mes o el 1.5 %. Para la cancelación de la renta anual la tasa es de 29,5%. (Gestion, 2018)

Las empresas creadas a partir del este año y que se encuentren en el Régimen General están forzados a presentar comprobantes electrónicos a partir del primer día calendario del tercer mes siguiente al de la inscripción.

2.2.2.4. La formalización como oportunidad de crecimiento.

La decisión importante de formalizar un negocio es porque realmente se quiere crecer con el negocio propio el camino que lleva a lograrlo sin duda es la formalización. Es sumamente importante formalizar un negocio propio porque es la puerta de grandes oportunidades de crecimiento. La informalidad tiene un techo, no es posible crecer como empresario sino te formalizas.

Emprendedor, de nada sirve que te esfuerces tanto y ocupes el 100% de tu tiempo en un proyecto que no tiene posibilidades de crecimiento, aprovecha las facilidades que te brinda hoy el gobierno y asegura tu éxito formalizando tu negocio.

Para iniciar tu actividad empresarial legal y formal se tiene dos opciones:

2.2.2.4.1. Persona natural con negocio

- Puede crear un negocio en cualquier actividad en concordancia a las leyes efectivas.
- El compromiso de obligaciones tributarias es ilimitado, por lo tanto, se responderá ante una deuda con el patrimonio del negocio y los recursos propios.
- Es posible realizar cambios del mercado, el incremento del negocio estará limitado al capital.

- Se debe obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC) facilitado por SUNAT, y realizar trámite ante la municipalidad para la licencia de funcionamiento de acuerdo a la actividad económica a desarrollar.

2.2.2.4.2. Persona jurídica

- La empresa se conforma por uno o más personas naturales o personas jurídicas.
- Tiene compromisos limitados lo que significa que la empresa responde solo con el capital de la empresa sin considerar los bienes personales de cada socio.
- Tiene mayores oportunidades al acceso de nuevos mercados y a mayores condiciones de financiamiento.
- Efectuar trámites en los Registros Públicos, SUNAT, la municipalidad de acuerdo a la actividad económica y otras instituciones. (Crecemype, 2017)

2.2.2.5. Incorporación de la responsabilidad social en el negocio

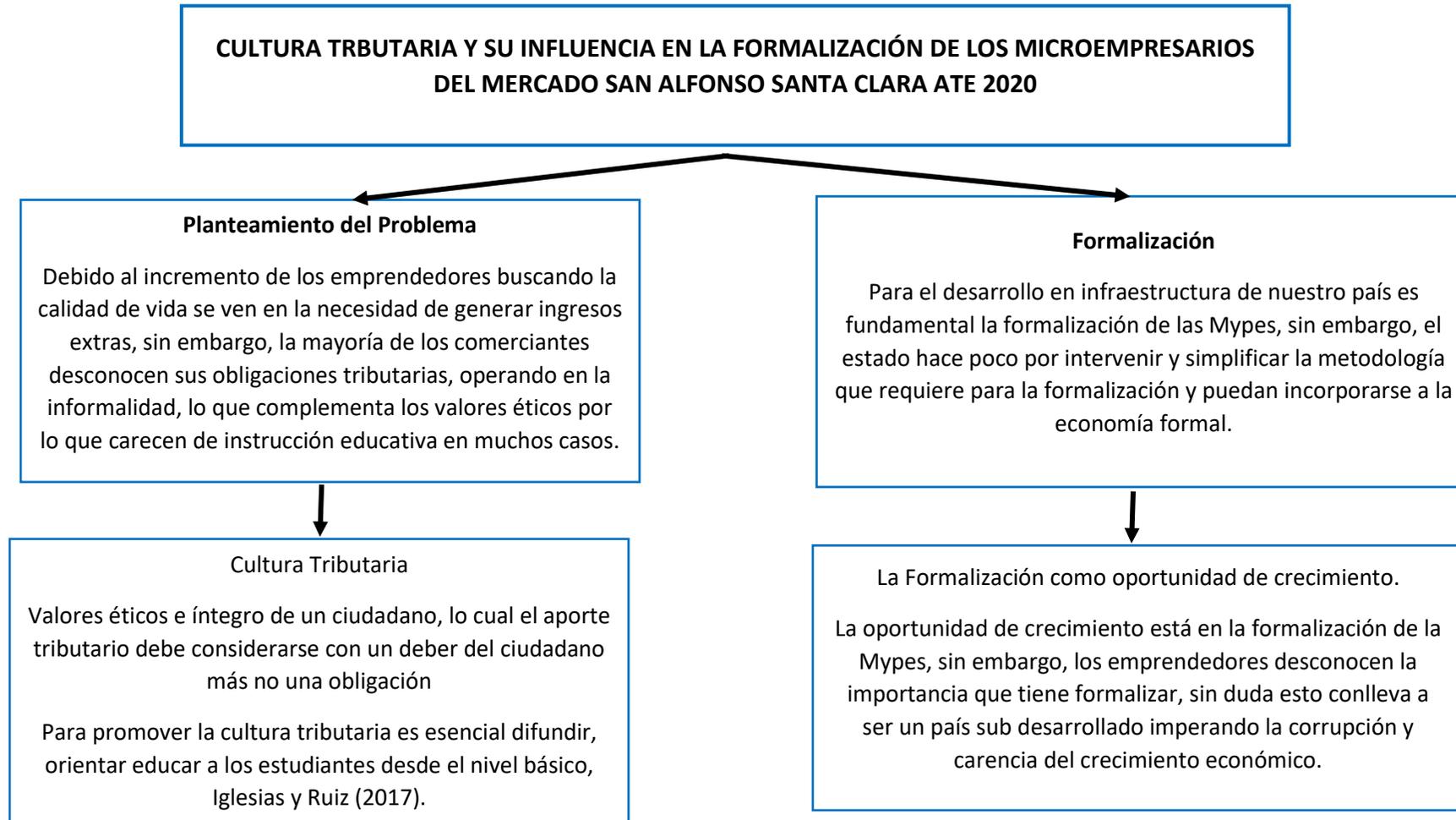
El compromiso social es uno de los desafíos más difíciles de desempeñar con el cuidado del ambiente empresarial, lo cual busca favorecer al progreso sostenible de la comunidad. Podemos decir que es un acumulado de prácticas principios y valores que implica un compromiso de todo el grupo de empresas que generan renta.

En nuestro país la responsabilidad social no está muy difundida, las empresas no se concientizan con la responsabilidad social empresarial (RSE), siendo el valor principal de la compañía producir beneficios para la sociedad como para su negocio. Indican los expertos que la renuncia de los empleados tiene diferencias morales o éticas con la cultura de la empresa. Las organizaciones tienen la autoridad, influencia y recursos para afrontar las dificultades de la sociedad y del universo. Las empresas hacen trabajos colaborativos que brinda recursos y beneficio a los ciudadanos. (Global, 2019)

La RSE crea valor al negocio y promueve cambios sociales positivos, en la actualidad está captando mucha atención, aunque no se ve mucha difusión sobre el tema, haciendo lo correcto para lograr un impacto en el balance económico financiero.

Las empresas modernas deben tomar en cuenta el aspecto verde tanto en la formalización de lo que existe, así como la implementación del enfoque verde en nuevos emprendimientos que son fundamentales para el desarrollo y crecimiento de nuestro país. Así mismo, La ministra del Ambiente, Elsa Galarza, presentó el tema “Crecimiento verde: oportunidades y desafíos” organizado por su institución. Ella describió la visión de su sector, las oportunidades y desafíos que ofrece el crecimiento verde y cómo propiciarlo. Los invitados presentaron diferentes perspectivas sobre las misiones de las entidades privadas y el sector público para apuntar hacia un crecimiento amigable con el medio ambiente. El moderador, Carlos Díaz Vargas, Coordinador Nacional del Programa Green Commodities del PNUD (Sociedad y Economía, 2017)

Análisis crítico de las teorías relacionado al tratamiento del problema



Fuente: propia

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Descripción de la Metodología de la Investigación

3.1.1. Tipo y Diseño:

Este trabajo de investigación corresponde al tipo de investigación descriptiva correlacional causal.

Descriptivo porque proyecta comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de los microempresarios del Mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate.

Correlacional porque este estudio de cultura tributaria se relaciona con la formalización de los microempresarios del Mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate.

Para este trabajo se utiliza el diseño No experimental correlacional causal transversal.

3.1.2. Población:

Este estudio de investigación se enmarca en 153 microempresarios del mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate, 2020, quienes están abocados a la venta y comercialización de productos en distintos rubros como ropa, bazar, librería, abarrotes, verdura y comida dirigidos a los consumidores finales de la misma zona.

3.1.3. Muestra:

En este trabajo se empleó el muestreo No probabilístico de tipo accidental utilizando el criterio estadístico para establecer la muestra poblacional mediante la fórmula de la siguiente forma:

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

En donde:

n = corresponde al tamaño de muestra que buscamos cuyo resultado conforma a 59 microempresarios.

N = corresponde a una población total de 153 microempresarios del mercado “San Alfonso” de Santa Clara.

Z = corresponde al nivel de confianza del 95% = 1.96

p = corresponde al 50% de las probabilidades de éxito o proporción esperado.

q = corresponde al 50% probabilidad de fracaso

e = corresponde al 10% de precisión con error máximo admisible.

Reemplazando datos en la fórmula:

$$n = \frac{153 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(153 - 1) * 0.1^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Reemplazando valores tenemos:

$$n = 59$$

3.1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

En este proyecto, la técnica para recolectar la información será la encuesta y el instrumento de recopilación de información será el formulario con 15 preguntas de las cuales se realizarán 6 preguntas para los indicadores de la variable independiente y 9 preguntas para los indicadores de la variable dependiente teniendo en consideración 3 dimensiones en la variable independiente tales como: conciencia tributaria, conocimiento tributario, difusión, orientación y educación tributaria. Las 3 dimensiones de la variable dependiente son: obligaciones tributarias, oportunidades de crecimiento y responsabilidad social.

Este trabajo de investigación se realizó de manera electrónica con la búsqueda de información a través del uso de computadoras, recolectando investigación de fuentes bibliográficas existentes en la web, revistas y tesis, las cuales se hacen referencia en nuestro proyecto de estudio.

3.1.5. Matriz de Consistencia:

Tabla 1: Matriz de Consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	Diseño Metodológico
¿Cómo influye la cultura tributaria en la formalización de los microempresarios del mercado San Alfonso Santa Clara – Ate, 2020?	Identificar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los microempresarios en el mercado San Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.	La cultura tributaria influye de forma significativa en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.	Cultura tributaria	Tipo de Estudio: Descriptiva, aplicada y correlacional porque se pretende comprender, describir, registrar, analizar e interpretar y relacionar la situación actual de los microempresarios del Mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate.
				Área de Estudio
				Se enmarca en los comerciantes del mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate, Lima – Perú.

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Dependiente	Población y Muestra
¿Cómo influye la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020?	Analizar la influencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020	La cultura tributaria influye de forma significativa en las obligaciones tributarias de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.	Formalización	Este estudio de investigación se enmarca en 153 microempresarios del mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate, 2020 de las cuales se tomará como muestra 59 comerciantes de acuerdo a la formula.
Instrumento				
¿Cómo influye la cultura tributaria en las oportunidades de	Describir la influencia de la cultura tributaria en las oportunidades de	La cultura tributaria influye de forma significativa en las oportunidades de		La técnica para recolectar la información será la encuesta y el instrumento de recolección de datos será el cuestionario

crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020?

crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate. 2020

crecimiento de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate. 2020

de 15 preguntas de las cuales se realizarán 6 preguntas para los indicadores de la variable independiente y 9 preguntas para los indicadores de la variable dependiente

Valorización Estadística

¿Cómo influye la cultura tributaria en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020?

Examinar la influencia de la cultura tributaria en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.

La cultura tributar influye de forma significativa en la responsabilidad social de los microempresarios del Mercado de san Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.

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

de San Alfonso	limosna hasta la empresa	beneficio de la sociedad	▪ Difusión y	▪ Charlas informativas	
Santa Clara –	más poderosa	mediante la ejecución de	orientación de	de tributación y	5-6
Ate, 2020.	(Amasifuen, 2015).	bienes y servicios. (Los	educación	educación fiscal.	
		investigadores).	tributaria.		

los microempresarios del Mercado de San Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.	necesarios para proveer bienes y servicios públicos (EASE Business, Enero, 2017).	jurídicas las mismas que cuentan con derechos y obligaciones comerciales. (Los investigadores).	▪ Responsabi- lidad social.	▪ Beneficios al país.	13-15
--	--	--	--------------------------------	--------------------------	-------

3.3. Fiabilidad del diseño de investigación

3.3.1. Validez:

Para el estudio del presente proyecto el contenido del instrumento de investigación es validado a criterio de 3 especialistas, cuya técnica radica en plantear un dictamen de expertos los instrumentos diseñados para cumplir los objetivos.

Tabla 4: *Resumen de Resultados de Expertos*

N°	Datos del Experto	DNI	Grado	Acta de Validación de Instrumento
1	Bécar Mendoza, Julio César	07940145	Magister en tributación	Excelente
2	Tarqui Del Castillo, Julio	10333303	M.B.A.	Excelente
3	Albites Sanabria, José Luis	46296564	Coordinador de la Unidad de Investigación de la Universidad Sise.	Suficiente

3.3.2. Confiabilidad:

Para establecer la seguridad de la presente propuesta de investigación se hará una prueba piloto de los microempresarios con cualidades equivalentes a la muestra de estudio y los datos se examinaron a través del método de la Escala de Likert.

3.3.3. Técnicas de procesamiento y análisis de datos:

En este proceso y análisis de datos será necesario utilizar programas de procesamiento de datos como el Excel, para lo cual revisaremos y analizaremos el cuestionario de la encuesta a realizarse como herramienta de recolección de datos, los mismos que serán convertidos a cuadros estadísticos para analizar y contrastar los resultados con la hipótesis.

CAPITULO IV: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

4.1. Cronograma de Actividades:

Tabla 5: *Cronograma de Actividades*

Asunto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
	May	Jun	Jul	Ago	Set
Selección del tema a investigar	X				
Búsqueda de fuentes bibliográficas	X				
Planteamiento del problema, objetivos, hipótesis y justificación.	X	X			
Elaboración marco teórico (antecedentes nacionales e internacionales del tema de investigación)		X	X		
Elaboración del marco teórico (bases teóricas)		X	X		
Descripción del marco metodológico (tipo y diseño, población, muestra, técnicas de recolección de datos y matriz de consistencia)			X	X	
Descripción de variables y fiabilidad del diseño de investigación.				X	
Cronograma de actividades y presupuesto.				X	
Conclusiones y recomendaciones					X
Entrega de trabajo final de investigación.					X

CAPITULO V: PRESUPUESTO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
5.1. Presupuesto:

 Tabla 6: *Presupuesto*

Descripción	Total Ingreso /Egreso (Soles)
<u>INGRESO</u>	
Total Ingreso	S/. 3,200.00
<u>EGRESO</u>	
1. Materiales	
Papelería y anillado	S/. 150.00
Suministro para impresora	S/. 100.00
Impresiones	S/. 100.00
2. Servicios	
Llamadas telefónicas	S/. 150.00
Internet	S/. 100.00
Pasajes diversos	S/. 300.00
Viáticos	S/. 300.00
Asesoría	S/. 1500.00
Otros gastos	S/. 500.00
Total Egreso	S/. 3,200.00

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

De acuerdo al trabajo desarrollado se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. El desconocimiento de las obligaciones tributarias al momento de emprender un negocio o empresa lleva a la informalidad de los emprendedores y microempresarios que no saben cómo afrontar las responsabilidades de cumplir con el pago de sus impuestos ante la Administración Tributaria
2. La demora por los trámites burocráticos para la creación y formalización de empresas y los costos que generan estos como derechos registrales, licencias de funcionamiento, asesorías, pago de impuestos y otros hacen menos interesante la formalización.
3. La carencia de instrucción educativa del pasado se refleja en la vivencia actual, es una de las causas que nos mantienen en la informalidad por falta de cultura tributaria, conciencia y conocimiento tributario, así como la falta de práctica de valores éticos. debido a la escasas o nula difusión e incentivación para promover la cultura de pago y la formalización de comerciantes del mercado de San Alfonso.
4. La corrupción encriptada en las instituciones públicas genera desconfianza y desincentivan el pago voluntario de impuestos porque no ven resultados del esfuerzo que realizan los ciudadanos, muy por el contrario, los servidores de la patria extraen recursos públicos para beneficio propio y de familiares.

5. Existe una conducta social adversa en los comerciantes informales ante la credibilidad de la cultura tributaria y la responsabilidad social, desconociendo la importancia de la tributación para el desarrollo del país, para la mejora de la infraestructura de los servicios públicos y mejor calidad de vida de nuestros hijos.
6. La formalización brinda oportunidades de crecimiento en los microempresarios al negociar con empresas de gran envergadura al brindar bienes y servicios, a su vez dan acceso al sistema financiero con el pago de intereses de tasa preferencial.
7. A través de la formalización de los microempresarios, la Administración Tributaria SUNAT, puede recaudar más impuestos que generen el progreso del país, esto a su vez producen más puestos de trabajo por mayores obras públicas en beneficio de la sociedad.

6.2. Recomendaciones

1. Se recomienda a la Administración Tributaria SUNAT crear programas de charlas capacitaciones dinámicos sobre la cultura tributaria donde la difusión debe ser clara y sencilla dentro del Mercado San Alfonso de Santa Clara, estas acciones de acercamientos a los microempresarios permitirán reducir la informalidad e incrementara la economía formal.
2. SUNAT y a las entidades competentes deberían mejorar y simplificar los sistemas de tributación, asimismo los procesos de formalización deben ser de forma sencilla y accesible para que los microempresarios del Mercado San Alfonso les sea fácil de comprender y aplicarlo, con el propósito de incentivar la cultura tributaria y fomentar la formalización.
3. Es importante incluir dentro de la currícula de la educación juegos, talleres, capacitaciones y cursos tributarios y financieros que ayuden a fortalecer los conocimientos tributarios y financieros de nuestros niños de hoy, preparándolos para que el mañana apliquen los conocimientos aprendidos creando una cultura tributaria de pago voluntario y no se convierta en una carga de pago obligatorio.
4. Se recomienda a todos los microempresarios del mercado San Alfonso de Santa Clara tener una actitud integra ante los valores tributarios, ya que esto conlleva al fortalecimiento del bien común de nuestra sociedad, donde los beneficiarios directos serán nuestros descendientes, por lo que invocamos cumplir con sus obligaciones y responsabilidad tributarias.

CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Burga Argandoña, M. E. (2015). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en las Empresas Comerciales del Emporio Gamarra, 2014*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú: <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1577>
- [SUNAT], S. N. (15 de 06 de 2019). <http://cultura.sunat.gob.pe/cultura/que-es-cultura-tributaria-y-aduanera>. Obtenido de <http://cultura.sunat.gob.pe/cultura/que-es-cultura-tributaria-y-aduanera>
- Altamirano Castro, Y. L. (2018). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPES del sector confecciones en el Paraque Industrial N° 1 de Huaycán - Ate, Lima 2018*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú: <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/1278>
- Amasifuen Reategui, M. (2015). *Importancia de la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898/866
- Benavides Majino, O. (16 de octubre de 2015). Municipalidad Distrital de Ate. *Declaran zona rígida para el comercio informal y para el estacionamiento de todo tipo de vehiculos, así como la restricción del tránsito de vehiculo de carga y vehiculos menore sen las vías colindantes a la Plaza Civica de Santa Clara*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/declaran-zona-rigida-para-el-comercio-informal-y-para-el-est-decreto-de-alcaldia-no-018-2015mda-1302985-2/>
- Bonilla Sebá, E. C. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá. *Revista Ciudad. Estados Política, Volumen 1, Número 1*, 21-35. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/article/view/44456/45744>
- Bustillos Carbajal, N. (06 de 08 de 2020). *La cultura tributaria y la formalización empresarial en la ciudad de Ambo, Huanuco-2019*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/2296;jsessionid=DEA6E933153A8ABAD541C6A741C562F1>
- Castañeda Rodriguez, V. M. (mayo-agosto, 2015). La moral tributaria en América Latina y la corrupción como uno de sus determinantes. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales - Universidad Nacional Autónoma de México*, pp. 103-109. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/421/42138153005.pdf>
- Cedeño Castillo, L. M., & Torres Calle, M. d. (2016). *Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del Cantón Girón para el año 2016*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27319/1/tesis%20%20completa%20word.pdf>

- ComexPeru. (05 de Junio de 2020). *Las Mype Peruanas en 2019 y su realidad ante la Crisis*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-su-realidad-ante-la-crisis>
- Correa Tocto, G. O., & Gonzales Castro, E. R. (2017). *Estrategias para promover la cultura tributaria en los contribuyentes del sector Mercadillo de la Provincia de San Ignacio, 2016*. Obtenido de Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipan, Pimentel-Lima: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5420/Correa%20Tocto%20%26%20Gonzales%20Castro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CreceMype. (2017). El primer paso hacia el Crecimiento. *CreceMype.pe*, 4. Obtenido de CreceMype.pe: <http://www.creceMype.pe/portal/images/stories/files/img/coleccion-creceMype-l/formaliza-a.pdf>
- De la Cruz Ramos, R., & Ramos Mayorca, G. M. (2020). *La corrupción y su incidencia en la recaudación tributaria en la región Junín:2005-2018*. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7546/1/IV_PG_MET_T_E_Cruz_Ramos_2020.pdf
- EESE Business, C. J. (Enero, 2017). La formalización de las Empresas. *Enabling Environment for Sustainable Enterprises*, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf.
- El Peruano. (11 de 06 de 2019). *Sunat: jóvenes estudiantes son los aliados de la cultura tributaria*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-sunat-jovenes-estudiantes-son-aliados-de-cultura-tributaria-80416.aspx>
- Espinoza, B. E. (2017). *Cultura Tributaria y su relación en la formalización de las MYPES en el mercado 1º de Setiembre del distrito de San Juan de Lurigancho, periodo 2017*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/18919>
- Galindo Borja, D. (2018). *Cultura Tributaria como medio para disminuir la evasión tributaria en la asociación de propietarios del mercado mayorista y minorista Yuly-Aprommy - Ate-2017*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23946?locale-attribute=en>
- Gerens. (28 de Diciembre de 2017). *Gestion Estrategicos y Operativa*. Obtenido de Gestion Estrategicos y Operativa: <https://gerens.pe/blog/crear-plan-responsabilidad-social-empresarial/>
- Gestion. (02 de Diciembre de 2018). *Gestion*. Obtenido de Gestion: <https://gestion.pe/tu-dinero/regimenes-tributarios-diferencias-pagar-impuestos-empresas-peru-nnda-nnlt-250529>
- Gil Hernández, K., & Zapata, L. (2017). *Cultura Tributaria en Perú*. Obtenido de Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá "Universidad Uniempresarial": <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/T%20CP%20G463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giovelith, J. P. (julio de 2016). Factores que se relacionan con la evasión tributaria de los comerciantes acogidos al nuevo RUS del mercado El HUequito. *Factores que se relacionan con la evasión tributaria de los comerciantes acogidos al nuevo RUS del mercado El HUequito*. Tarapoto, Peru: Tesis.

- Global, L. R. (20 de junio de 2019). *Diario Responsable*. Obtenido de Diario Responsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/25391-como-incorporar-la-responsabilidad-social-en-tu-negocio>
- Gonzalo, F. V. (Noviembre de 2018). La Bolsa Boliviana de Valores como Alternativa de Financiamiento para las Pymes de la ciudad de Cochabamba. *La Bolsa Boliviana de Valores como Alternativa de Financiamiento para las Pymes de la ciudad de Cochabamba*. Cochabamba, Bolivia.
- Huere Navarro, X. I., & Muña Rodríguez, A. Z. (06 de 17 de 2016). *Cultura Tributaria para la formalización de las Mypes de los Mercados de la Provincia de Huancayo*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú: http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1607/INFORME_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Iglesias Gonzáles, J. J., & Ruiz Rengifo, K. (02 de 2017). *La cultura tributaria y su relación con las obligaciones tributarias de los arbitrios municipales de la ciudad de Tarapoto año 2016*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión, Lima: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/685/Jessica_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (Diciembre de 2017). *Compendio Estadístico provincia de Lima 2017*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1477/libro.pdf
- Julcamoro Ocas, A. d., & Machuca Tirado, M. S. (2017). *Influencia de la cultura tributaria en la evasión de impuestos en los comerciantes de las galerías Arcángel Cajamarca 2017*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Cajamarca-Perú: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12799/Julcamoro%20Ocas%20Ayde%20del%20Socorro%20-%20Machuca%20Tirado%20Milagros%20Soledad.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- La Cámara. (5 de 11 de 2017). *El Impacto de la informalidad*. Obtenido de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion800/edici%C3%B3n_800_dig.pdf
- MEF, M. d. (02 de 08 de 2018). *Empresas podrán obtener de manera gratuita certificados digitales para emitir comprobantes de pago electrónico*. Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5736>
- Municipalidad Distrital de Ate. (03 de mayo de 2019). *En Ate capacitan a comerciantes informales para su formalización*. Obtenido de <http://www.muniate.gob.pe/ate/noticia.php?idPublicacion=7699>
- Peñaranda Castañeda, C. (Mayo de 2019). *El 75% de unidades productivas son informales*. Obtenido de https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r879_1/informe%20economico.pdf

- Peru, F.-t. (5 de febrero de 2019). <https://www.formaliza-tperu.org/que-es-el-regimen-especial-del-impuesto-la-renta-rer-2018/>. Obtenido de <https://www.formaliza-tperu.org/que-es-el-regimen-especial-del-impuesto-la-renta-rer-2018/>
- Petro Petro, A. P., & González Anaya, H. (18 de 02 de 2019). Evaluación de la cultura tributaria a comerciantes y tenderos del casco urbano del municipio de San Pelayo, departamento de Córdova. Colombia. Obtenido de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7835/2/2019_%20Evaluaci%
%b3n_cultura_tributaria.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7835/2/2019_%20Evaluaci%c3%b3n_cultura_tributaria.pdf)
- Pico Maya, G., & Zambrano Alvarado, R. (01 de Noviembre de 2016). Analisis del Regimen Impositivo Simplificado ecuatoriano como Herramienta Tributaria para los Comerciantes del Sector de la Bahía de Guayaquil. *Analisis del Regimen Impositivo Simplificado ecuatoriano como Herramienta Tributaria para los Comerciantes del Sector de la Bahía de Guayaquil*. Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Programa de Educación Tributaria en Argentina*. (18 de 06 de 2019). Obtenido de <http://www.educacionfiscal.org/noticia/programa-de-educacion-tributaria-en-argentina>
- Redondo Sánchez, J. F. (31 de mayo de 2019). Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). *Contra la corrupción, más cooperación*. Obtenido de <https://www.ciat.org/contra-la-corrupcion-mas-cooperacion/>
- Rios, M. (31 de Enero de 2019). *Gestion. Produce: Informalidad de las micro pequeñas empresas cayó en 10 puntos porcentuales*.
- Salazar Diaz, D. (2017). *Cultura Tributaria para el cumplimiento de las obligaciones fiscales en las empresas comerciales del mercado de Lima, 2017*. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1455/TITULO%20-%20%20Salazar%20D%20C3%ADaz%20Dian.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sarduy Gonzáles, M., & Gancedo Gaspar, I. (2016). La cultura tributaria en la sociedad cubana: un problema a resolver. *Cofin Habana Numero 1*, 126-141.
- Sociedad y Economía. (Marzo de 2017). Hacia una industria verde en el Perú: nuevo modelo de oportunidades para el sector empresarial. *Crecimiento Verde: oportunidades y desafíos*. Obtenido de *Crecimiento Verde: oportunidades y desafíos*: http://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/articulos/economiasociedad/003-ep_crecimiento.pdf
- Tovar, A. (2015). Centro de Servicios de Desarrollo Empresarial en el Distrito de Ate - Lima. Obtenido de http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Centro-de-Servicios-de-Desarrollo-Empresarial-en-el-Distrito-de-ATE-Lima_-ADEC-ATC.pdf
- Urbina Padilla, D. (14 de febrero de 2020). El Peruano. *Perú y el Índice de Percepción de la Corrupción*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-peru-y-indice-percepcion-de-corrupcion-89847.aspx>
- Valeria, C. z., & Daniel, P. T. (2018). Asesoría y guía tributaria para microempresario de la distribuidora super huevos en Montebello. *Asesoría y guía tributaria para*

microempresario de la distribuidora super huevos en Montebello. Guayaquil, Ecuador, Ecuador.

Vela Navarro, V. L. (2017). *"Cultura Tributaria y su Influencia en la Evasión de Impuestos de los Microempresarios en Lima Metropolitana Años 2015-2016"*. Obtenido de Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú: http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1468/T030_41367227_T.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vera Liza, S. P. (2017). *Motivación y cultura tributaria en estudiantes de primer ciclo, 2016*. Obtenido de Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo, Perú: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/7747/Vera_LSP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yesenia, A. C., & Iberico Lopez Norely. (julio de 2018). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N1 de Huaycan. Lima, Peru: tesis.*

Yman Arrieta, L., & Ynfante Moscoso, S. (2016). *Programa de Difusion Tributaria y su Incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Modelo de Tumbes. Programa de Difusion Tributaria y su Incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado Modelo de Tumbes. Tumbes, Tumbes.*

ANEXOS

Anexo N° 1: Guía para la revisión del instrumento

Estimado profesor Julio Bécar:

Es grato saludarlo y a la vez participarle que se requiere de su mayor cooperación para contestar el instrumento que tiene por objeto identificar la influencia de la cultura tributaria en la formalización de los microempresarios del mercado San Alfonso Santa Clara – Ate, 2020.

: La información que usted suministre es anónima y sólo será utilizada con fines educativos para la presentación de un trabajo de investigación de la Universidad Privada SISE.

El cuestionario posee un conjunto de planteamientos sobre diferentes sucesos que ocurren en la actividad mercantil de los microempresarios del Mercado “San Alfonso” Santa Clara – Ate, 2020, relacionados a la influencia de la cultura tributaria en la formalización, su tarea consiste en leer cada uno y responder de manera natural. No hay respuestas acertadas o equivocadas, sólo interesa su franca opinión sobre cada punto.

Tenga en cuenta las siguientes consideraciones:

- 1.- Lea cuidadosamente cada planteamiento.
- 2.- Todos los planteamientos poseen cinco respuestas probables, marque con una **X** la opción que más evidencie lo que usted piensa.
- 3.- Se le pide expresar a todos los planteamientos determinados, con la mayor honestidad, cuanto más sincero (a) sea, más precisos y útiles serán los resultados.

Recuerde: Marque con una X sólo una opción

Ejemplo:

	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
1 Cumpló con el pago de mis impuestos	X				

De antemano, ¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2: Instrumento tal como será presentado a los encuestados

Datos Personales y Profesionales:

A.- Sexo:	B.- Edad:	C.- Estado Civil:
a.- Masculino: ____ b.- Femenino: ____	a.- 12 a 20 años: ____ b.- 21 a 30 años: ____ c.- 31 a 39 años: ____ d.- 40 a 48 años: ____ e.- 49 o más años: ____	a.- Soltero (a): ____ b.- Casado (a): ____ c.- Divorciado (a): ____ d.- Viudo (a): ____ e.- Concubinato: ____
D.- Número de hijos:	E.- Nivel de Instrucción:	F.- Tipo de Negocio
a.- Ninguno: ____ b.- De 01 a 03 hijos: ____ c.- De 04 a 06 hijos: ____ d.- Más de 06 hijos: ____	a.- Primario: ____ b.- Secundaria: ____ c.- Técnico ____ d.- Superior: ____ e.- Otro: ____	a.- Ropa: ____ b.- Abarrotes: ____ c.- Bazar: ____ d.- Juguería: ____ e.- Comida: ____ f.- Piñatería: ____ g.-Carnicería: ____ h.- Otros: ____

CUESTIONARIO		Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMALIZACION DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL MERCADO SAN ALFONSO SANTA CLARA – ATE 2020						
1	¿Cumples voluntariamente con tus obligaciones Tributarias?					
2	¿Cumples con el pago de tus obligaciones tributarias en la fecha de vencimiento?					
3	¿Conoces sobre las multas que genera el no pagar en su fecha los impuestos?					
4	¿Con que frecuencia te informas sobre las obligaciones y sanciones tributarias?					
5	¿Asistes a las charlas informativas de tributación y educación fiscal que brinda Sunat?					
6	¿Aplicas lo aprendido en las charlas informativas que realiza Sunat sobre tributación?					
7	¿Emites y /o solicitas comprobantes de pago al momento de realizar una operación comercial?					
8	¿Conoces la importancia de la emisión de comprobantes de pago?					
9	¿Con que frecuencia registras tus libros contables?					
10	¿Cree usted que es mejor un financiamiento a bajo costo de las cajas rurales en comparación con los Bancos?					
11	¿Cree usted que es necesario un financiamiento para su empresa?					
12	¿Conoces los requisitos para acceder a un financiamiento?					
13	¿Crees que tu contribución ayudará a mejorar la calidad de servicios públicos en nuestro país?					
14	¿Cree usted que se debería fomentar la cultura tributaria en los colegios en beneficio del país?					
15	¿Cree usted que el aporte voluntario de los tributos ayuda al crecimiento del país?					

Anexo N° 3: Escala de Evaluación del Instrumento

Ítems	Evaluación				Decisión				Observaciones
	A	B	C	D	E	F	G	H	
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									

Criterio de Evaluación	Criterio de Decisiones
A.- Tendenciosidad	E.- Dejar
B.- Pertinencia	F.- Modificar
C.- Claridad	G.- Eliminar
D.- Adecuada	H.- Incluir otra pregunta

Generalidades del instrumento

- La actitud y conducta en que se solicita a cooperación para la aplicación del instrumento es:

Insuficiente (0) Regular (1) Bueno (2) Excelente (3)

- La manera que declara el objetivo del instrumento es:

Insuficiente (0) Regular (1) Bueno (2) Excelente (3)

- Los procedimientos del instrumento están consignadas de forma clara y sencilla, adecuadas al nivel de la población:

Insuficiente (0) Regular (1) Bueno (2) Excelente (3)

Observaciones: _____

Total: _____

Síntesis Diagnóstica sobre el Instrumento

- En general observo que los ítems del instrumento miden los indicadores elegidos para la variable de forma:

Excelente ____

Buena ____

Regular ____

Insuficiente ____

- En relación al instrumento recomiendo:

Aplicarlo por no poseer casi correcciones importantes ____

Realizar los cambios sugeridos para su posterior aplicación ____

No recomiendo su aplicación por su bajo nivel de validez ____

El instrumento diseñado es: _____
