



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**TESIS**

**CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES  
TRIBUTARIAS EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES  
DEL MEGAMERCADO “UNICACHI” COMAS 2018.**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR  
PÚBLICO**

**AUTORA:**

**Bach. CALDERON DIAZ KARIM ORIELE**

**ASESORA:**

**Dra. BERNARDO SANTIAGO MADELAINE**

**LIMA-PERÚ**

**2018**

## **ASESORA DE TESIS**

.....

**Dra. BERNARDO SANTIAGO MADELAINE**

## **JURADO EXAMINADOR**

---

**Dr. TAM WONG FERNANDO LUIS**  
**Presidente**

---

**Dr. RICHARDSON PORLLES NELSON MARCOS**  
**Secretario**

---

**Mg. MUÑOZ CHACABANA JORGE LUIS**  
**Vocal**

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme conseguir mis metas profesionales. A mi padre Roy que está en cielo y desde ahí me ilumina, a mi madre Oriele, a mis hermanos Lizeth, Roy y sobrinos Viviana, Byron, Amy y Angélica, por su comprensión, unión y colaboración, quienes han estado presentes en todo momento a mi lado, conminándome a ser no solo una mejor profesional sino también una mejor persona en beneficio de la sociedad

## **AGRADECIMIENTO**

A los docentes de la Universidad Privada Telesup, en especial a la Dra. Madelaine Bernardo Santiago, quien aplicando su experiencia docente me ha orientado de la mejor manera, guiando en la elaboración de mi tesis. A mis compañeros del taller de tesis, con quienes hemos compartido experiencias necesarias para orientarme a ser una mejor profesional. A mi familia y amistades, quienes son los que me fortalece y me anima ante toda adversidad.

## **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo, Karim Oriele Calderón Díaz identificada con DNI N° 45356829, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Telesup, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela de Contabilidad, presento la tesis titulada:

CULTURA TRIBUTARIA Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO “UNICACHI” COMAS 2018, declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría y que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Privada TELESUP.

Lima, 18 de agosto del 2018.

---

Firma  
D.N.I. 45356829

## RESUMEN

La investigación titulada: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, cuyo objetivo de la investigación fue: Determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

La hipótesis general planteada fue: La cultura tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

La metodología es de tipo Aplicada, con un nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental, transversal. La muestra estuvo conformada por 100 comerciantes; los cuestionarios cumplieron con los requisitos de validez y la confiabilidad. El método que se utilizó fue el hipotético deductivo, para el análisis de datos se aplicó la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

Los resultados determinaron que la cultura tributaria se relaciona ( $Rho=0,714$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

**Palabras claves:** Cultura, tributario, obligación, comerciante, sanción.

## ABSTRACT

The research entitled: Tax Culture and Tax Obligations in the Association of Merchants of the " UNICACHI "Megamarket Comas, 2018 whose objective of the investigation was: To determine the relationship between the tax culture and the tax obligations in the Merchants Association of the Megamarket "UNICACHI" Comas, 2018.

The general hypothesis was: The tax culture is significantly related to tax obligations in the association of merchants of the "UNICACHI" Mega market Comas 2018

The methodology is of applied type, with a correlational descriptive level and non-experimental, transversal design. The sample consisted of 100 merchants; the questionnaires met the requirements of validity and reliability. The method that was used was the hypothetical deductive, for the data analysis the Spearman nonparametric Rho test was applied.

The results determined that the tax culture is related ( $Rho = 0,714$ ) and significantly ( $p = 0.001$ ) with the tax obligations in the association of merchants of the "UNICACHI" Mega market Comas 2018. According to the Rho Spearman correlation indexes, the correlation is high, which is why the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected.

**Keywords:** Culture, tributary, obligation, merchant, sanction



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
<b>I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>16</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	16
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos.....	18
1.3. Justificación del estudio.....	18
1.4. Objetivos de la investigación.....	20
1.4.1. Objetivo general.....	20
1.4.2. Objetivos específicos.....	20
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>21</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	24
2.2. Bases teóricas.....	28
2.2.1. Bases teóricas de la variable: Cultura tributaria.....	28
2.2.2. Obligaciones tributarias.....	38
2.3. Definición de términos básicos.....	52

2.4	Análisis de Información.....	56
<b>III.</b>	<b>MÉTODOS Y MATERIALES.....</b>	<b>61</b>
3.1.	Hipótesis de la investigación.....	61
3.1.1.	Hipótesis general.....	61
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	61
3.2.	Variables de estudio.....	61
3.2.1	Definición conceptual.....	61
3.2.2.	Definición operacional.....	62
3.2.2.1.	Operacionalización de las variables.....	62
3.3.	Tipo y nivel de la investigación.....	64
3.4.	Diseño de la investigación.....	65
3.5.	Población, muestra y muestreo del estudio.....	66
3.5.1.	Población.....	66
3.5.2.	Muestra.....	66
3.5.3.	Muestreo.....	67
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	68
3.6.1.	Técnica de recolección de datos.....	68
3.6.2.	Instrumento de recolección de datos.....	68
3.7.	Validación y confiabilidad del instrumento.....	70
3.7.1.	Validez.....	70
3.7.2.	Confiabilidad.....	71
3.8.	Método de análisis de datos.....	71
3.9.	Desarrollo de la propuesta de valor.....	72
3.10.	Aspectos deontológicos.....	72
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>74</b>
4.1.	Resultados.....	74
4.2.	Análisis inferencial.....	82
<b>V.</b>	<b>DISCUSIONES.....</b>	<b>85</b>
5.1.	Análisis de discusión de resultados.....	85
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>87</b>
6.1.	Conclusiones.....	87
<b>VII.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>88</b>
7.1.	Recomendaciones.....	88

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	89
<b>ANEXOS</b> .....	95
Anexo 01: Matriz de consistencia.....	96
Anexo 02: Matriz de Operacionalización.....	97
Anexo 03: Matriz de Operacionalización Variable 1: Infracciones tributarias.....	98
Anexo 04: Instrumentos.....	100
Anexo 05: Cuestionario sobre obligaciones tributarias.....	102
Anexo 06: Certificado de validez contenido del instrumento cultura tributaria....	104
Anexo 07: Certificado de validez contenido del instrumento cultura tributaria...	106
Anexo 08: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.....	110
Anexo 09: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.....	112
Anexo 10: Base de datos de las variables de estudio.....	114
Anexo 11: Consentimiento informado.....	118

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	<i>Operacionalización de la variable Cultura tributaria.....</i>	63
Tabla 2:	<i>Operacionalización de la variable Obligaciones tributarias.....</i>	64
Tabla 3:	<i>Distribución de la población.....</i>	66
Tabla 4:	<i>Resultado validez contenido del instrumento cultura tributaria....</i>	70
Tabla 5:	<i>Validez contenido del instrumento obligaciones tributarias.....</i>	70
Tabla 6:	<i>Confiabilidad de los instrumentos.....</i>	71
Tabla 7:	<i>Nivel de cultura tributaria.....</i>	74
Tabla 8:	<i>Nivel de la dimensión educación cívica tributaria.....</i>	76
Tabla 9:	<i>Nivel de la dimensión difusión y orientación tributaria.....</i>	77
Tabla 10:	<i>Nivel de obligaciones tributarias.....</i>	78
Tabla 11:	<i>Nivel de la dimensión sanciones y tributos.....</i>	79
Tabla 12:	<i>Nivel de la dimensión tributos.....</i>	80
Tabla 13:	<i>Nivel de la dimensión administración tributaria.....</i>	81
Tabla 14:	<i>Correlación cultura tributaria y obligaciones tributarias.....</i>	82
Tabla 15:	<i>Correlación conciencia tributaria y obligaciones tributarias.....</i>	83
Tabla 16:	<i>Correlación educación tributaria y obligaciones tributarias.....</i>	83
Tabla 17:	<i>Correlación orientación tributaria y obligaciones tributarias.....</i>	84

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Nivel de cultura tributaria.....	74
<i>Figura 2.</i> Nivel de la dimensión conciencia tributaria.....	75
<i>Figura 3.</i> Nivel de la dimensión educación cívica tributaria.....	76
<i>Figura 4.</i> Nivel de la dimensión difusión y orientación tributaria.....	77
<i>Figura 5.</i> Nivel de obligaciones tributarias.....	78
<i>Figura 6.</i> Nivel de la dimensión sanciones y tributos.....	79
<i>Figura 7.</i> Nivel de la dimensión tributos.....	80
<i>Figura 8.</i> Nivel de la dimensión administración tributaria.....	81

## INTRODUCCIÓN

En la mayoría de los países tienen presente en la agenda política combatir la evasión tributaria, porque tiene gran repercusión en la estabilidad económica. A partir de este punto la mayoría de países formulan diversas tácticas que les permita controlar y fiscalizar cumplimiento de pagos de las obligaciones tributarias, No obstante, las tácticas empleadas no son suficientes para vencer la falta de cumplimiento de las personas, en el pago de sus tributos según lo que señala Solórzano (2013, p. 98). Por lo tanto, no se puede pretender solo dar una perspectiva económica, financiera y legal, Así que necesariamente se debe dar mayor importancia al vínculo que debe existir entre el ciudadano y el Estado, para lograr fortalecer este vínculo es necesario fomentar la Cultura Tributaria, que permitirá a las personas tener una mejor perspectiva del cumplimiento de sus obligaciones tributarias, las cuales generaran muchos beneficios para los ciudadanos.

En la actualidad existe una notoria resistencia en la ciudadanía porque existe una indiferencia y poca conciencia en relación a la responsabilidad social que conlleva el pago de los tributos, haciendo caso omiso al cumplimiento de sus ordenanzas, ya sea por falta de conciencia o cultura tributaria, los cuales son utilizados como escudo ante este incumplimiento, por ello es necesario de mayor sensibilización del contribuyente para que sean partícipes de este gran cambio cultural y contribuyan al desarrollo del país.

Es por ello que la investigación busca determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la Asociación de Comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, por ello ha sido estructurada de la siguiente manera:

Primer capítulo, se presentan el planteamiento del problema, su formulación del problema, la justificación, los objetivos y la limitación de la investigación.

Segundo capítulo. Se explica el marco teórico, se presentan los antecedentes del estudio, las bases teóricas en las que se sustentan esta nuestra investigación.

Tercer capítulo. Los métodos y materiales, se encuentran las hipótesis variables, la Operacionalización de las mismas, tipo de investigación, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de instrumentos de recolección de información, método de análisis de datos y los aspectos éticos.

Cuarto capítulo. Se presentan los resultados de la investigación donde se presentan la validez y confiabilidad de los instrumentos, presentación y análisis de los resultados, y la discusión.

Finalmente, se dan a conocer los siguientes capítulos de las conclusiones, recomendaciones, referencias y los anexos.

## **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

A nivel internacional, en los países latinoamericanos a causa de la globalización se ha producido cambios significativos en los sectores económico, social y cultural, se ha generado una percepción del rol económico en la sociedad y como permite el desarrollo y la calidad de vida de un país. Las organizaciones son evidencia de ello, puesto que generan bienestar, empleo y crecimiento; así como también incrementan la riqueza local y regional de cada país. Una organización bien posicionada cuenta con un recurso humano de calidad con seguridad jurídica y económica. En consecuencia, a partir de ello surge la conceptualización de Cultura Tributaria, en donde se plantea como las empresas deben asumir sus obligaciones tributarias en los diferentes sectores que conforman la economía de un país. En el ámbito tributario, toda persona jurídica o empresa es responsable de sus obligaciones tributarias como prever el pago de sus impuestos de acuerdo a ley y acogiéndose a beneficios tributarios y exenciones que garanticen que cumplen con la obligación tributaria. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT)

Actualmente, en la administración de cada gobierno de latinoamérica requieren recaudar mayores ingresos fiscales para cubrir una superior cantidad y calidad de gasto; a pesar del considerable incremento de la aceleración en los ingresos fiscales y las diferencias existentes entre países, el promedio en la obligación tributaria es relativamente bajo, siendo el problema central que el cumplimiento de las obligaciones tributarias no es tomado en cuenta por muchos latinoamericanos como un mecanismo central de las actividades cotidianas de la ciudadanía.

Este factor el cual es el incumplimiento de las obligaciones tributarias, genera que el Estado no recaude suficientes unidades impositivas tributarias (UIT) para cubrir el gasto, de los egresos que se van dando, dentro de ellos como los de infraestructura, educación y salud, esto debido a que existen muchas personas que no contribuyen y la mayoría de estas solo buscan trabajar para su propio



beneficio (informalidad laboral), sin mostrar mínima preocupación por cumplir con sus obligaciones tributarias, trasladando dicha mentalidad a personas de su entorno, estableciendo así una anticultura tributaria, es por ello que es importante la inclusión de una cultura tributaria la cual está orientada al pensamiento de ideas prácticas para promover la convivencia sociocultural, actitudes y comportamiento orientados a la contribución, creado así conciencia para el pago voluntario de los impuestos.

A nivel nacional, en el Perú, para el tema de la recaudación de impuestos, tenemos como entidad reguladora de impuestos a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria (SUNAT); asimismo, se encarga de realizar estadísticas y estudios acerca de la recaudación de impuestos.

Según Sunat (2018) Los ingresos tributarios ascendieron a S/. 90,706 millones, S/. 1,331 millones menos que el año anterior. Por tercer año consecutivo, la recaudación de tributos a nivel nacional cayó, de esta forma, la recaudación de los ingresos del gobierno central cayó 1.3%, en un escenario económico marcado el afecto de El Niño Costero, Lava jato y algunas medidas tributarias como el nuevo el nuevo régimen del impuesto a la Renta para las mypes, En nuestro país existen variedad de microempresas - pero particularmente para el presente estudio de investigación - como por ejemplo industria de la belleza, venta de ropa, venta de calzado, venta de licores, venta de suministros, restaurantes, cuidado personal, juguetes, las cabinas de internet, entre otros, el lugar donde encontramos todo ello y dividido por sectores son los mercados.

A nivel local en la asociación del Megamercado "UNICACHI" Comas deben estar capacitados en el ámbito tributario, es decir, tener conocimientos tributarios para que asuman su responsabilidad como contribuyentes para sacar adelante a nuestro país. Así mismo es necesario lograr que los comerciantes asuman de manera voluntaria y responsable el pago de sus obligaciones tributarias para que contribuya al desarrollo del distrito de Comas y del país.

Por las razones expuestas, se ha planteado el siguiente problema de investigación: ¿Cómo desarrollar cultura tributaria y habitar las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?

¿Cuál es la relación entre la educación cívica tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?

¿Cuál es la relación entre la difusión y orientación tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?

## **1.3. Justificación del estudio**

La presente investigación es importante porque con los resultados obtenidos se procederá a plantear y ejecutar un plan de mejora, donde la toma conciencia sobre el pago de sus tributos se efectivizará en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas. Asimismo, de acuerdo a lo descrito en la investigación coincidimos en desarrollar una guía tributaria para que

los comerciantes cumplan con sus obligaciones tributarias de acuerdo a lo establecido por la ley.

Aspectos teóricos: se justifica la investigación, porque la SUNAT como ente recaudador de impuestos, sumado a la normatividad que se cumple a cabalidad, expresados en aquellos artículos que son de conocimiento de los trabajadores del Megamercado “UNICACHI”. Estas dos variables forman parte de la teoría, donde se ha fomentado la cultura tributaria, basado en la toma de conciencia, educación tributaria y su difusión. Mientras que, por otro lado, las obligaciones tributarias a las que se deben los trabajadores del Megamercado “UNICACHI” y aquellas obligaciones tributarias a las que se comprometen.

Aspectos prácticos: se justifica, porque de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, se evidencia un grupo importante de evasores tributarios. A todo lo mencionado, se realizó un plan de mejora que se orientó para mejorar y promover una cultura tributaria. Además, esta práctica de las obligaciones tributarias quedó plasmado en la conciencia de los trabajadores para futuros trámites tributarios.

Se aplicó el cuestionario con el afán de recoger resultados resuelve los problemas actuales que atraviesan los mercados del país, para que logren reducir el porcentaje de informalidad de los mercados.

Aspectos metodológicos: se justifica este estudio, porque el enfoque fue cuantitativo, se aplicó estadísticos que nos permitió recoger resultados objetivos. Además, el diseño de la muestra es no experimental, con un nivel descriptivo correlacional. Se aplicó un cuestionario con los ítems 44 de ambas variables a una muestra de 100 trabajadores del Megamercado “UNICACHI”. También recalcar que el cuestionario fue validado por un juicio de expertos y la prueba de confiabilidad.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

Establecer la relación entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciante del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Establecer la relación entre la educación cívica tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Establecer la relación entre la difusión y orientación tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

## **II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Se hizo revisión de investigaciones internacionales y nacionales referentes al tema de investigación:

#### **2.1.1. Antecedentes Nacionales**

En el ámbito nacional mencionaremos los antecedentes:

**Prado** (2016), en la tesis titulada: “Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial José Carlos Mariátegui del distrito de San Juan de Lurigancho.”, tesis para obtener el título de contador público, en la Universidad Nacional del Callao. El presente estudio de investigación se realizó con el objetivo general: Determinar la incidencia de la cultura tributaria en las obligaciones tributarias de los comerciantes del centro comercial José Carlos Mariátegui del distrito de San Juan de Lurigancho. El tipo de estudio fue descriptivo, de corte transversal; la muestra estuvo conformada por 51 empresarios del Régimen Especial de Renta (RER) que realizan actividades comerciales. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario. Los resultados obtenidos comprueban la hipótesis: Hay incidencia significativa entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias de los comerciantes. En conclusión, que un bajo nivel de cultura tributaria habrá un: bajo nivel de obligaciones tributarias y viceversa.

**Atoche**, (2016) en su tesis titulada: “La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015.”, tesis para obtener el título de contador público, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo general: Describir la cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-

RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015. El fundamento teórico de la investigación precisó como variable independiente la cultura tributaria y como variable dependiente Impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-Renta. La población y muestra fueron calculadas en la investigación, aplicado a los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana materia de investigación. Obteniéndose como conclusión más importante: Un impacto negativo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales de IGV-RENTA en los comerciantes minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana, en el año 2015, como consecuencia de una baja cultura tributaria.

**Guillen y Concepción** (2016), en su tesis titulada: “Cultura tributaria del consumidor final y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones de medicina en San Juan de Lurigancho, año 2015”, tesis para optar el título profesional de contador público en la Universidad Nacional del Callao. El objetivo general de la presente investigación fue: Determinar en qué medida la Cultura Tributaria del consumidor influye en el cumplimiento de Obligaciones de los Comerciantes de medicina en San Juan de Lurigancho. Para ello se tuvo que realizar una encuesta a los pobladores del distrito de San Juan de Lurigancho. La Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias fueron evaluadas y medidas prudentemente mediante el Cuestionario de 20 preguntas que se aplicó a 61 pobladores (consumidor). Partiendo de la hipótesis general podemos decir que La Cultura Tributaria del consumidor final incide de manera inversa en el cumplimiento de las obligaciones tributarias. A menor conocimiento tributario mayor será el incumplimiento de las obligaciones Tributarios. Además, la variable cultura tributaria en sí, explica el cumplimiento de las obligaciones tributarias en un 84%. Se concluyó que la falta de cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes.

**Burga** (2015), en la tesis titulada: “Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014”, tesis para obtener el título profesional de Contador Público en la Universidad San Martín de Porres, Perú. Teniendo como objetivo general: Comprometer a las empresas a participar en charlas sobre cultura tributaria, en conocer para que es utilizado los tributos que aportan, comprender la importancia de los tributos y aprender respecto a las sanciones que implanta la Administración Tributaria (debido a que si se cuenta con estos conocimientos los contribuyentes van a obtener un mejor planeamiento tributario consiguiendo así el cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias evitando evasiones o elusiones por parte de las personas). La tesis se realizó investigando diferentes libros, revistas y páginas web creados por diferentes autores con la finalidad de conocer más a fondo sobre la investigación. Se realizó un estudio descriptivo ya que se auxilia en leyes, normas y manuales para la obtención de información. A través del trabajo de campo se aplicó las herramientas de recopilación de información tal como la encuesta donde se encontró hallazgos importantes para la solución de la problemática planteada, que luego de ser sometida a la contratación de la hipótesis se puede asegurar haber solucionado si no en forma total gran parte de los problemas investigados. La población estuvo conformada por 78 trabajadores de las empresas del Emporio Gamarra. Además, concluyó en la importancia de brindar charlas sobre cultura tributaria a los contribuyentes y evitar las sanciones tributarias.

**Mogollón** (2014), en su tesis titulada: Nivel de cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo, Perú. Tesis para optar el título de contador público, en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. El objetivo principal fue dar a conocer el nivel de cultura tributaria que existe en los comerciantes, para así poder mejorar la recaudación pasiva de la región Chiclayo. Por otro lado, la presente investigación es de tipo descriptivo – Explicativo, la población del estudio comprende 9 642 comerciantes de la ciudad de Chiclayo en

el periodo 2012. En el marco muestral se considera a un total de 313 comerciantes; asimismo, posee un enfoque de tipo descriptiva – explicativa, el instrumento utilizado fue un cuestionario. Entre las conclusiones más relevantes se obtiene que la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados, Así mismo se evidencia que el contribuyente chichlayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía.

### **2.1.2. Antecedentes internacionales**

En el ámbito internacional mencionaremos los antecedentes:

**Amaguaya y Moreira** (2016), en su tesis titulada: “La cultura tributaria para mejorar las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil”, tesis para obtener el título de contador público en la Universidad de Guayaquil - Ecuador. La metodología que se utilizó fue un enfoque Cuantitativo–Cualitativa, las técnicas que aplicó fueron la observación y encuestas. Se realizaron encuestas para determinar el nivel de conocimientos en materia tributaria de las personas naturales, dichas encuestas se las realizó en el mes de octubre en el norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil; utilizando una muestra significativa de 100 encuestados, que corresponden al sector informal de comidas rápidas. El presente trabajo de investigación tiene por objetivo proponer una guía tributaria para concientizar las obligaciones tributarias de las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad de los negocios informales, para que los contribuyentes conozcan todo lo relacionado en temas tributarios para lograr su acertada participación en beneficio de la comunidad. Para el análisis de la información se utilizó el método correlacional, aplicando tablas de contingencia, lo cual permitió determinar que existe relación o dependencia entre las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, usando el sistema estadístico Minitab. Finalmente, se concluyó la necesidad de desarrolla una guía didáctica para el fácil entendimiento y cumplimiento a tiempo de sus obligaciones que cuente con casos



prácticos, es muy necesario para contribuir al desarrollo de la cultura tributaria del país.

**Zambrano** (2015), en su tesis titulada: “Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto en el Estado de Carabobo”, tesis para obtener el título de contador público, en la Universidad de Carabobo - Venezuela. La metodología utilizada posee un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, de diseño no experimental, transeccional, aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación surge para evidenciar la importancia de la recaudación del impuesto sobre inmuebles urbanos de la alcaldía del Municipio San Diego, Estado Carabobo, ya que se observa desconocimiento por parte de los contribuyentes de la ordenanza municipal, lo cual contribuye a la evasión de dicho impuesto. El objetivo general consistió en analizar la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto sobre inmuebles urbanos en la alcaldía del Municipio San Diego, Estado Carabobo. Metodológicamente, se consideró una investigación de campo, con apoyo documental. Entre las técnicas de recolección de información se tiene la observación directa, mediante una lista de cotejo para describir la situación actual del ingreso municipal proveniente de la recaudación del Impuesto. También se utilizó la encuesta, a través de dos cuestionarios, el primero aplicado a 17 trabajadores de la alcaldía que laboran en el área de tesorería. El segundo fue aplicado a 20 contribuyentes. A través de los mismos se identificaron los factores que inciden en la cultura tributaria del contribuyente para la recaudación del impuesto.

**Tapia** (2014), en su tesis titulada: “La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad de la ciudad de Macas, tesis para obtener el título de contador público en la Universidad Católica de Cuenca - Ecuador. Tuvo como objetivo

general estudiar la importancia de la cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad de la ciudad de Macas. Para lo cual se utilizó la investigación con un enfoque cualitativo para recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre las variables previamente determinadas, cuyo resultado es un informe en el que se muestra una serie de datos clasificados y coherentes se tuvo presente a la investigación bibliográfica con la cual se conoció los enfoques y criterios de los autores sobre la cultura tributaria, la de campo a través del lugar en el que se investigó, además se utilizó la investigación exploratoria, la investigación descriptiva y explicativa. El resultado del trabajo permitió conocer las falencias que tienen los contribuyentes al momento de realizar sus declaraciones para cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones; y el desarrollo del incumplimiento tributario siendo uno de los principales fenómenos que afecta a la recaudación fiscal ya que produce insuficiencia de los recursos que se requieren para satisfacer las necesidades colectivas, causando un efecto dañino para la sociedad; se muestra que existe un bajo conocimiento acerca de la cultura y como está afecta al momento de realizar sus declaraciones, al igual se demuestra si los programas implementados por el SRI fueron captados por los contribuyentes; y como propuesta se diseñó una guía tributaria sobre el impuesto a la renta ya que se obtuvo dificultades en el momento de realizar la declaración porque existe mucha desinformación, la guía será entregada al Servicio de Rentas Internas y así determinar si se cumplió o no las expectativas propuestas. En cuanto a la cultura tributaria que es impulsada por el Servicio de Rentas internas se encontró que un gran porcentaje de contribuyentes encuestados está “De acuerdo” en la labor que está realizando para que los contribuyentes tomen conciencia sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Se llegó a la siguiente conclusión: se requiere concientizar a los contribuyentes y elaborar una propuesta de una guía con la finalidad de mantener informados a los contribuyentes.

**Banfi** (2013), en su tesis titulada: “La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”, tesis para optar el título de contador en la Universidad

Privada Dr. Rafael Belloso Chacín - Venezuela. Esta investigación tuvo como objetivo general: analizar la cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria, tomando como fundamento teórico los documentos legales como Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), Garay (2001) y las exposiciones de autores tales como: Armas y Colmenares (2009), León (2010), Armas y Soto (2012) entre otros, entre otros. El estudio se tipifica como descriptivo, documental y de campo, con un diseño mixto, no experimental transeccional descriptivo. Se aplicaron como técnicas de recolección de datos la observación documental y la entrevista, empleándose como instrumentos de recolección de datos la matriz de análisis y el guion de entrevista conformada por cinco (05) ítems dirigidos a cinco (05) expertos en materia tributaria quienes expresaron su opinión mediante una entrevista no estructurada, con preguntas abiertas y respuestas libres. Para la interpretación de los datos, se empleó el análisis documental, contenido, crítico, comparativo y de triangulación. Los resultados obtenidos evidenciaron que las estrategias implementadas por la administración tributaria están dirigidas a desarrollar la cultura tributaria en el ámbito social poniendo énfasis en los aspectos humanos y legales con el propósito de crear una verdadera cultura en materia de tributos y así poner en práctica de una forma consciente, responsable, transparente y ético el cumplimiento voluntario de la obligación tributaria. Concluyó que es necesario en las instituciones educativas la formación de una cultura tributaria fomentando valores dirigidos a la responsabilidad y al desempeño de manera correcta de las obligaciones impositivas existentes en las leyes tributarias vigentes.

**Romero y Vargas** (2013), en su tesis titulada: “La cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía “Mi lindo Milagro” del Cantón”, tesis para obtener el título de contador público en la Universidad Estatal de Milagro - Ecuador. El presente trabajo investigativo permitió llevar a cabo un estudio sobre la cultura tributaria que poseen los pequeños comerciantes de la Bahía “Mi Lindo Milagro” del Cantón Milagro en el cumplimiento a sus obligaciones, donde además se pudo observar que la

informalidad ha aumentado en los últimos años. Se utilizó la encuesta como técnica para recopilar información y fue dirigida a los comerciantes informales. Una vez que se obtuvieron los resultados se procedió a tabularlos, donde reflejaron la escasez de cultura tributaria, impago de impuestos, no inscripción al RISE, baja educación, dificultad en el manejo de herramientas informáticas e irresponsabilidad. Haciendo énfasis en aplicar un proceso educativo que incremente la conciencia de la ciudadanía acerca de sus deberes y derechos fiscales acorde al pago tributario. Se llegó a la siguiente conclusión: a la necesidad de proponer un diseño de estrategias tributarias como un aporte importante para contribuir a la misión del SRI en fomentar una verdadera cultura tributaria dentro del país, aumentando voluntariamente las obligaciones tributarias, beneficiando a las personas inmersas en el estudio, la administración y al cantón milagro en general.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Bases teóricas de la variable: Cultura tributaria**

Según Arias (2017), nos señala que la cultura tributaria: “es el nivel de conocimiento que tienen los individuos integrantes de una sociedad sobre el sistema tributario y sus funciones” (p. 84).

A lo largo de historia, el uso de la palabra “cultura” ha ido variando. En tiempos antiguos, precisamente en la época del Imperio Romano, los romanos conocían el significado del “cultivo de la tierra”, y luego por extensión metafóricamente hablando, “cultivo de las especies humanas”, ya que se usaba de manera alterna con el termino civilización, que es lo opuesto al salvajismo, la barbarie o al menos la rusticidad

Continuando, con el tema del párrafo anterior, la palabra “cultura” implica una concepción mucho más compleja para los seres humanos. Primero, imposibilita la discriminación entre “hombres cultos” y “hombres incultos”, que en la época del romanticismo el término tenía este significado y se conocían de las diferencias culturales. Segundo, también impide la discriminación de pueblos que

como ya sabemos, los nativos de América fueron víctimas de discriminación por los europeos, ya que eran vistos como salvajes por solo hecho de tener una cultura distinta.

Periódicamente, en el transcurso de la vida del ser humano, ocurren hechos de diferente naturaleza que la Ley moderna considera algunos de ellos como:

1. Hechos civiles: el nacimiento, la muerte, el matrimonio.
2. Hechos penales: la apropiación ilícita, la defraudación, el homicidio
3. Hechos económicos: la celebración de un contrato de comercio.

Todos los hechos descritos se dan en un ambiente que ha sido constituido por los propios ciudadanos y que gracias a su aportación es administrado y mantenido por el Estado.

A modo de acotación, el término tributo proviene de la palabra tribu, que significa “conjunto de familias que se subordinan a un jefe y que cooperan de alguna manera con el sostenimiento tribu”.

En otro escenario, precisamente en el antiguo Perú, el tributo tomó la forma de la “minka”, “ayni” y “mita”, el que era entregado (en forma de trabajo o en especie) por los ayllus al curaca o al inca a cambio de protección. (SUNAT, 2012)

Por otro lado, Urcia (2015), nos indica que la cultura tributaria “es educarse obteniendo conocimientos acerca de la tributación que existe en el país como política tributaria, por lo tanto, debe de cumplirse valores y pago de impuestos, por los contribuyentes de acuerdo a lo establecido por la administración tributaria”. (p. 78)

Entendida que la cultura tributaria es nivel de la noción que tienen las personas sobre tributación. Además, que estos contribuyentes deben cumplir con sus pagos según establecido por la administración tributaria.

Para Mendoza, Palomino, Robles y Ramírez (2014), nos indican que la cultura tributaria es definida como los conocimientos y las actitudes que tienen las personas que pertenecen a una determinada sociedad en los temas de política tributaria y las diferentes leyes relacionadas con fines tributarios: Asimismo, también se puede interpretar como el comportamiento que expresa el continuo pago de las obligaciones tributarias, fundamentando en la ética, seguridad, conciencia, respeto a las normas y responsabilidad social, en el caso de los contribuyentes; así como en los acreedores que este caso sería el estado y/o la entidades designadas. (p. 67)

Asimismo, Méndez (2013), se refiere a la cultura tributaria como el "conjunto de información y el grado de conocimientos que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, hábitos y actitudes que la sociedad tiene respecto a la tributación". (p. 37)

De igual modo, Armas y Colmenares (2013), nos definen que la cultura tributaria es como un fenómeno social que se manifiesta a través de las personas integrantes de la sociedad que participan en la creación del sistema tributario, la cual es percibida a través de su comportamiento en el sistema de impuestos. Asimismo, se precisa que es la totalidad de las relaciones fiscales que conforma la cultura nacional para la optimización de ingresos fiscales y que abarca actitudes y comportamientos de los individuos en el sistema de impuestos, influenciados por el nivel de desarrollo de un país, la situación social y el sistema de educación. (p. 38)

La cultura tributaria se manifiesta a través de los miembros de una sociedad que participan en un sistema tributario, cuyas actitudes y comportamientos se ven comprometidos y se reflejan en sus pagos.

Según Cárdenas (2012), nos señala que la cultura tributaria es un conjunto de valores y actitudes que cada individuo perteneciente a una sociedad comparte con respecto a los impuestos y también a la obediencia de las leyes tributarias que lo rigen, esto se manifiesta en el cumplimiento de los diversos deberes

tributarios, donde la confianza y la afirmación de los valores éticos que son dadas por cada persona son importantes. (p. 56)

De otro lado, Bravo (2010), conceptualiza a la cultura tributaria como parte representante de la cultura nacional, la cual tiene un contenido individual, al basarse en la creencia íntima que tiene cada individuo miembro de la sociedad o agrupación social, que el impuesto representa una aportación justa e imprescindible y de beneficio al ser utilizado para la satisfacción de las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

Para Armas y Colmenares (2013), nos definen a la cultura tributaria como: un fenómeno social que se manifiesta a través de los individuos o personas que participan en la creación del sistema tributario, la cual se entiende mediante comportamientos y actitudes responsables en el sistema de impuestos. Asimismo, se precisan que es la totalidad de las relaciones fiscales que se forman por la cultura nacional para la optimización de ingresos fiscales y que abarca actitudes y comportamientos responsables de los individuos en el sistema de impuestos, influenciados por el nivel de desarrollo de un país, la situación social y el sistema de educación. (p. 28)

Por otro lado, Gómez y Macedo (2008), nos enseñan que la cultura tributaria consiste al grado de conocimiento que tienen los individuos pertenecientes a una sociedad acerca del sistema tributario y sus funciones. Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos, son recursos los cuales recauda el Estado como carácter inherente de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado como ente administrador de esos recursos los debe devolver en bienes y servicios públicos. (p. 143)

Para Valero y Ramírez (2009), nos indican que la cultura tributaria “es el conjunto de actitudes, valoraciones y conocimientos referidas al sistema tributario; así como, al nivel de conciencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria”. (p. 59)

Igualmente, Calpe (2009), define a la cultura tributaria como la “agrupación de actitudes, hábitos, normas, conocimientos, criterios que comparten una sociedad respecto al sistema de tributación, las leyes que la rigen y que conducen al cumplimiento de los deberes fiscales. Es necesario para el cumplimiento de ello que la población adquiera conocimientos y comprenda la importancia de las obligaciones tributaria”. (p. 54)

Por todo lo antes mencionado, podemos definir a la cultura tributaria como el conjunto de conocimientos y actitudes que tienen los ciudadanos miembros de una sociedad, referente a sus deberes y derechos tributarios.

### **Características de la cultura tributaria**

Para Armas y Colmenares (2015), las características de la cultura tributaria vienen hacer los valores, actitudes y conocimientos específico, que vienen hacer los impuestos, que se encuentran relacionados con las normas legales que involucran los derechos y deberes para los contribuyentes que intervienen. (p. 149)

### **Elementos de la cultura tributaria**

Al respecto, Armas y Colmenares (2015), mencionaron que los elementos se encuentran conformados por los atributos de las características de la cultura tributaria y éstos vienen hacer: (p. 56)

### **Valores del contribuyente**

1. Honestidad: Como virtud, es el sentido de responsabilidad del cumplimiento de los deberes que están establecidos en las normas legales, con respecto de los valores del hombre y fortalecimiento de su conducta moral y social.



2. Integridad: Como virtud, es reconocida por obrar con estima y respeto hacia uno mismo y a los demás, y siempre teniendo presente las normas sociales y morales.
3. Solidaridad: Es el sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes; asimismo, está referido a los lazos sociales que unen a los miembros de una sociedad entre sí.
4. Valores corporativos: Lealtad, representada como trabajar en la institución y respetar los principios que ella representa.
5. Vocación de servicio: Es la actitud particular y especial que se tiene como muestra al público, asumiendo los compromisos de ayuda y apoyo en la organización o país.
6. Respeto: Es la consideración y buen trato hacia los demás como imperativos fundamentales en las relaciones de trabajo.
7. Responsabilidad: Es asumir el cumplimiento de las actividades inherentes a las distintas funciones de manera eficaz y eficiente, como base en el compromiso cotidiano en el trabajo.
8. Excelencia: Es el reconocimiento, es decir, el trabajo realizado será reconocido por su calidad superior, como expresión de la exigencia institucional y el mérito de los funcionarios.
9. Sentido de pertenencia: Identificación plena con la filosofía y misión institucional, y con los valores de nuestra nación, convencidos de que la labor realizada forja a la institución como pilar base y refleja afecto de sus miembros hacia ella y el país.

#### **Normas legales y sanciones.**

1. Normas legales: Son dispositivos legales contenidos en algún texto legal de obligatorio cumplimiento, cuya inobservancia conduce una sanción.

2. Sanción: Es una imposición de penalidad. También, es pena o multa que se impone a una persona por el incumplimiento de una ley o norma.
3. Símbolos: Se refiere a los signos que identifiquen o sugieran la tributación.
4. Tecnología: El uso práctico de las innovaciones tecnológicas tienen su aplicación en la materia tributaria, permitiendo al contribuyente presentar las declaraciones de sus impuestos a través de sistemas computarizados por internet; asimismo, la administración tributaria utiliza nuevas tecnologías para mejorar los procesos.

#### **2.2.1.1. Dimensiones de Cultura Tributaria**

##### **Dimensiones de la Cultura Tributaria**

Para Arias (2017), considera ciertos elementos importantes que debe poseer toda cultura tributaria:

##### **Dimensión 1: Conciencia tributaria**

Según Arias (2017), nos dice que la conciencia tributaria: “Consiste en interiorizar responsabilidad en los contribuyentes con respecto a los deberes y derechos tributarios fijados por el sistema tributario y cumplirlos de manera voluntaria en búsqueda del bien común de la sociedad”. (p. 92)

Por otro lado, Bravo (2016), señala que la conciencia tributaria es la motivación intrínseca de pagar impuestos referidos a las actitudes y creencias de las personas, es decir, los aspectos no coercitivos, que motivan la voluntad de contribuir, reduciéndose el análisis de la tolerancia frente al fraude y se cree que está determinada por los valores personales.

En una publicación de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), señala que la conciencia tributaria se refiere a ciertos comportamientos, la forma de actuar y a la manera de pensar de personas que motivan la voluntad; también viene a ser el conocimiento de la iniciativa que las personas utilizan para actuar y tomar lugar frente al acto de tributar. Tiene dos

dimensiones, la primera es tomada como un proceso, el cual se refiere a la formación de la conciencia tributaria, la que se va construyendo de acuerdo a los acontecimientos que se dan y estos van formando una concepción acerca de la tributación; la segunda, alude a los sistemas de información, códigos, principios interpretativos y orientadores de la conducta del ciudadano respecto a la tributación. Asimismo, el proceso de la conciencia tributaria tiene como resultado que las personas adopten una posición, desde tolerar la evasión y el contrabando hasta no tolerar en absoluto ninguna de las dos. (SUNAT, 2012).

En conclusión, el proceso de formación de la conciencia tributaria, está dirigido hacia las personas que tienen una conciencia tributaria positiva como a las que tiene una negativa. Es decir, consiste en tomar conciencia y que motive su voluntad a realizar sus pagos en un acto de tributar.

## **Dimensión 2: Educación cívica tributaria**

Para Arias (2017), nos señala que “se debe estimular la educación cívica que conlleve a desarrollar una cultura tributaria, para ello se debe modificar la actitud y comportamiento de los ciudadanos desde los niveles educativos que contribuya a la formación de un ciudadano a pagar sus impuestos”. (p. 92)

Asimismo, la OCDE - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico /CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2011), señalan que: la educación es un instrumento de igualdad de oportunidades, inclusión social y conformación de capital humano capacitado”.

Según Giorgetti (2013), señala que la educación tributaria tiene como fin brindar los conocimientos necesarios para que la población de los diferentes estratos sociales comprenda sus deberes y obligaciones con respecto al sistema tributario, pero sobre todo difundir valores morales y éticos e ideas favorables para que los ciudadanos sean capaces de dirigir una sociedad justa y contrarios a las conductas defraudadoras. (p. 73)

Por otro lado, Luna (2016), nos señala que este tipo de educación debe desarrollar temas más allá de los clásicos, ya que debemos incluir en ella la conciencia de pago de impuestos como parte integrante de nuestra educación. Hay que aclarar que es justamente en la etapa de formación de la niñez y adolescencia en la que asimilamos los conocimientos necesarios, así como comportamientos de diversos tipos formándose los principios y valores tanto éticos como morales. (p. 123)

Por antes expuesto, de acuerdo a lo descrito por los autores es necesario que la educación cívica no sólo se dé en las instituciones educativas sino durante toda la vida de las personas; asimismo, es necesario también inculcar los deberes tributarios que permitan forjar una educación cívica tributaria.

### **Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria**

Para Arias (2017), con respecto a la difusión y orientación tributaria, “el Estado y la administración tributaria deben implementar acciones y procedimientos de difusión para combatir la evasión y erradicar la informalidad y estimular y motivar al cumplimiento de las obligaciones tributarias” (p. 94)

La SUNAT (2016), en sus publicaciones nos señala que para mejorar la legitimidad social e introducir y mejorar la cultura tributaria en este país realiza lo siguiente:

Transparencia: El Estado tiene una función social y debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene a través de la recaudación de impuestos y en que son utilizados. Con respecto a esto en Perú la principal herramienta está dada por la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública – Ley N° 27806, mediante esta normativa la SUNAT pone a disposición de la ciudadanía en general algunos medios de acceso a dicha información.

De igual forma la SUNAT realiza una publicación de manera impresa y virtual, un escrito llamado: Nota Tributaria, la cual está destinada a los ciudadanos que

deseen obtener información estadística sobre temas tributarios, para ello esta publicación cuenta con más de 45 cuadros estadísticos para su análisis.

Asimismo, la SUNAT, organiza seminarios, encuentros a nivel universitario, pero orientado a las carreras de derecho, administración, contabilidad y economía, desplazando a las otras carreras; por esto es de gran importancia incluir e informar a las demás carreras sobre temas tributarios.

Por otro lado, a consecuencia de la falta de difusión y orientación tributaria, se puede observar que la falta de cultura tributaria se da en todos los niveles sociales y políticos, por ejemplo: los políticos que deberían dar ejemplo sin embargo son los que más faltas tienen.

Vejarano (2008), realizó un recuento de las funciones y actividades de la SUNAT, con la finalidad de colaborar a la formación de una nueva cultura tributaria donde afirmó lo siguiente:

Con el fin de asegurar un incremento permanente de la recaudación en el largo plazo, la administración tributaria (SUNAT) consideró como uno de sus objetivos estratégicos la generación de conciencia tributaria sobre la base del fortalecimiento de los valores ciudadanos. (p. 243)

Asimismo, es indudable que la tributación forme parte de una estructura cultural compleja, que comprenda la postura de la sociedad respecto de la evasión y el contrabando, así como el comportamiento y actitudes de sus integrantes frente a sus obligaciones tributarias. En consecuencia, sin descuidar sus funciones tradicionales de facilitación de la información y control del incumplimiento, como ente recaudador y administrador tributario, la institución le está otorgando gran importancia a sus acciones orientadas a promover la conciencia tributaria y al mismo tiempo, consolidar su rol institucional en la sociedad. (p. 244)

## **Importancia de cultura tributaria**

La importancia de la cultura tributaria es porque nos puede permitir recaudar los impuestos de cada contribuyente y ayudar a la recaudación, sanción y fiscalización de la administración tributaria.

Para Solórzano (2013), nos señala que la cultura tributaria es la agrupación de proyectos y programas que están orientados a mejorar las condiciones de convivencia de los individuos mediante cambios de conductas, empezando por cambiar de forma voluntaria las creencias y hábitos que pueden llegar a ser componentes importantes para la gestión pública. (p. 112)

Por otro lado, Roca (2012), señala que la cultura tributaria es importante en aquellas sociedades donde la conciencia tributaria es poco funcional y baja, donde los factores que se ven relacionados por situaciones de crisis o por falta de valores éticos y sociales, se refieren que la cultura, la moral y la ley no se encuentran relacionadas entre sí. (p. 48)

Según Solórzano (2013), nos indica que la educación tributaria es importante en la sociedad no solo porque se limita el ámbito de la formalidad fiscal, legal y razones de cumplimiento, sino porque es necesario que la educación genere un cambio en la cultura y la ética dentro de un grupo social. (p. 45)

### **2.2.2. Obligaciones tributarias**

El tributo, según el Texto Único Ordenado del código tributario. Libro primero: Obligación Tributaria.

Título I disposiciones generales

Artículo 1.- concepto de la obligación tributaria es una prestación obligatoria en dinero exigida por la Administración Tributaria para financiar gastos públicos y conforme a la legislación peruana comprende, el impuesto no origina deuda

directa a favor del contribuyente, el Estado moderno es una forma de control social, tiene como objetivo garantizar los derechos y libertades del ser humano. (135, 2013, Art. 99)

Artículo 2°. - Nacimiento de la obligación tributaria se da cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación.

Para Aguayo (2014), nos indica que “la obligación tributaria es el deber de cumplir la prestación, la cual constituye parte fundamental de la relación jurídico tributaria y el fin último al cual tiende la institución del tributo”. (p. 241)

Por otro lado, Caballero (2014), conceptualiza a la obligación tributaria como “un vínculo que lleva al sujeto a realizar o abstenerse de hacer algo de acuerdo a las leyes o las normativas”. (p. 32)

Según García (2002), define a la obligación tributaria como el vínculo de la obligación tributaria de carácter personal, porque se establece entre el sujeto activo (Estado) y el pasivo (persona física o jurídica, individual o colectiva), con la plena capacidad jurídica que dispone de un patrimonio y que desarrolla determinada actividad económica. (p. 28)

Por lo antes expuesto, podemos definir la obligación tributaria como el vínculo de la persona con el Estado, cuyas situaciones son de deudor y acreedor, respectivamente; asimismo dichas recaudaciones son para el financiamiento de las funciones y servicios públicos.

- Realización da lugar al nacimiento de la obligación tributaria.
- Contribuyente: Persona natural, persona jurídica, empresa o sucesión indivisa, que realiza una actividad económica, la que de acuerdo con la ley constituye un hecho generador, dando lugar el pago de tributos y al cumplimiento de obligaciones formales.
- Base de cálculo. Hace referencia a la cantidad numérica expresada en términos de medida, valor o magnitud sobre la cual se calcula el impuesto.

- Alícuota. Es el valor porcentual establecido de acuerdo a la base imponible, a fin de determinar el monto del tributo que el contribuyente debe pagar a la administración tributaria.

### **Clasificación de los tributos**

1. Impuestos: Es un tipo de tributo cuyo pago no origina una contraprestación directa a favor del contribuyente por parte del Estado.
2. Contribución: Es un tipo de tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales.
3. Tasa: Es un tipo de tributo cuya obligación tiene como hecho generador la prestación efectiva por el estado de un servicio público individualizado en el contribuyente.

Según Villegas (2012), nos indica que el tributo es una prestación de dinero que el Estado recauda mediante la administración tributaria, en el ejercicio de su poder de imperio sobre la base de la capacidad contributiva en virtud de una Ley y para cubrir los costos que le demande el cumplimiento de sus fines.

Por otro lado, Zans (2010), nos indica que los tributos son considerados obligaciones tributarias, ya que el fundamento de las mismas descansa en el tributo y no en la facultad administrativa del ente recaudador; asimismo, se considera que el Código Tributario se adscribe a esta en la medida que considera que los tributos constituyen obligaciones tributarias, ya estas medidas que estas figuras se encuentran reguladas dentro del Libro I de dicho cuerpo legal, el mismo que esté dedicado a regular la obligación tributaria.

#### **2.2.2.1. Dimensiones de las obligaciones tributarias**

En el Código tributario (2013), se establece que el tributo se refiere a: sanciones e infracciones, tributos, administración tributaria, que se ha considerado como dimensiones:



## **Dimensión 1: Sanciones e infracciones**

El código tributario en su Libro Cuarto Título I, establece la normativa referente a las infracciones tributarias, definiéndola como toda acción u omisión que importe la violación de normas tributarias.

### **Determinación de la infracción, tipos de sanciones y agentes fiscalizadores**

La infracción será determinada en forma objetiva y sancionada administrativamente con penas pecuniarias, internamiento temporal de vehículos, decomiso de bienes, cierre temporal de establecimiento u oficina de profesionales independientes y suspensión de licencias, concesiones, permisos o autorizaciones vigentes otorgadas por entidades del Estado para el desempeño de actividades o servicios públicos.

El ente recaudador, es decir, la administración tributaria tiene la facultad discrecional de determinar y sancionar administrativamente las infracciones tributarias.

En virtud de la mencionada facultad discrecional, la administración tributaria también puede aplicar gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que la norma establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.

**Intransmisibilidad de las sanciones:** Por su propia naturaleza personal, no son transmisibles a los herederos y legatarios las sanciones por infracciones tributarias.

**Irretroactividad de las normas sancionatorias:** Por este principio, las normas tributarias que supriman o reduzcan sanciones por infracciones tributarias, no extinguirán ni reducirán las que se encuentren en trámite o en ejecución.

### **Infracción tributaria**

Código Tributario

Libro Cuarto - Infracciones, Sancione y Delitos

Artículo 164: Toda acción u omisión que importe violación de normas tributarias, constituye infracción sancionable de acuerdo con lo establecido en este Título.

Para Effio (2010), nos señala que la infracción tributaria “es todo hecho o negligencia que se encuentra afecto al incumplimiento de normas tributarias, señalado en el Código Tributario o establecido por la normatividad peruana”. (p. 9)

### **Características de la infracción tributaria**

1. Principio de Legalidad, consiste en la predominación de la Ley sobre cualquier actividad; esto nos dice que todo aquello que emane del Estado debe estar regido por la Ley y nunca por la voluntad de los individuos.
2. Principio de Tipicidad, consiste en que la Ley exige la más estricta adecuación entre la conducta prohibida descrita en el tipo y el hecho cometido por acción u omisión.

### **Tipos de infracciones tributarias**

Para Aguilar (2013), nos señala que las infracciones tributarias se originan por el incumplimiento de las obligaciones siguientes:

- a) De inscribirse, actualizar o acreditar la inscripción.
- b) De emitir, otorgar y exigir comprobantes de pago y/u otros documentos.
- c) De llevar libros y/o registros o contar con informes u otros documentos.
- d) De presentar declaraciones y comunicaciones.
- e) De permitir el control de la Administración Tributaria, informar y comparecer ante la misma.
- f) Otras obligaciones tributarias. (p. 65)

## **Dimensión 2: Tributos**

Según SUNAT (2012), tributo viene a ser el pago en dinero, establecido legalmente, que se entrega al Estado mediante el ente recaudador, para cubrir los gastos que demande el cumplimiento de sus fines, siendo exigible coactivamente ante su cumplimiento.

### **Componentes del tributo**

Hecho generador: Es la acción o situación determinada en forma expresa por la ley para tipificar un tributo, cuya realización u omisión va a ocasionar el nacimiento de la obligación tributaria, es decir, es un hacer o un no hacer.

La SUNAT tiene como objetivo principal administrar los tributos del Gobierno Nacional y los conceptos tributarios y no tributarios que se le encarguen por Ley o de acuerdo a los convenios interinstitucionales que se celebren, proporcionando los recursos necesarios para la solvencia fiscal y la estabilidad macroeconómica; garantizando la correcta aplicación de la normatividad que regula la materia y combatiendo los delitos tributarios y aduaneros. Así como, la implementación, la inspección y el control del cumplimiento de la política aduanera en el territorio nacional y el tráfico internacional de mercancías, personas y medios de transporte, facilitando las actividades aduaneras de comercio exterior y asegurando.

### **Impuesto general a las ventas (IGV)**

El D.S. N° 055 en su artículo primero indica que el I.G.V. se aplica en las operaciones de venta e importación de bienes; así como, en la prestación de distintos servicios comerciales, en los contratos de construcción o en la primera venta de inmuebles.

#### Determinación del Impuesto:



Fuente: Sunat.

Base imponible. - Es el Valor numérico sobre el cual se aplica la tasa del tributo.

La base imponible está constituida por:

- a) El valor de venta, en el caso de venta de los bienes.
- b) El total de la retribución, en la prestación o utilización de servicios.
- c) El valor de construcción, en los contratos de construcción.
- d) El ingreso percibido en la venta de inmuebles, con exclusión del valor del terreno.
- e) En las importaciones, el valor en aduana, determinado con arreglo a la legislación pertinente, más los derechos e impuestos que afectan la importación, con excepción del I.G.V.

Tasa del impuesto 18% (16 % + 2% de Impuesto de Promoción Municipal)

**Impuesto Bruto:** El impuesto bruto corresponde a cada operación gravada, es decir, es el monto resultante de aplicar la tasa del Impuesto sobre la base imponible.

**Impuesto por Pagar:** El impuesto a pagar se determina mensualmente deduciendo del impuesto bruto de cada período el crédito fiscal correspondiente.

## **Impuesto a la renta**

El impuesto a la renta es un tipo de tributo que se determina anualmente, gravando las rentas que provengan del trabajo y de la explotación de un capital, ya sea un bien mueble o inmueble. El Decreto Supremo N° 179, establece para los efectos del impuesto, las rentas afectas de fuente peruana se califican en las siguientes categorías

1. Rentas de 1era Categoría: Son aquellas rentas de personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades conyugales que optaran por tributar como tales, que obtengan rentas producto del arrendamiento, sub arrendamiento o cesión temporal de bienes (predios, muebles, inmuebles) o derechos sobre estos. (Art. 23).
2. Rentas de 2da Categoría: Los intereses originados en la colocación de capitales, así como los incrementos o reajustes de capital, cualquiera sea su denominación o forma de pago, tales como los producidos por títulos, cédulas, debentures, bonos, garantías y créditos privilegiados o quirografarios en dinero o en valores. (Art. 24).
3. Rentas de 3era Categoría: Grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo. (Art. 28).
4. Rentas de 4ta Categoría: Los ingresos que provienen de realizar cualquier trabajo individual, de una profesión, arte, ciencia u oficio y el desempeño de funciones de director de empresas, sindico, mandatario y actividades similares. (Art. 33).
5. Rentas de 5ta Categoría: El trabajo personal prestado en relación de dependencia, las rentas vitalicias y pensiones que tengan su origen en el trabajo personal y las participaciones de los trabajadores. (Art. 34)

## **Régimen general**

En este régimen se encuentran comprendidos aquellas personas que realicen actividades empresariales o de negocios, entre ellas: personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares. Declaración y pagos a cuentas mensuales. De acuerdo con alguno de los siguientes sistemas de cálculo: Sistema Método del Coeficiente sobre los Ingresos Netos mensuales Sistema Método del 2% de los Ingresos Netos mensuales.

Obligaciones:

- a) Llevar libros contables, si los ingresos son menores a 150 UIT, deberá llevar Libro diario simplificada, Registro de ventas y Registro de compra. De ser mayores a 150 UIT se llevan Libro de inventario y balances, Libro diario, Libro de caja y bancos y Registro de activos fijos, es decir se llevará contabilidad completa.
- b) Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que se realicen. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: guías de remisión, nota de crédito, facturas, tickets, liquidación de compra, boletas de venta, nota de débito, entre otros.
- c) Presentar la declaración pago mensual y la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta en la forma, plazo y lugar que la SUNAT establezca.
- d) Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.

## **Régimen Mype Tributario (RMT)**

Según Decreto Legislativo 1269-EF (2016), se creó el Régimen Mype tributario del impuesto a la Renta. Tiene como finalidad establecer en nuevo Régimen MYPE Tributario, el cual comprende a los contribuyentes que menciona

el artículo 14° de la LIR. Para ello no deben superar las 1700 UIT en sus ingresos netos anuales.

#### Tasa del impuesto

El impuesto a la renta para los contribuyentes del RMT se determinará aplicando el impuesto a la renta neta anual determinado de acuerdo a lo señalado en Ley del impuesto a la Renta, la escala es progresiva y acumulativa de acuerdo en el siguiente detalle:

- Hasta los 15 UIT se determinará el impuesto a la renta anual con una tasa del 10%.
- Más de 15 UIT se determinará el impuesto a la renta neta anual con una tasa del 29.5%.

#### Pagos a Cuenta:

- Los contribuyentes del RMT, que no superan 300 UIT en sus ingresos netos anuales, declararán y abonarán aplicando el 1% de pago a cuenta del impuesto a la renta eso determinarán a los ingresos netos obtenidos en el mes.
- Los contribuyentes del RMT, que superan en cualquier mes del ejercicio el límite establecido en el D.L. 1269 declararán y abonarán con carácter de pago a cuenta del impuesto a la renta conforme a lo establecido en el art. 85° de la LIR y las normas reglamentarias.
- Estos sujetos pueden suspender los pagos a cuenta y/o modificar su coeficiente conforme a los establecidos en el art. 85° de la LIR.
- La determinación y pago a cuenta mensual tiene carácter de declaración jurada.
- Requisitos para acogerse al RMT realizando únicamente la primera declaración.
- Los contribuyentes que inician sus actividades en el transcurso del ejercicio gravable podrán acogerse al RMT en el caso que no se hayan acogido al Régimen Especial o al nuevo RUS en efecto al Régimen General.

Para poder acogerse al RMT, los contribuyentes realizarán únicamente la primera declaración jurada mensual que corresponde al inicio de las actividades declarado en el RUC, surte efecto dentro de la fecha de vencimiento establecido por la administración tributaria.

#### Libros Contables

Contribuyentes que no superen los 300 UIT, llevan Registro de compras, Registro de Ventas, Libro Diario Simplificado.

Contribuyente que superan los 300 UIT, llevan contabilidad completa.

### **Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER)**

El Decreto Supremo N° 179 en su art. 117, señala que es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de: Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo. Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

<b>TASA: 1.5% de los ingresos netos mensuales</b>
---

Artículo 120° del Decreto Supremo N° 179 937.

#### Requisitos para acogerse al RER:

El monto de sus ingresos netos no debe superar a los S/. 525 000 en el transcurso de cada año. Se deben desarrollar las actividades económicas, con no más de 10 personas por turno de trabajo.



El monto acumulado de sus adquisiciones y compra de bienes no debe superar los S/. 525 000, en el transcurso de cada año.

El valor de los activos fijos afectados a la actividad (excepto predios y vehículos) no debe ser mayor a S/. 126 000. (Art. 118)

Libros y registros contables:

Los sujetos del presente Régimen están obligados a llevar un Registro de Compras y un Registro de Ventas. (Art. 124)

Comprobante de pago que se pueden emitir:

Boletas de venta, Liquidaciones de compra, Tickets y cintas emitidas por máquinas registradoras o por sistemas informáticos autorizados por SUNAT, Además pueden emitir otros documentos complementarios como notas de crédito, notas de débito, guías de remisión.

Declaración y pago:

Mediante la presentación del PDT 621 a través de SUNAT Virtual con su Clave SOL, o en la red bancaria autorizada; o mediante la declaración y pago IGV – Renta Simplificada mensual. El pago se puede realizar por internet: Con cargo en cuenta, con cargo a la cuenta de detracciones del Banco de la Nación, con tarjeta de débito y/o crédito VISA; o Presencialmente en efectivo o con cheque de la misma plaza bancaria.

### **Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)**

Creado por DL N° 937, es un régimen simple el cual establece un pago único por el Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas; pueden acogerse únicamente las personas naturales o sucesiones indivisas, siempre que desarrollen actividades generadoras de rentas de tercera categoría.

Categorización:

<b>CATEGORÍA</b>	<b>INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES</b>	<b>CUOTA MENSUAL EN S/</b>
<b>1</b>	<b>HASTA S/ 5,000</b>	<b>20</b>
<b>2</b>	<b>MÁS DE S/ 5,000 HASTA S/ 8,000</b>	<b>50</b>

*Artículo 8° del Decreto Legislativo N° 937*

Los sujetos que deseen acogerse al presente Régimen deberán ubicarse en alguna de las categorías que se establecen en la siguiente tabla 1 Pagos mensuales

Requisitos para acogerse al nuevo RUS:

El monto de los ingresos brutos no debe superar S/. 96,000 en el transcurso de cada año o no deben ser superiores a S/ 30,000 en algún mes.

El valor de los activos fijos afectados a la actividad no debe superar los S/. 70,000. (excepto predios y vehículos).

Las adquisiciones y compras afectadas a la actividad no deben superar los S/. 96,000 en el transcurso de cada año ni superar los S/ 8,000 mensual.

Libros y registros contables:

No estás obligado a llevarlos.

Comprobante de pago que se pueden emitir

Se deben emitir y entregar sólo boletas de venta y/o tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que no permitan ejercer el derecho a crédito fiscal ni ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios.

Declaración y pago

El pago de la cuota mensual y la rectificatoria se realizan sin formularios en las instituciones bancarias.

### **Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)**

El D.S. N° 055 en el art. 50, indica que este impuesto grava sólo a la producción o importación de determinados productos como cigarrillos, licores, cervezas, gaseosas, combustibles, etc.

Determinación del Impuesto: El Impuesto se aplicará bajo tres sistemas:

Artículo 56.- Conceptos comprendidos en la base imponible: La base imponible está constituida en el:

1. Sistema al Valor por: al valor en la venta de bienes; el Valor en Aduana, determinado conforme a la legislación pertinente, más los derechos de importación pagados por la operación tratándose de importaciones. Para efecto de los juegos de azar y apuestas, el Impuesto se aplicará sobre la diferencia resultante entre el ingreso total percibido en un mes por los juegos y apuestas, y el total de premios concedidos en dicho mes.
2. Sistema específico, por el volumen vendido o importado expresado en las unidades de medida, de acuerdo a las condiciones establecidas por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas.
3. Sistema al Valor, según precio de venta al público, por el precio de venta al público sugerido por el productor o el importador, multiplicado por un factor, el cual se obtiene de dividir la unidad (1) entre el resultado de la suma de la tasa del Impuesto General a las Ventas, incluida la del Impuesto de Promoción Municipal más uno (1). El resultado será redondeado a tres (3) decimales.

### **Dimensión 3: Administración tributaria**

La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por

D.L. N° 501 y Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa. Dentro de sus funciones y atribuciones tenemos:

**Artículo 5° Funciones de la SUNAT:**

- a) Administrar los tributos internos del Gobierno Nacional, así como los conceptos tributarios y no tributarios cuya administración o recaudación se le encargue por Ley o Convenio Interinstitucional.
- b) Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la reglamentación de las normas tributarias, aduaneras y otras de su competencia.
- c) Expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones.

### **2.3. Definición de términos básicos**

**Orientación al Contribuyente:**

La Administración Tributaria proporcionaran orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente. La SUNAT podrá desarrollar medidas administrativas para orientar al contribuyente sobre conductas elusivas a perseguibles. (Código Tributario, 2016)

**Acreedor Tributario:**

Acreedor tributario es aquél en favor del cual debe realizarse la prestación tributaria. El Gobierno Central, los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, son acreedores de la obligación tributaria, así como las entidades de derecho público con personería jurídica propia, cuando la ley les asigne esa calidad expresamente. (Código Tributario, 2016)

**Deudor Tributario:**

Deudor tributario es la persona al cumplimiento de la prestación tributaria como contribuyente o responsable. (Código Tributario, 2016)

**Comprobante de pago.**

Es el documento que acredita la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios. Para ser considerado como tal debe ser emitido y/o impreso conforme a las normas del Reglamento de Comprobantes de Pago. (Resolución de Superintendencia N° 007-99-SUNAT) (Código Tributario, 2016).

**Sistema Tributario.**

Es el conjunto de normas legales que crean y regulan la tributación. (SUNAT, 2016)

**Condonación:**

La deuda tributaria solo podrá ser condonada por norma expresa con rango de ley. Excepcionalmente, los gobiernos locales podrán condonar, con carácter general, el interés moratorio y las sanciones, respecto de los impuestos que administren. En el caso de contribuciones y tasas dicha condonación también podrá alcanzar al tributo. (Código Tributario, 2016)

**Consolidación.**

La deuda tributaria se extinguirá por consolidación cuando el acreedor de la obligación tributaria se convierta en deudor de la misma como consecuencia de la transmisión de bienes o derechos que son objeto del tributo. (Código Tributario, 2016)

**Cobranza Coactiva.**

Es la facultad que tiene la administración tributaria para efectuar la recaudación de las obligaciones tributarias utilizando los mecanismos coercitivos legales, como

con los embargos sobre cualquiera de los bienes muebles o inmuebles de propiedad de los contribuyentes morosos, con la guarda para sí información que no quiere compartir. De forma similar, un sujeto que omite realizar una cierta acción ha decidido no cumplir con algo que, por algún motivo, debería haber hecho. (Chambi, 2009).

### **Informalidad.**

Es la actividad económica que permanece ajena e indiferente a los marcos legales y normativos del Estado, se le describe mejor como una variable latente no observada, es decir, como una variable para la que no existe una medida exacta y completa, pero a la que es posible aproximarse a través de indicadores que reflejan sus diversos aspectos. (Durán, 2015).

### **Impuesto a la renta:**

Es un tipo de impuesto que se determina anualmente, y que su ejercicio gravable considera comienza el 1 de enero y finaliza el 31 de diciembre de cada año. (SUNAT, 2016)

### **Facultad de Fiscalización.**

Se ejerce de forma discrecional. Es una facultad que realizan los órganos de la administración tributaria, tienen delegada la función de comprobar la situación tributaria de los contribuyentes o demás obligados tributarios, con el propósito de comprobar el verdadero cumplimiento tributario de los sujetos pasivos. (Código Tributario)

### **Domicilio Fiscal.**

Es el lugar dentro del territorio nacional para todo efecto tributario Base Legal: Artículo 11<sup>a</sup> del Código Tributario.

### **Arbitrios.**

Se pagan por la prestación o mantenimiento de un servicio público (arbitrios municipales de limpieza pública, parques y jardines). (SUNAT, 2016)

## **Derechos.**

Se pagan por la prestación de un servicio administrativo público o el uso de aprovechamiento de bienes públicos (Partida de nacimiento, documento de identidad. (SUNAT, 2016).

## **Licencias.**

Gravan la obtención de autorizaciones específicas para la realización de actividades de provecho particular sujetas al control o fiscalización (Licencia de funcionamiento de establecimientos comerciales). (SUNAT, 2016)

## **Carga Fiscal.**

Es la parte del producto social generando que toma el Estado, mediante los impuestos federales, estatales y municipales, así como los derechos, productos y aprovechamientos para cumplir sus funciones (SUNAT, 2016)

## **SUNAT.**

La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) creada por Ley N° 24829 y conforme a su Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 es una Institución Pública Descentralizada del Sector Economía y Finanzas, con 69 personería jurídica de Derecho Público, con patrimonio propio y autonomía funcional, económica, técnica, financiera y administrativa, tiene por finalidad administrar y aplicar los procesos de recaudación y fiscalización de los tributos internos, con excepción de los municipales y de aquellos otros que la Ley le señale, así como proponer y participar en la reglamentación de las normas tributarias.

## **Incumplimiento de obligaciones tributarias.**

El Incumplimiento de obligaciones tributarias ocurre por la falta de responsabilidad del contribuyente y la poca presión por parte de las entidades recaudadoras del Estado.

## **Paradigma.**

Modelo de trabajo o patrón compartido por una comunidad científica cuyos miembros están de acuerdo en que es un problema, legítimo y cual es una solución legítima del problema, por lo que se comparten conceptos básicos.

### **2.4 Análisis de Información.-**

La Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en la Asociación de Comerciantes del Megamercado "UNICACHI", es una investigación que se realizó con el objetivo de determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dicho mercado, así mismo conocer la influencia que tienen la conciencia y educación tributarias en el cumplimiento tributario. La investigación realizada evidenció que la no existencia de cultura tributaria influye desfavorablemente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes debido a que pese a la existencia de documentación suficiente para presentar balance general y poder determinar el impuesto a la Renta ellos solo lo presentan en cero, la no existencia de conciencia tributaria ocasiona poca predisposición al cumplimiento voluntario de dichas obligaciones, generando tolerancia a la evasión.

Los Comerciantes si desea pagar sus impuestos, pero también siente que hay sobrecostos, pero a pesar de ellos, los paga porque una empresa mientras más formal sea, hay más garantía de éxito. Pero si no tiene una contabilidad y contabilidad es sinónimo de impuestos –es decir, una contabilidad ordenada, y los controles internos que se debe hacer en todo negocio, el comerciante se va convertir en un esclavo que puede optar por irse a la informalidad.

La Asociación de Comerciantes del Megamercado "UNICACHI" no presenta información financiera pero sí presenta los Ingresos y egresos de los años 2016 y 2017, por lo consiguiente, nos permite relacionar Cultura Tributaria y Cumplimiento de Obligaciones Tributaria.



ACSPU

ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO

"UNICACHI"

RUC: 20456523278

## INGRESOS 2016

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Entregas a Rendir cuentas(Aporte para la construccion)				6,300.00	8,500.00	1,000.00		300.00					16,100.00
Estado de Obligaciones													
Fracconamiento	287.00	250.00	787.00		100.00		300.00	200.00	500.00	200.00	382.40	87.00	3,093.40
Garantia	1,900.00	300.00	300.00	550.00	1,300.00	350.00	2,150.00	2,300.00	1,400.00	1,750.00	550.00	450.00	13,300.00
Prestacion Puertos,Stand Y Tiendas			8,750.00	9,450.00	9,020.00	8,270.00	10,030.00	12,780.00	10,120.00	15,678.00	10,980.00	14,530.00	109,608.00
Mantenimiento de medidor de Luz	100.00	50.00	50.00	150.00	150.00			50.00	50.00		50.00		650.00
SS/HH 1º Piso	4,878.60	4,812.90	4,949.40			5,144.00	5,122.10	5,492.10	5,217.30	5,303.70	5,095.90	5,610.80	51,626.80
SS/HH 2º Piso Turno Mañana	1,780.30	1,743.50	2,025.60	4,819.60	5,190.60	1,893.50	1,995.20	2,107.60	1,878.10	2,013.50	1,889.70	2,096.50	29,433.70
SS/HH 2º Piso Turno Tarde				1,912.80	2,093.80								4,006.60
Estacionamiento	296.00	328.00	298.00	401.50	333.00	300.00	294.00	294.00	312.00	302.00	285.00	284.00	3,727.50
Tableros													
Cochera	260.00	464.00	388.00	392.00	343.00	329.00	380.00	411.00	319.00	284.00	454.00	376.00	4,400.00
Guardiania De Bolsas	895.00	971.00	1,011.00	943.00	999.00	947.50	953.00	958.00	872.00	932.00	885.05	968.50	11,335.05
Ambulantes	1,362.00	1,533.50	1,086.00	1,101.00	1,200.00	1,154.00	1,115.00	1,099.50	936.50	1,050.00	1,077.00	1,081.00	13,795.50
Ambulantes Nuevo	60.00							26.00	24.00			139.00	249.00
Tolido													
Impuesto Pedrial Y Arbitrios	1,488.00	21,632.00	2,188.00	184.00	736.00		184.00	84.00				184.00	26,680.00
Alumbrado 2015	136.00	145.00	137.00	139.00	143.00	151.00	134.00	162.00	140.00	150.00	137.00	143.00	1,717.00
Cotizaciones 2015							4,326.00						4,326.00
Luz 2015				4,395.00	4,010.00	3,657.00	3,288.00	3,890.00	3,706.00	3,783.00	3,526.00	4,350.00	34,605.00
Agua 2015				1,564.00	1,507.00	1,222.00	1,255.00	1,705.00	1,297.00	1,330.00	1,352.00	1,300.00	12,552.00
Mora 2015				272.80									272.80
Servicio De Internet						60.00		180.00		60.00			300.00
Area Adicional						4,000.00	500.00	3,500.00	500.00	500.00	9,500.00		18,500.00
Luz	3,517.00	4,389.00	3,965.00										11,871.00
Agua	1,269.00	1,700.00	1,304.00										4,273.00
Cotizacion	4,026.00	4,826.00	4,249.00			3,905.00		4,679.00	4,056.00	4,422.00	4,427.00	4,111.00	38,701.00
Mora	216.80	733.00	305.70		316.00	474.90	359.70	832.40	618.40	602.70	849.30	2,410.30	7,719.20
Mora De Impuesto Pedrial													
Servicio De Internet	60.00	75.00		60.00	30.00		90.00		60.00		60.00	60.00	495.00
Multa Por Asamblea	330.00					120.00				210.00	2,420.00	470.00	3,500.00
Multa Por Desacato	430.00	100.00				100.00		990.00	150.00	30.00	200.00	700.00	2,700.00
Alquiler de Locales	550.00		450.00	1,450.00	600.00	250.00	750.00	1,250.00	500.00	850.00	550.00	2,950.00	10,150.00
Ocupacion de espacio Promociones	90.00	140.00	180.00	30.00	205.00	90.00		110.00	180.00		90.00	90.00	1,205.00
	23,931.70	44,192.90	32,423.70	34,114.70	36,776.40	33,417.90	33,226.00	43,400.60	32,836.30	39,450.90	44,760.35	42,341.10	440,872.55

ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO "UNICACHI"

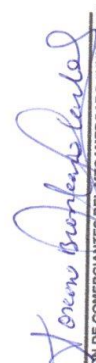
TOSCANO BERNARDO CARLOS CESAR

PRESIDENTE

ACSPU  
ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO  
"UNICACHI"  
RUC: 20456523278

EGRESOS 2016

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Inmueble maq y equipo (Impresora)			30,205.00				1,500.00				620.00		620.00
Obras /Proyecto en curso /Materiales			165.00	95.00	135.00	169.50	60.00	87.00	100.00	75.00	10,298.80		42,003.80
Movilidad Varias	292.00	163.00	308.10	301.30	319.20	318.40	312.30	306.30	308.30	318.55	70.00	150.00	1,561.50
Telefono Fijo	309.15	305.20	10.00	10.00	10.00	20.00	10.00				315.70	318.20	3,740.70
Comunicación-Celular/Recarga											10.00	10.00	80.00
Secretaria	1,056.20			1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	10,056.20
Personal De Limpieza	1,500.00			1,500.00	900.00	900.00	1,700.00	1,719.50	2,125.00	1,700.00	1,900.00	1,700.00	14,744.50
Vigilancia Turno Dia Y Noche	6,455.00			5,000.00	6,435.00	6,025.00	5,950.00	5,950.00	5,555.00	5,950.00	5,950.00	5,950.00	59,220.00
Personal SS/HH	1,546.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,675.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,750.00	1,700.00	1,500.00	1,700.00	19,621.00
Aguinaldo Por Fiesta Patrias/ Navidad							4,800.00						4,800.00
Ederno ACOVIME	3,590.50	3,188.00	3,606.50	3,936.50	3,210.50	2,990.50	2,916.00	3,107.50	2,905.00	2,867.50	3,302.00	3,524.50	39,145.00
Edernor Chinga	1,229.00	1,283.50	1,445.50	1,628.50	1,333.00	1,423.50	1,502.00	1,560.00	1,627.00	1,596.50	1,632.50	1,610.00	17,871.00
Sedapal	1,748.87	1,697.50	1,737.40	1,905.61	1,684.20	1,626.33	1,700.00	1,684.70	1,699.67	1,698.14	1,701.04	1,703.70	20,587.16
Municipalidad /Impuesto Predial/Arbitrios													
Municipalidad /Control Ambiental / Cert. Fumigacion	198.20	150.00											25,109.12
Municipalidad/inspeccion/ sedapal/csanidad										1,638.00			348.20
Municipalidad / otros/derecho de defensa													1,638.00
Civil	100.00	100.00	400.00	50	10.00	800.00							1,460.00
Municipalidad / tramites varios									100.00				100.00
APS	300.00	900.00	300.00			900.00		1,200.00	300.00		1,800.00		5,700.00
Consumos	323.00	346.50	210.00	121.50	232.00	274.40	406.50	464.50	613.50	444.10	248.00	420.50	4,104.50
Recreacion / Dia del trabajador					486.50								486.50
Recreacion / Otros	25.00	40.00		813.00	549.00	185.00	120.00	214.00	4,374.70	141.00	120.00	324.00	6,905.70
Gastos Varios/Navidad/otros					4.10							9,301.50	9,305.60
Donaciones			14.00	250.00					50.00			266.00	580.00
Fallecimiento							3,850.00						3,850.00
Devolucion De Dinero Entregado	50.00							100.00					150.00
Devolucion De Garantia de alquiler	600.00	800.00	300.00	250.00	126.00	100.00	400.00	1,500.00	1,370.00	1,410.00		1,070.00	7,926.00
	19,322.92	35,632.82	40,251.50	18,411.41	17,209.50	18,432.63	27,926.80	20,593.50	23,878.17	20,538.79	30,468.04	25,048.40	301,714.48

  
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO "UNICACHI"  
TOSCANO BROMCANO CARLOS CESAR  
PRESIDENTE



**ACSPU**  
**ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO**  
**"UNICACHI"**  
**RUC: 20456523278**

**INGRESOS 2017**

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Entregas a Rendir cuentas(Aporte para la construcción)			11,000.00	6,300.00	8,500.00	1,000.00							
Fraccionamiento	287.00	250.00	787.00		100.00		300.00	200.00	500.00		382.40	87.00	27,100.00
Garantía	1,900.00	300.00	300.00	550.00	1,300.00	350.00	2,150.00	2,300.00	1,400.00	1,750.00	550.00	450.00	3,093.40
Prestación Puestos,Stand Y Tiendas	7,380.00	11,760.00	8,750.00	9,450.00	9,020.00	8,270.00	10,030.00	12,780.00	10,120.00	15,678.00	10,980.00	14,530.00	128,748.00
Mantenimiento de medidor de Luz	100.00	50.00	50.00	150.00	150.00				50.00		50.00		650.00
SS/HH 1º Piso	4,878.60	4,812.90	4,949.40			5,144.00	5,122.10	5,492.10	5,217.30	5,303.70	5,095.90	5,610.80	51,626.80
SS/HH 2º Piso Turno Mañana	1,780.30	1,743.50	2,025.60	4,819.60	5,190.60	1,893.50	1,995.20	2,107.60	1,878.10	2,013.50	1,889.70	2,096.50	29,433.70
SS/HH 2º Piso Turno Tarde				1,912.80	2,093.80								4,006.60
Estacionamiento	296.00	328.00	298.00	401.50	333.00	300.00	294.00	294.00	312.00	302.00	285.00	284.00	3,727.50
Cochera	260.00	464.00	388.00	392.00	343.00	329.00	380.00	411.00	319.00	284.00	454.00	376.00	4,400.00
Guardiania De Bolsas	895.00	971.00	1,011.00	943.00	999.00	947.50	953.00	958.00	872.00	932.00	885.05	968.50	11,335.05
Ambulantes	1,362.00	1,533.50	1,086.00	1,101.00	1,200.00	1,154.00	1,115.00	1,099.50	936.50	1,050.00	1,077.00	1,081.00	13,795.50
Carriet De Sanidad					182.00	416.00	26.00	468.00	416.00	104.00	130.00	52.00	1,794.00
Impuesto Pedrial Y Arbitrios	1,488.00	21,632.00	2,188.00	184.00	736.00		184.00	84.00				184.00	26,680.00
Alumbrado 2015	136.00	145.00	137.00	139.00	143.00	151.00	134.00	162.00	140.00	150.00	137.00	143.00	1,717.00
Luz 2015				4,395.00	4,010.00	3,657.00	3,288.00	3,890.00	3,706.00	3,783.00	3,526.00	4,350.00	34,605.00
Agua 2015				1,564.00	1,507.00	1,222.00	1,255.00	1,705.00	1,297.00	1,330.00	1,352.00	1,300.00	12,532.00
Mora 2015				272.80									272.80
Servicio De Internet						60.00		180.00		60.00			300.00
Area Adicional				8,500.00	26,000.00	4,000.00	500.00	3,500.00	500.00	500.00	9,500.00		53,000.00
Luz	3,517.00	4,389.00	3,965.00										11,871.00
Agua	1,269.00	1,700.00	1,304.00										4,273.00
Cofitacion	4,026.00	4,826.00	4,249.00	4,002.00	4,326.00	3,905.00		4,679.00	4,056.00	4,422.00	4,427.00	4,111.00	47,029.00
Mora	216.80	733.00	305.70	60.00	316.00	474.90	359.70	832.40	618.40	602.70	849.30	2,410.30	7,719.20
Servicio De Internet	60.00	75.00	90.00	60.00	30.00	100.00	90.00	990.00	150.00	30.00	200.00	60.00	585.00
Multa Por Desacato	430.00	100.00	130.00										660.00
Alquiler de Locales	550.00	600.00	450.00	1,450.00	600.00	250.00	750.00	1,250.00	500.00	850.00	550.00	700.00	2,830.00
Ocupacion de espacion Promociones	90.00	140.00	180.00	30.00	205.00	90.00		110.00	180.00		90.00	90.00	1,205.00
Otros	55.00	20.00	65.00	30.00			100.00	245.00	711.60	207.50	80.00	65.00	1,579.10
Derecho de Ingreso					1,800.00			2,000.00	500.00	1,000.00		716.00	6,016.00
	<b>30,976.70</b>	<b>56,572.90</b>	<b>43,708.70</b>	<b>46,646.70</b>	<b>69,084.40</b>	<b>33,713.90</b>	<b>29,026.00</b>	<b>46,087.60</b>	<b>34,439.90</b>	<b>40,552.40</b>	<b>42,550.35</b>	<b>42,615.10</b>	<b>515,974.65</b>

*Toscano Broncano Carlos*  
**ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO "UNICACHI"**  
**TOSCANO BRONCANO CARLOS CESAR**  
**PRESIDENTE**

**ACSPU**  
**ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO**  
**"UNICACHI"**

**RUC: 20456523278**

**EGRESOS 2017**

DESCRIPCION	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Inmueble maq y equipo (impresora)							1,500.00	20,000.00		10,000.00	620.00		620.00
Obras /Proyecto en curso /Materiales	292.00	163.00	30,205.00	95.00	135.00	109.50	60.00	87.00	100.00	75.00	10,298.80	150.00	72,003.80
Movilidad Varias	309.15	305.20	308.10	301.30	319.20	318.40	312.30	306.30	308.30	318.55	315.70	318.20	1,561.50
Telefono Fijo			10.00	10	10	20	10.00						3,740.70
Comunicación-Celular/Recarga											10.00	10.00	80.00
Secretaria	1,056.20	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,056.20
Personal De Limpieza	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,746.00	900.00	1,700.00	1,719.50	2,125.00	1,700.00	1,900.00	1,700.00	19,490.50
Vigilancia Turno Dia Y Noche	6,455.00	5,300.00	5,250.00	5,000.00	6,435.00	6,025.00	5,950.00	5,950.00	5,555.00	5,950.00	5,950.00	5,950.00	69,770.00
Personal SS/HH	1,546.00	1,550.00	1,550.00	1,550.00	1,675.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,750.00	1,700.00	1,500.00	1,700.00	19,621.00
Honorarios Abogados	1,300.00	1,300.00	1,400.00	1,300.00	1,470.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	10.00	1,300.00	1,300.00	1,300.00	13,280.00
Honorarios Contables		700.00	700.00	1,400.00	700.00		700.00	1,400.00	700.00	700.00	700.00	700.00	8,400.00
Honorario de Ing. Sistemas	20.00			150.00				150.00				300.00	620.00
Obras / Proyecto en curso/Man de Obra			24,734.00	20,330.00	14,698.00	18,333.00		7,466.20					90,961.20
Ederno ACOVIME	3,590.50	3,188.00	3,606.50	3,936.50	3,210.50	2,990.50	2,916.00	3,107.50	2,905.00	2,867.50	3,302.00	3,524.50	39,145.00
Edernor Chinga	1,229.00	1,283.50	1,445.50	1,628.50	1,333.00	1,428.50	1,502.00	1,560.00	1,627.00	1,596.50	1,632.50	1,610.00	17,871.00
Sedapal	1,748.87	1,697.50	1,737.40	1,905.61	1,684.20	1,626.33	1,700.00	1,684.70	1,699.67	1,698.14	1,701.04	1,703.70	20,587.16
Municipalidad /Impuesto Predial/Arbitrios		25,109.12											25,109.12
Cumpleaños	50.00	55.00	50.00	300.00		150.00	150.00	150.00	450.00			300.00	1,655.00
Cumpleaños Socios	1,600.00	1,350.00	1,650.00	900.00	2,250.00	2,100.00	1,650.00	900.00	1,650.00	900.00	1,950.00	1,500.00	18,400.00
Gastos De Librería	85.00	262.00	107.40	59.00	147.60	81.30	227.40	195.90	256.50	333.00	296.00	434.20	2,485.30
Gastos Legales	73.00	144.00	579.00	180	68.20	308.10	180.00				10.00		1,542.30
Gastos de Representación	272.50	181.00	75.00	69.00	87.10	1,235.00	341.40	336.30	2,558.00	202.20	399.60	782.50	6,539.60
Gastos Bancarios Interbank					559.30								559.30
Mantenimiento/Materiales	3,055.40	410.00	651.10	873.60	400.50	720.30	1,550.20	1,320.00	1,375.80	473.40	1,099.80	464.80	12,394.90
Mantenimiento/Mano De Obra	5,480.00	760.00	820.00	555.00	781.50	1,370.00	4,802.80	2,988.50	2,932.00	865.00	1,850.00	525.00	23,729.80
Mantenimiento/Limpieza	258.50	579.00	366.50	107.00	110.41	55.00	303.00	853.00		409.64	405.00	65.50	3,512.55
Mantenimiento/SSHH	860.00	699.90	699.86	47.00	713.70	776.50	721.70	713.70		736.84	870.65	857.70	7,697.55
Recreación / Dia del trabajador					486.50								486.50
Devolucion De Garantia de alquiler	600.00	800.00	300.00	250.00	126.00	100.00	400.00	1,500.00	1,370.00	1,410.00	200.00	1,070.00	8,126.00
	30,081.12	48,337.22	78,910.36	43,447.51	40,146.71	42,702.43	30,676.80	56,388.60	28,372.27	34,235.77	37,381.09	31,366.10	502,045.98

*Abner Montalvo*  
 ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO "UNICACHI"  
 TOSCANO BRONZANO CARLOS CESAR  
 PRESIDENTE

### **III. MÉTODOS Y MATERIALES**

#### **3.1. Hipótesis de la investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

La cultura tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

La conciencia tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

#### **3.2. Variables de estudio**

##### **3.2.1 Definición conceptual**

###### **Variable 1: Cultura tributaria**

Urcia (2015) definió: “es educarse adquiriendo conocimientos sobre la tributación que existe en nuestro País, por lo tanto, debe de cumplirse valores y

pago de impuestos, por los contribuyentes de acuerdo a lo establecido por la administración tributaria” (p.78).

### **Variable 2: Obligaciones tributarias**

Aguayo (2014), refirió que “la obligación tributaria es el deber de cumplir la prestación, constituye la parte fundamental de la relación jurídico tributaria y el fin último al cual tiende la institución del tributo” (p.241).

### **3.2.2. Definición operacional**

#### **Variable 1. Cultura Tributaria**

La variable cultura tributaria comprende de tres dimensiones: conciencia tributaria, educación cívica tributaria y difusión y orientación tributaria.

#### **Variable 2: Obligaciones Tributarias**

La variable obligaciones tributarias comprende de tres dimensiones: sanciones e infracciones tributarias, tributos y administración tributaria.

### **3.2.2.1. Operacionalización de las variables**

Tabla 1.

*Operacionalización de la variable Cultura tributaria*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Nivel y Rango
Conciencia tributaria	Normas tributarias Servicios públicos Cumplimiento pago de tributos	1 al 8	1. No (1) 2. Si (2)	Bajo (22-29) Medio (30-37) Alto (38-44)
Educación cívica tributaria	Cursos tributarios Valores Actividades	9 al 15		
Difusión y orientación tributaria	Transparencia Presupuesto Rendición de cuentas y Charlas Sunat	16 al 22		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.

Operacionalización de la variable Obligaciones tributarias

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Nivel y Rango
Sanciones e infracciones	Conocimientos de prácticas ilegales Información no registrada Elusión tributaria Conocimientos de las sanciones tributarias	1 al 10	1. No 2. Si	Bajo (22-29)
Tributos	Tasas Impuestos contribuciones	11 al 15		Medio (30-37)
Administración tributaria	Recaudación de tributos Fiscalización tributaria Pago de tributos	16 al 22		Alto (38-44)

Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Tipo y nivel de la investigación

El estudio es de tipo aplicada. Según Bernal (2016), “busca la realidades de hechos en conocimientos adquiridos.”. (p.91).



La presente investigación es de nivel: descriptivo – correlacional

Descriptivo por qué describe la relación de ambas variables de estudios.

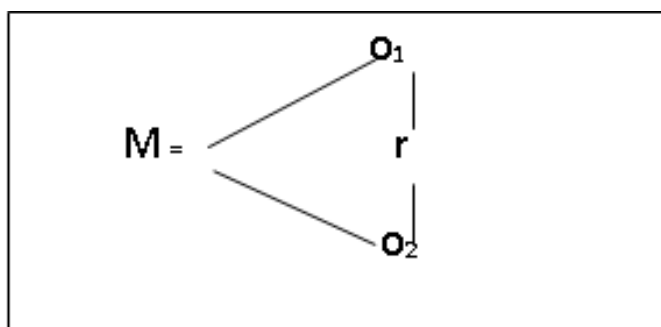
Correlacional por que tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables de estudio cultura tributaria y obligaciones tributarias y determinar las posibles relaciones entre ambas variables de estudio.

### 3.4. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental de corte transversal, Según Bernal (2016), “son un conjunto de procedimientos con los cuales no se manipulan uno o más variables en un momento dado”. (p.194)

En el estudio de investigación se utilizó el diseño no experimental no se realizó manipulación de las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias, se recolectan datos en un solo periodo de tiempo es decir el año 2018

Su Esquema es el siguiente:



Donde:

M: Trabajadores de la Asociación de Comerciantes del Megamercado “UNICACHI”

O1: Observación de la variable: Cultura tributaria

O2: Observación de la variable: Obligaciones tributarias

r: relación entre las observaciones de las variables

### 3.5. Población, muestra y muestreo del estudio

#### 3.5.1. Población

Según Bernal (2016), “Es el conjunto de todos los individuos que comparten características y que son objeto de estudio en la investigación. (p, 213)

La población estuvo conformada por 135 comerciantes Asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas.

**Tabla 3.**

***Distribución de la población***

Empresa	Total de trabajadores
Asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI”	135

Fuente: Asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas.

#### 3.5.2. Muestra

Bernal (2016), muestra es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional. (p, 213)

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

N = Población o universo.

Z = Valor del nivel de confianza.

p = Proporción de individuos que poseen las características del estudio.

q = Proporción de individuos que no poseen las características del estudio.

e = Porcentaje o margen de error.

Los valores de la formula son los siguientes:

N= 135

Z= 95% --- 1,96

p= 50% --- 0,5

q = 50% --- 0,5

e= 5% --- 0,05

Reemplazando:

$$n = \frac{135 * (1.96^2) * (0.5 * 0.5)}{(0.05^2) * (135 - 1) + (1.96^2) * (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 100$$

La muestra estuvo conformada por 100 comerciantes de la Asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

### **3.5.3. Muestreo**

Es probabilístico, según Bernal (2016), porque se calcula con anticipación cuál es la probabilidad de poder obtener las muestras que sean posibles a partir de una población o universo (p. 220). El tipo de muestreo que se utilizó fue aleatorio simple. Bernal (2016), “todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra”. (p. 233)

#### **Criterios de selección**

#### **Criterios de inclusión**

Ser comerciante de la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas. Haber asistido y/ o laborado el día de la encuesta.

## **Criterios de exclusión**

No haber asistido el día de la encuesta. No ser comerciante de la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI”-Comas.

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

#### **3.6.1. Técnica de recolección de datos**

La técnica que se utilizó fue la encuesta, al respecto, Bernal (2016), “es una herramienta que se utiliza con el objetivo de obtener datos e información necesaria para la investigación”. (p. 245)

#### **3.6.2. Instrumento de recolección de datos**

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario. Para Bernal (2016), “es un conjunto de preguntas prediseñadas con el fin de generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos de investigación”. (p. 245)

En la investigación se empleó dos cuestionarios el primero para la variable cultura tributaria, el cual consta de 22 ítems, tres dimensiones: conciencia tributaria, educación cívica tributaria, difusión y orientación tributaria y el segundo cuestionario para las obligaciones tributarias que consta de 22 ítems y comprende tres dimensiones: sanciones e infracciones, tributos y administración tributaria.

A continuación, se presentó la ficha técnica correspondiente a cada uno de los cuestionarios empleados en el presente estudio:

### **Ficha técnica:**

#### **Variable 1: Cultura tributaria**

Nombre del instrumento	:	Cuestionario de Cultura tributaria
Autora	:	Karim Oriele Calderón Díaz (2018)
Fecha de aplicación	:	2018
Administración	:	Colectiva
Ámbito de Aplicación	:	Megamercado "UNICACHI" Comas.
Significación	:	Medir las percepciones de los comerciantes
Duración	:	40 minutos

Estructura: El instrumento estuvo compuesto por tres dimensiones: conciencia tributaria, educación cívica tributaria, difusión y orientación tributaria. En total el instrumento cuenta con 22 ítems, siendo su escala de medición la siguiente:

Si (2)

No (1)

#### **Variable 2: Obligaciones tributarias**

### **Ficha técnica:**

Nombre del instrumento	:	Cuestionario de Obligaciones tributarias
Autora	:	Karim Oriele Calderón Díaz (2018)
Fecha de aplicación	:	2018
Administración	:	Colectiva
Ámbito de Aplicación	:	Megamercado "UNICACHI" Comas.
Significación	:	Medir las percepciones de los comerciantes
Duración	:	40 minutos

Estructura: El instrumento estuvo compuesto por tres dimensiones: sanciones e infracciones, tributos y administración tributaria. En total el instrumento cuenta con 22 ítems, siendo su escala de medición la siguiente:

Si (2)

No (1)

### 3.7. Validación y confiabilidad del instrumento

#### 3.7.1. Validez

Como se muestra en la tabla 4 para la validez de contenido se utilizó el criterio de juicio de expertos, que es una técnica que consiste en someter a opinión de expertos los instrumentos diseñados para el objetivo propuesto.

**Tabla 4: Resultado de la validez de contenido del instrumento cultura tributaria**

<b>Juez experto</b>	<b>Resultado</b>
Dr. Tam Wong Fernando	Aplicable
Dr. Costilla Castillo Pedro	Aplicable
Dr. Richarsond Porlles Nelson	Aplicable

*Fuente:* Matriz de validación del instrumento.

**Tabla 5: Resultado de la validez de contenido del instrumento obligaciones tributarias**

<b>Juez experto</b>	<b>Resultado</b>
Dr. Tam Wong Fernando	Aplicable
Dr. Costilla Castillo Costilla	Aplicable
Dr. Richarsond Porlles Nelson	Aplicable

*Fuente:* Matriz de validación del instrumento.

De acuerdo a la tabla 4 y 5 el valor de calificación categórica de las variables cultura tributaria y obligaciones tributarias por los jueces expertos señalaron que la validez de contenido es aplicable a la muestra de estudio.

### 3.7.2. Confiabilidad

Para determinar la fiabilidad del instrumento se realizó una prueba piloto y con dichos resultados se procedió a construir una base de datos y para la determinación de la confiabilidad de dichos datos se aplicó el coeficiente kr20, por tratarse de un instrumento para respuestas de tipo dicotómicas.

**Tabla 6: Confiabilidad de los instrumentos de cultura tributaria y obligaciones tributarias**

Variable	Kr20	Nº ítems
Cultura tributaria	,806	22
Obligaciones tributarias	,837	22

*Fuente:* Base de datos de Prueba Piloto.

Según la tabla 6, para el instrumento cultura tributaria, el coeficiente Kr20 dio como resultado un valor de 8,06, el cual indica que el instrumento utilizado fue confiable (alta confiabilidad) para los fines de la investigación. De forma similar, para las obligaciones tributarias, el coeficiente Kr20 fue de 8,37.

### 3.8. Método de análisis de datos

Para la toma de recolección de datos se empleó la estadística descriptiva e inferencial, para el análisis descriptivo se utilizó la frecuencia descriptiva en razón a los niveles organizados de cada una de las variables, razón por el cual se empleó distribuciones de frecuencia absolutas y porcentuales, tablas de contingencia y gráficos de barras, a nivel total y por dimensiones.

Para contrastar las hipótesis de la investigación se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman ( $\rho$ ), cuya propiedad es medir la relación y determinar el grado de asociación entre dos variables de tipo no paramétricas.

### **3.9. Desarrollo de la propuesta de valor**

En la asociación de comerciantes Megamercado “UNICACHI” Comas, se ha observado que los contribuyentes evaden impuestos y no cumplen con sus obligaciones tributarias, por lo que se propone la siguiente propuesta de valor:

A los Directivos y comerciantes del Megamercado “UNICACHI” propongo estrategias mediante talleres de capacitación sobre cultura tributaria, para que ayude a motivar, interiorizar y ampliar los conocimientos a los comerciantes en cumplimiento de sus obligaciones

Pedir autorización a los directivos y comerciantes para solicitar sus correos electrónicos y enviarles información mediante los boletines, trípticos trimestrales para resaltar la importancia de la recaudación de impuestos.

Se debe inducir la educación cívica tributaria, así poder orientar a los ciudadanos hacer responsables, haciendo llegar la información colocando mensualmente cronogramas de sus vencimientos de sus declaraciones en el periódico mural.

Solicitar a la Administración Tributaria un orientador tributario para que difunda todo lo concerniente sobre la cultura tributaria y obligaciones tributarias para combatir la evasión y erradicar la informalidad.

### **3.10. Aspectos deontológicos**

La investigación se realizó bajo criterios y principios éticos. Se pidió autorización de los directivos del Megamercado “UNICACHI” Comas para realizar la recolección de la información relevante para la investigación. Así mismo, se



respetó a las fuentes bibliográficas citando a su autoría, así como la transcripción tácita de las citas sin manipulación deliberada. Asimismo, información del anonimato de los encuestados respetando su condición moral y ética.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

Tabla 7: Nivel de cultura tributaria

Niveles		Frecuencia	Porcentaje
Bajo		63	63,0%
Medio		10	10,0%
Alto		27	27,0%
Tota	100	100,0%	

Fuente: Elaboración de la base de datos

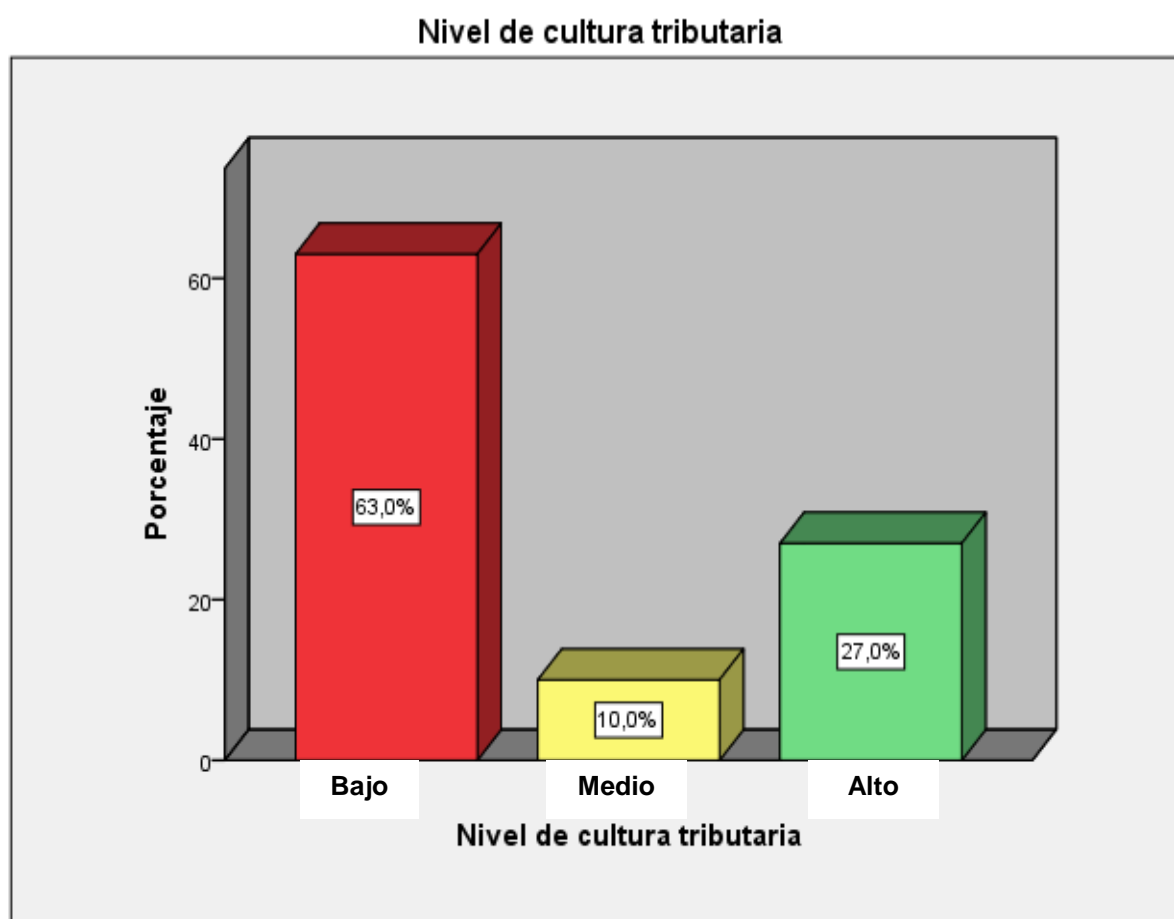


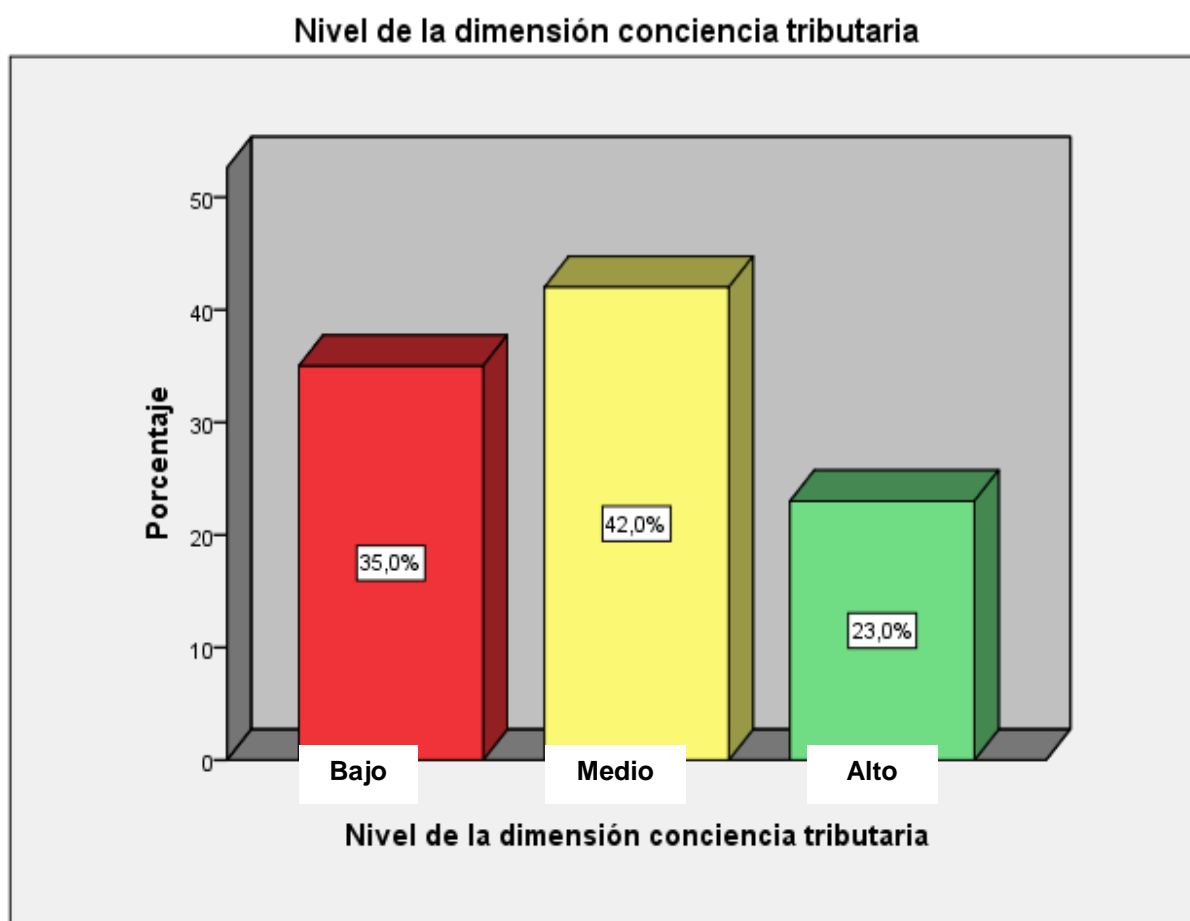
Figura 1. Nivel de cultura tributaria

En la tabla 6 y figura 1 se puede observar que, de los comerciantes del centro comercial UNICACHI, el 27,0% mantienen un nivel alto de cultura tributaria, por otro lado, el 10,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 63,0% se encuentra en un nivel bajo de cultura tributaria.

El cuestionario que se utilizó para la variable cultura tributaria y sus dimensiones: conciencia tributaria, educación cívica tributaria y difusión y orientación tributaria constó de 22 ítems con escalas dicotómicas.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	35	35,0%
Medio	42	42,0%
Alto	23	23,0%
Total	100	100,0%

*Nota: Elaboración de la base de datos*



*Figura 2. Nivel de la dimensión conciencia tributaria*

En la tabla 7 y figura 2 se puede observar que, de los comerciantes, el 23,0% mantienen un nivel alto de dimensión conciencia tributaria, por otro lado, el 42,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 35,0% se encuentra en un nivel bajo.

Tabla 8: Nivel de la dimensión educación cívica tributaria

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	29	29,0%
Medio	56	56,0%
Alto	15	15,0%
Total	100	100,0%

Nota: Elaboración de la base de datos

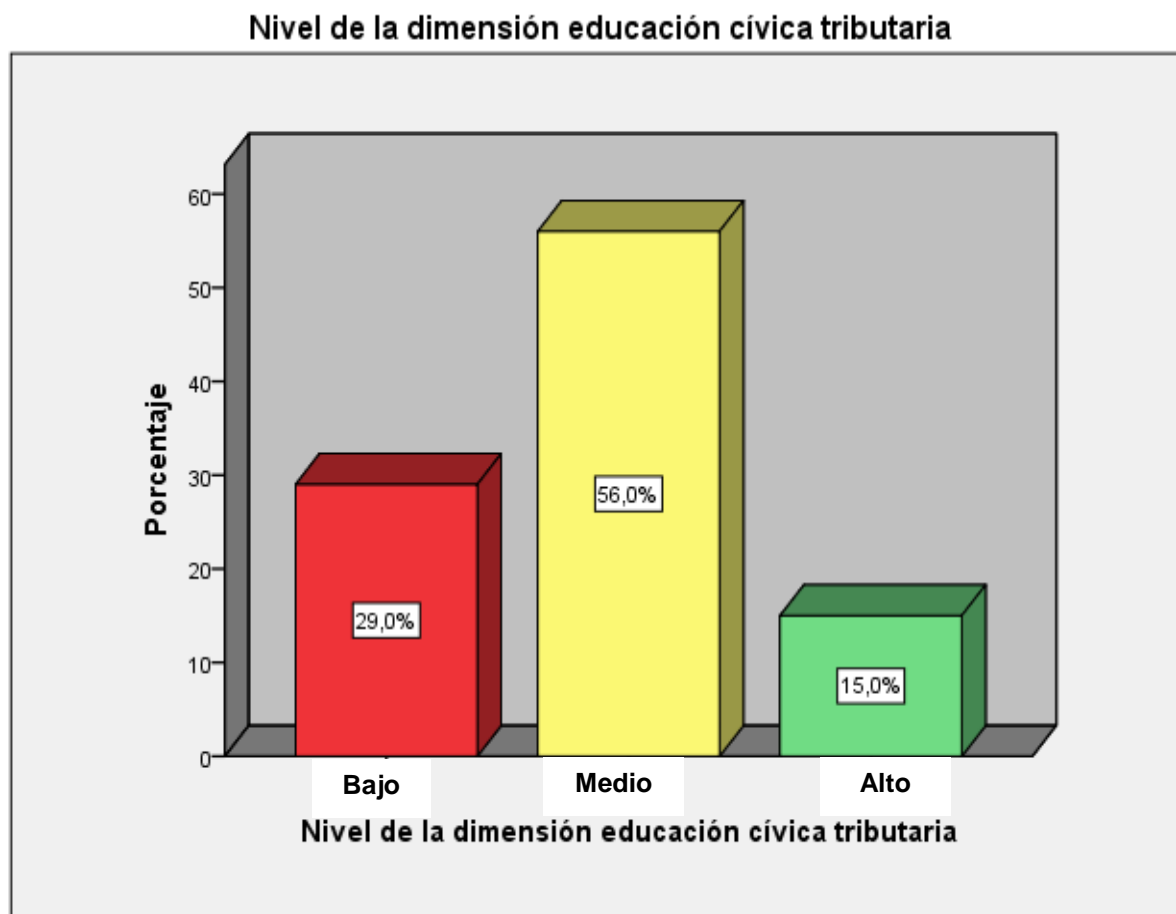


Figura 3. Nivel de la dimensión educación cívica tributaria.

En la tabla 8 y figura 3 se puede observar que, de los comerciantes del mercado UNICACHI, el 15,0% mantienen un nivel alto de la dimensión educación cívica tributaria, por otro lado, el 56,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 29,0% se encuentra en un nivel bajo de la dimensión educación cívica tributaria.

Tabla 9: Nivel de la dimensión difusión y orientación tributaria

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	42	42,0%
Medio	49	49,0%
Alto	9	9,0%
Total	100	100,0%

Nota: Elaboración de la base de datos

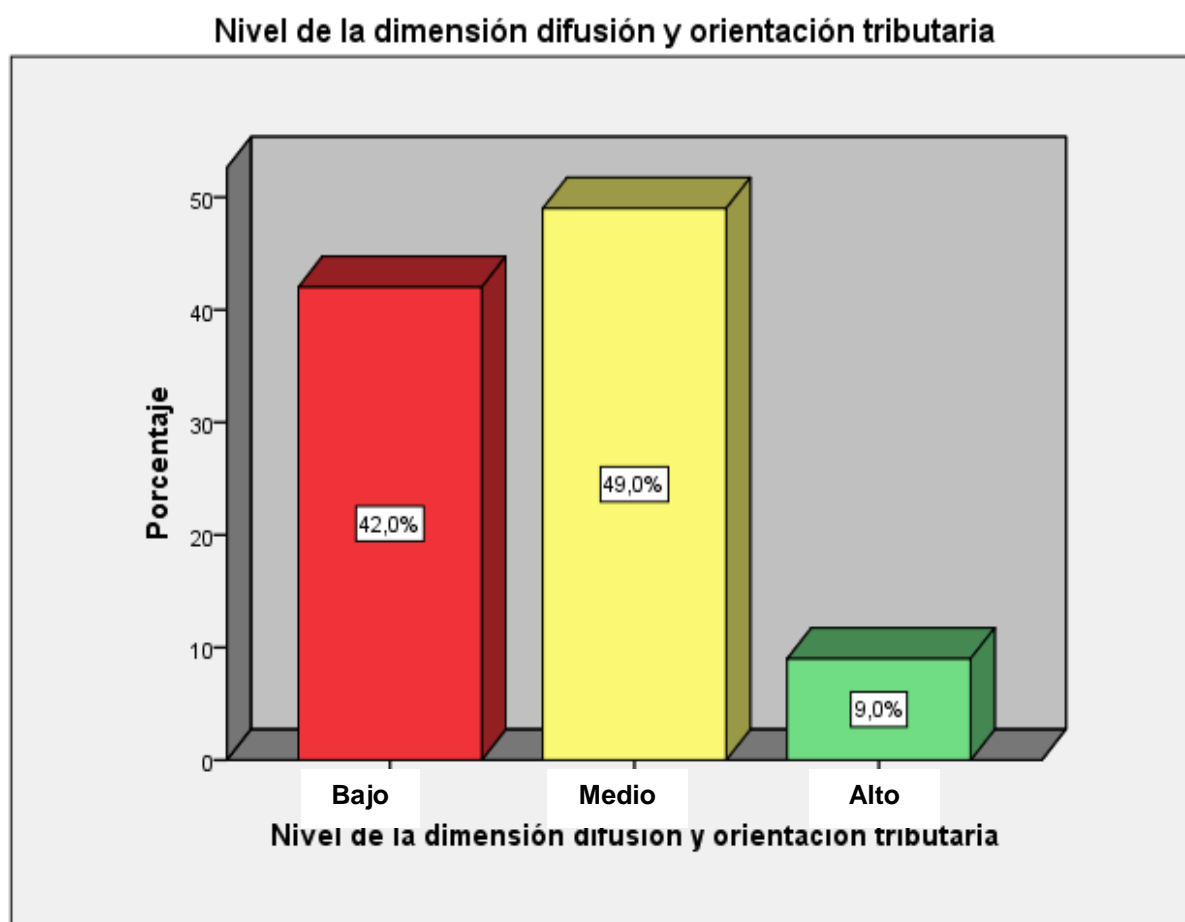


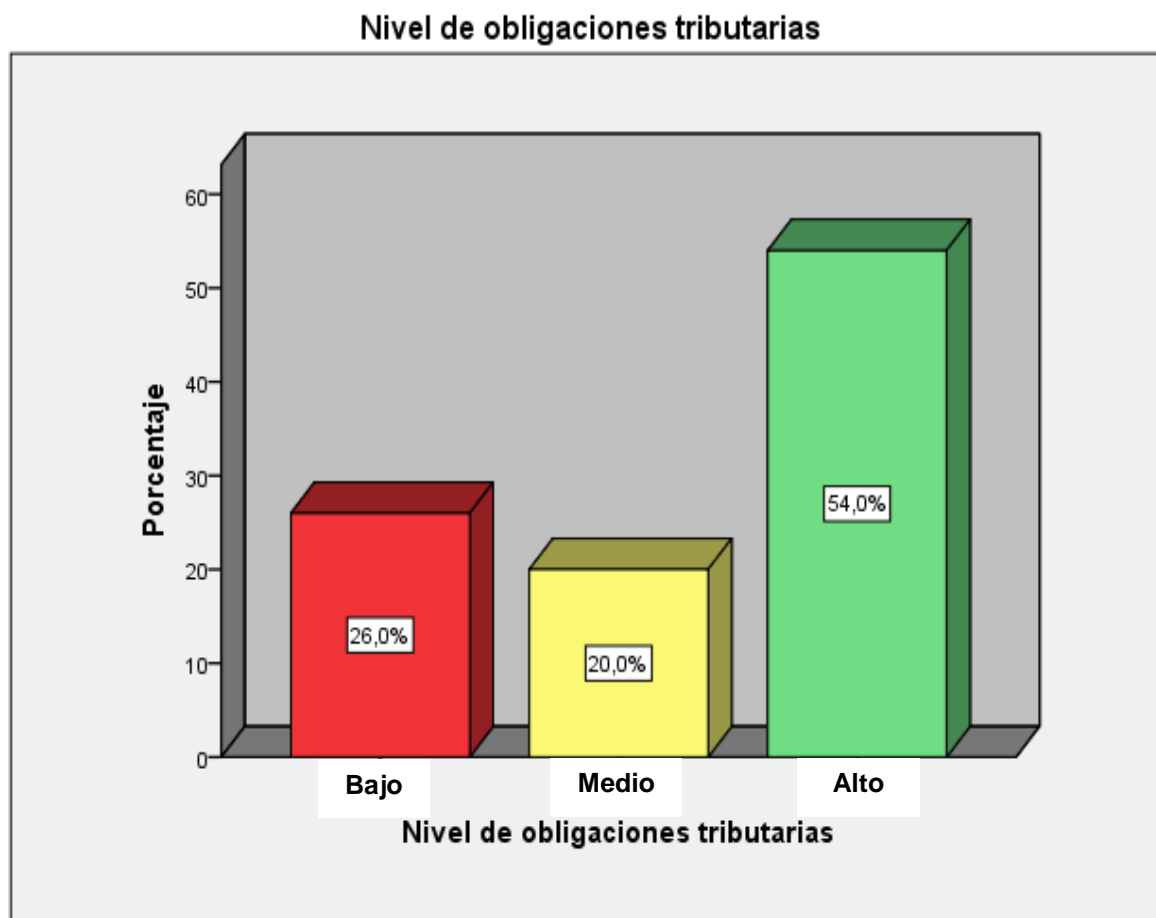
Figura 4. Nivel de la dimensión difusión y orientación tributaria.

En la tabla 9 y figura 4 se puede observar que, de los comerciantes, sólo el 9,0% mantienen un nivel alto de la dimensión difusión y orientación tributaria, por otro lado, el 49,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 42,0% se encuentra en un nivel bajo de la dimensión difusión y orientación tributaria.

Tabla 10: *Nivel de obligaciones tributarias*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	26	26,0%
Medio	20	20,0%
Alto	54	54,0%
Total	100	100,0%

*Nota: Elaboración de la base de datos*



*Figura 5. Nivel de obligaciones tributarias.*

En la tabla 10 y figura 5 se puede observar que, de los comerciantes, el 54,0% mantienen un nivel alto de obligaciones tributarias, por otro lado, el 20,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 26,0% se encuentra en un nivel bajo de obligaciones tributarias.

Tabla 11: Nivel de la dimensión sanciones y tributos

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	25,0%
Medio	15	15,0%
Alto	60	60,0%
Total	100	100,0%

*Nota: Elaboración de la base de datos*

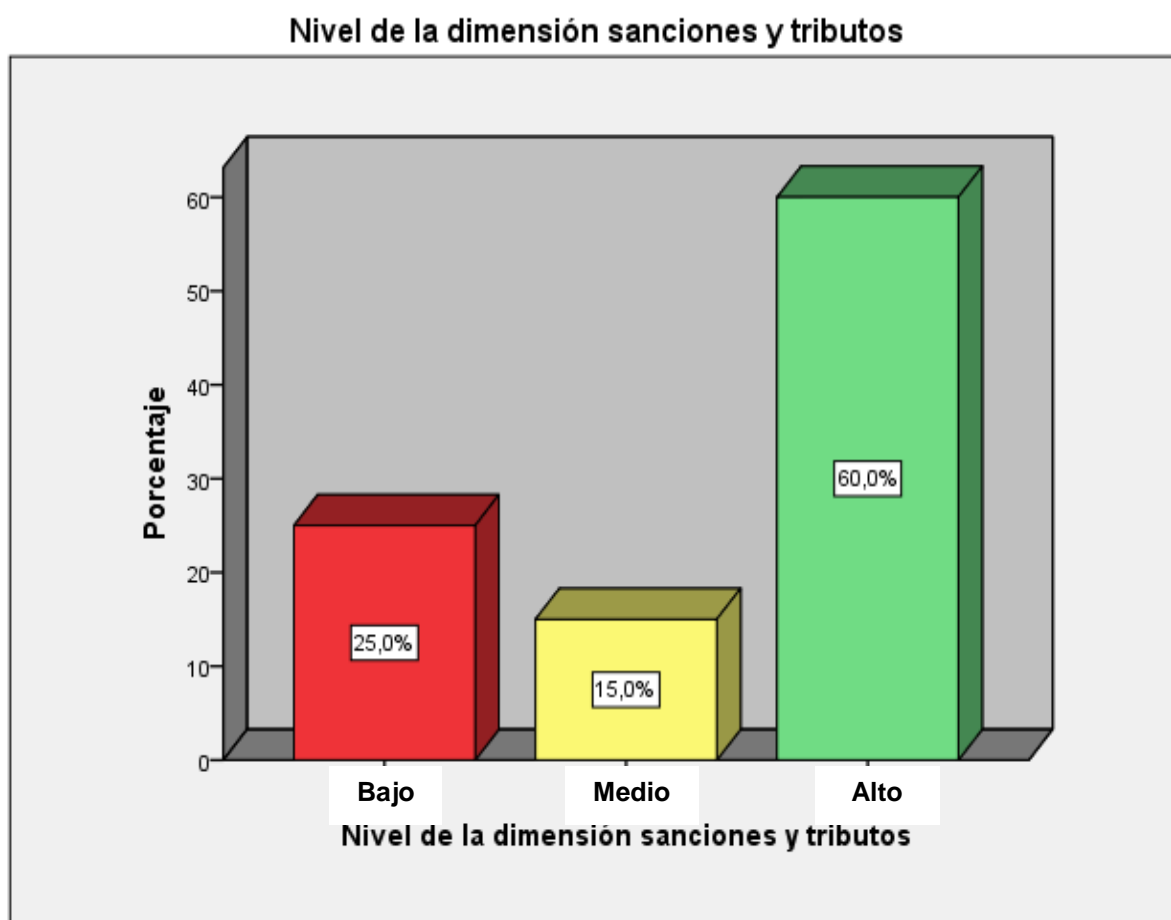


Figura 6. Nivel de la dimensión sanciones y tributos.

En la tabla 11 y figura 6 se puede observar que, de los comerciantes, el 60,0% mantienen un nivel alto de la dimensión sanciones y tributos, por otro lado, el 15,0%% alcanzó un nivel medio, asimismo el 25,0% se encuentra en un nivel bajo de la dimensión sanciones y tributos.

Tabla 12: *Nivel de la dimensión tributos*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15	15,0%
Medio	13	13,0%
Alto	72	72,0%
Total	100	100,0%

*Nota: Elaboración de la base de datos*

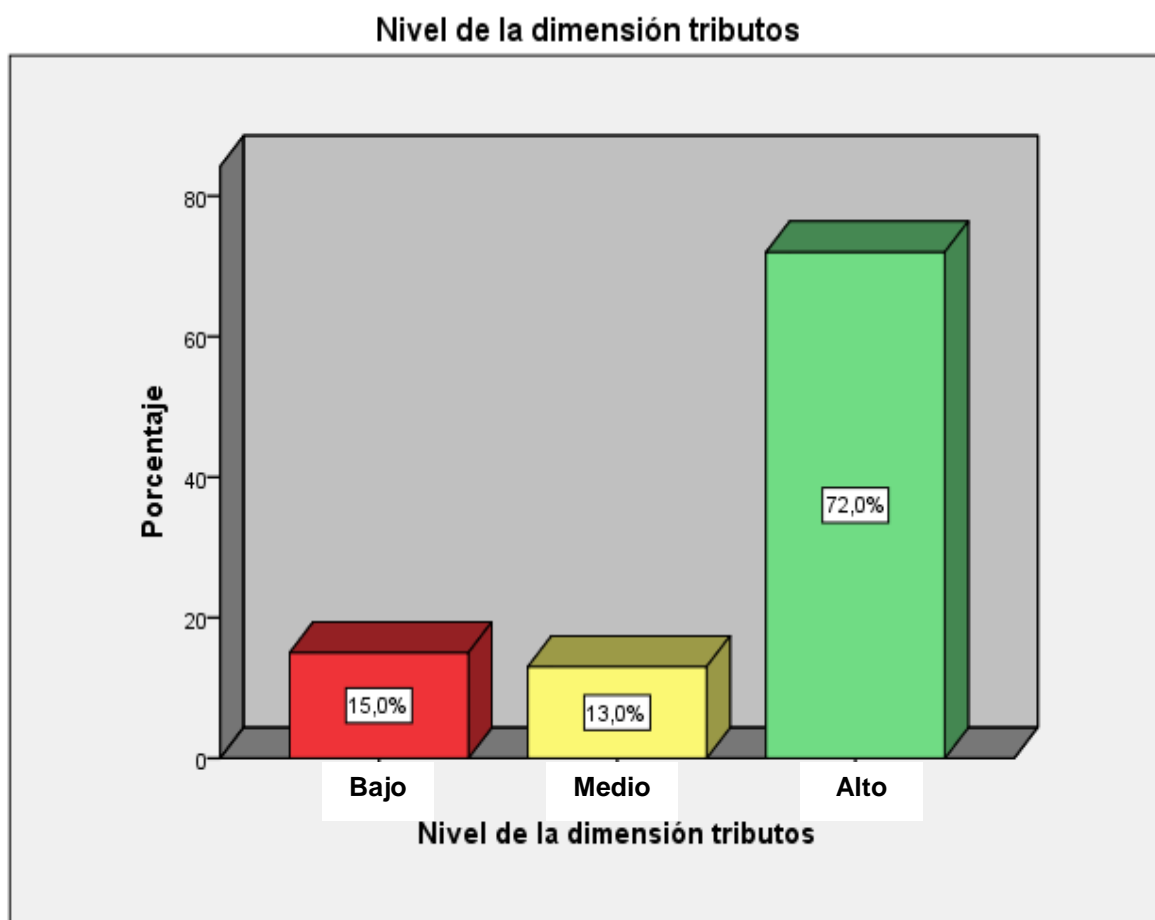


Figura 7. Nivel de la dimensión tributos.

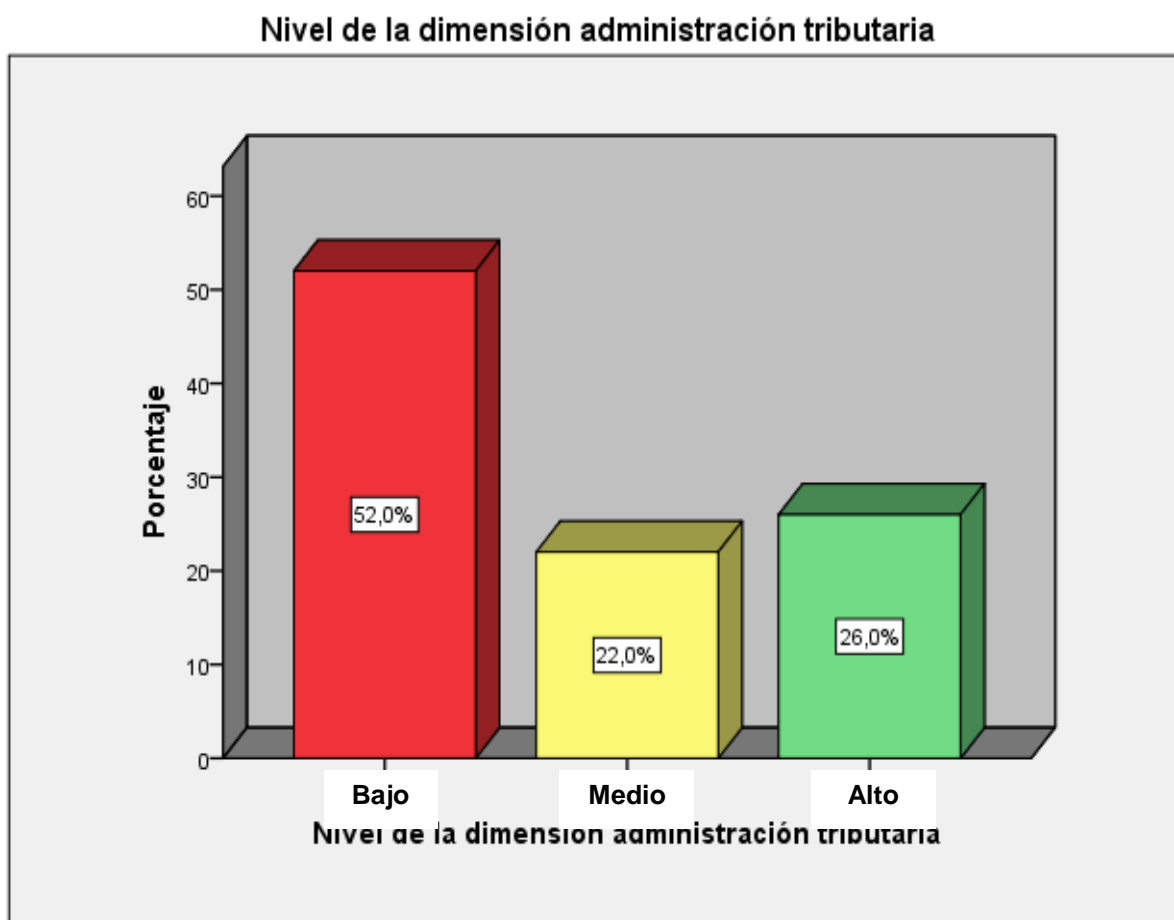
En la tabla 12 y figura 7 se puede observar que, de los comerciantes, el 72,0% mantienen un nivel alto de la dimensión tributos, por otro lado, el 13,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 15,0% se encuentra en un nivel bajo de la dimensión tributos.



Tabla 13: *Nivel de la dimensión administración tributaria*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	52	52,0%
Medio	22	22,0%
Alto	26	26,0%
Total	100	100,0%

*Nota: Elaboración de la base de datos*



*Figura 8.* Nivel de la dimensión administración tributaria.

En la tabla 13 y figura 8 se puede observar que, de los comerciantes, el 26,0% mantienen un nivel alto de la dimensión administración tributaria, por otro lado, el 22,0% alcanzó un nivel medio, asimismo el 52,0% se encuentra en un nivel bajo de la dimensión administración tributaria.

## 4.2. Análisis inferencial

### Hipótesis general

**Ho.** La cultura tributaria no se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

**Hi.** La cultura tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Tabla 14: *Correlación cultura tributaria y obligaciones tributarias*

			Cultura tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Cultura tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,714**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Obligaciones tributarias	N	100	100
		Coeficiente de correlación	,714**	1,000
n		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

\*\**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

En la tabla 14, se observó un coeficiente según la correlación de Rho de Spearman =.714, con un  $p=0.001$ , con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que existe una alta correlación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

### Hipótesis específica 1

**Ho.** La conciencia tributaria no se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

**H1.** La conciencia tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Tabla 15: *Correlación conciencia tributaria y obligaciones tributarias*

			Conciencia tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Conciencia tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,729**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,729**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

\*\**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

En la tabla 15, se observó un coeficiente según la correlación de Rho de Spearman =.729, con un  $p=0.001$ , con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que existe una alta correlación entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

### Hipótesis específica 2

**Ho.** La educación cívica tributaria no se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

**H2.** La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Tabla 16: *Correlación educación cívica tributaria y obligaciones tributarias*

			Educación cívica tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Educación cívica tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,773**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,773**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

\*\**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).*

*Nota: Base de datos.*

En la tabla 16, se observó un coeficiente según la correlación de Rho de Spearman  $=.773$ , con un  $p=0.001$ , con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que existe una alta correlación entre la educación cívica tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

### Hipótesis específica 3

**Ho.** La difusión y orientación tributaria no se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018

**Hi.** La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018

Tabla 17: *Correlación difusión y orientación tributaria y obligaciones tributarias*

			Difusión y orientación tributaria	Obligaciones tributarias
Rho de Spearman	Difusión y orientación tributaria	Coeficiente de correlación	1,000	,785**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Obligaciones tributarias	Coeficiente de correlación	,785**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Base de datos.

En la tabla 17, se observó un coeficiente según la correlación de Rho de Spearman  $=.785$ , con un  $p=0.001$ , con el cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, se confirma que existe una alta correlación entre la difusión y orientación tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

## **V. DISCUSIONES**

### **5.1. Análisis de discusión de resultados**

En la investigación denominada: Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, los resultados hallados guardan relación con la información del estudio que a continuación detallaremos:

Con respecto a la hipótesis general: La cultura tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, según la correlación de Rho de Spearman  $=.714$ , con un  $p=0.001$ , existe una correlación alta entre las variables Cultura tributaria y obligaciones tributarias. Al respecto, Tapia (2014), concluyó que la investigación permitió conocer las falencias que tienen los contribuyentes al momento de realizar sus declaraciones para cumplir satisfactoriamente con sus obligaciones; y el desarrollo del incumplimiento tributario siendo uno de los principales fenómenos que afecta a la recaudación fiscal. Burga (2015), señaló la importancia de realizar charlas sobre cultura tributaria, en conocer para que es utilizado los tributos que aportan, comprender la importancia de los tributos y aprender respecto a las sanciones que implanta la Administración Tributaria; debido a que si se cuenta con estos conocimientos los contribuyentes van a obtener un mejor planeamiento tributario consiguiendo así el cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias evitando evasiones o elusiones por parte de las personas.

Con respecto a la hipótesis específica 1: La conciencia tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, según la correlación de Rho de Spearman  $=.729$ , con un  $p=0.001$ , existe una correlación alta entre la dimensión conciencia tributaria y obligaciones tributarias. Al respecto, Banfi, (2013), Recomendó la formación de una cultura tributaria fomentando valores dirigidos a la responsabilidad y al desempeño de manera correcta de las obligaciones impositivas existentes en las leyes tributarias vigentes. Guillen y

Concepción (2016), A menor conocimiento tributario mayor será el incumplimiento de las obligaciones Tributarios. Además, la variable cultura tributaria en sí, explica el cumplimiento de las obligaciones tributarias en un 84%. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se acepta entonces que la falta de cultura tributaria incide en el incumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes.

Con respecto a la hipótesis específica 2: La educación cívica tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, según la correlación de Rho de Spearman  $=.773$ , con un  $p=0.001$ , existe una correlación alta entre la dimensión educación cívica tributaria y obligaciones tributarias. Al respecto, Romero y Vargas (2013), proponen un Diseño de Estrategias Tributarias como un aporte importante para contribuir a la misión del SRI en fomentar una verdadera Cultura Tributaria dentro del país, aumentando voluntariamente las obligaciones tributarias, beneficiando a las personas inmersas en el estudio, la Administración y al Cantón Milagro en general. Así también, Mogollón, (2014), sostuvo que la gran mayoría de los entrevistados posee una concepción negativa de la Administración Tributaria, considerándola ineficiente y a sus funcionarios poco o nada honrados, Así mismo se evidencia que el contribuyente chichlayano no lleva arraigada su obligación del pago del tributo como algo inherente a su ciudadanía.

Con respecto a la hipótesis específica 3: La difusión y orientación tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018, según la correlación de Rho de Spearman  $=.785$ , con un  $p=0.001$ , existe una correlación alta entre la dimensión difusión y orientación tributaria y obligaciones tributarias. Al respecto, Amaguaya y Moreira (2016), señalaron la importancia de desarrollar de una guía didáctica para el fácil entendimiento y cumplimiento a tiempo de sus obligaciones que cuente con casos prácticos, es muy necesario para contribuir al desarrollo de la cultura tributaria del país. Así mismo, Zambrano, (2015), concluyó que los contribuyentes desconocen la importancia de cancelar el impuesto. Al respecto, es necesario fomentar la cultura tributaria en los

contribuyentes para lograr mayor eficiencia en el cobro y recaudación de este impuesto.

## VI. CONCLUSIONES

### 6.1. Conclusiones

**Primera:** La cultura tributaria se relaciona ( $Rho=0,714$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

**Segunda:** La conciencia tributaria se relaciona ( $Rho=0,729$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

**Tercera:** La educación cívica tributaria se relaciona ( $Rho=0,773$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

**Cuarta:** La difusión y orientación tributaria se relaciona ( $Rho=0,785$ ) y significativamente ( $p=0.001$ ) con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018. De acuerdo a los índices de correlación de Rho Spearman la correlación es alta, por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

## VII. RECOMENDACIONES

### 7.1. Recomendaciones

**Primera:** A los Directivos y comerciantes del Megamercado “UNICACHI”, propongo estrategias para mejorar la cultura y obligaciones tributarias, mediante talleres de capacitación sobre cultura tributaria, declaraciones mensuales y entre otros, para que ayude a motivar y ampliar los conocimientos a los comerciantes en cumplimiento de sus obligaciones.

**Segunda:** A los Directivos y comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas, tomen conciencia tributaria que los pagos de los tributos retornan a la comunidad bajo la forma obras, servicios públicos y programas sociales, a través orientación y entregando boletines trimestrales para resaltar la importancia de la recaudación de impuestos.

**Tercera:** A las Directivos y comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas, crear distintos medios de enseñanza en la educación cívica tributaria, así poder orientar a los ciudadanos hacer responsables, con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Por medio del periódico mural hacerles llegar la información de educación tributaria.

**Cuarta:** A las Directivos y comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas, solicitar a la Administración Tributaria un orientador tributario para que difunda todo lo concerniente sobre la cultura tributaria, obligaciones tributarias, y se pueda erradicar la informalidad.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguayo, M. (2014). *La Obligación Tributaria y el Pago: Antes del Inicio Cobranza Coactiva- en la Legislación Peruana. Apuntes y Disquisiciones*. Revista Derecho & Sociedad, N°43/pp.239
- Aguilar, H. (2013) *Nuevo código tributario*. Lima: Editor Entrelineas S.R.L.
- Amaguaya, J. y Moreira L. (2016). *La cultura tributaria y las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Amasifuen, M. (2015). *Importancia de la cultura Tributaria en el Perú*. Volumen 1 (número 1), p. 73-90
- Armas, M., y Colmenares, M. (2009). *Educación sobre Cultura Tributaria*. Lima.
- Atoche, R. (2016). *La cultura tributaria y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones tributarias mensuales minoristas de abarrotes del mercado modelo de Sullana en el año 2015*. (Tesis para obtener el título de contador público). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Banfi, D. (2013). *“La cultura tributaria para el cumplimiento de la obligación tributaria”*. Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, Venezuela.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (4ª. Ed.). Bogotá D.C. Colombia: Pearson Educación.
- Bonilla, E. (2014). *Revista Ciudades, Estados y Política*. Volumen1 (número 1), p. 21-35.
- Bravo, F. (2008). *Cultura tributaria*. Revista de Administración Tributaria. Lima, Perú.

- Bravo, F (2011), *Los Valores Personales no Alcanzan para Explicar la Conciencia Tributaria: Experiencia en el Perú* \_024CIAT Revista de Administración Tributaria, Lima, Perú.
- Burga, M (2015), “*Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del Emporio Gamarra, 2014*”, Universidad San Martín de Porres.
- Caballero, S. (2007). *Manual tributario 2007*. (2ª. Ed.). Lima: Editorial Tinco S.A.C.
- Cárdenas, A. (2012). *La cultura tributaria en un grupo de actividad económica informal*. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5224/1/UPS-QT03885.pdf>
- Díaz, L, (2014). *Cultura Contributiva América Latina*. Recuperado de <http://educacionfiscal.org/files/2016-08/cultura-contributiva-en-america-latina-livro-mexico.pdf>
- D. L. N° 771 Ley Marco del Sistema Tributario (1993). Diario oficial el peruano. Perú.
- D. L N° 943 Ley del Registro Único de Contribuyentes – RUC (2003). Lima.
- D. L N° 937 Texto del Nuevo Régimen Único Simplificado (2003). Perú.
- D. S. N° 055 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (1999). Lima.
- D. S. N° 133 Que Aprueba el Texto Único Ordenado del Código Tributario. (2013). Diario oficial El Peruano art 1- 8. Perú.
- D. S. N° 179 Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta (2004). Lima.

- Effio, F. (2010). *Manual de infracciones y sanciones tributarias*. (1ª. Ed.). Lima: Entrelíneas S.R.L.
- Flores, P. (1977). *Legislación, Comentario, Doctrina y Jurisprudencia*, Trujillo. Lima: Marsol.
- García, A. (2013). *Tributación compendio legislativo*. Lima: Editora Normas legales S.A.
- García, R. (2002). *Derechos de los contribuyentes y sus medios de defensa frente a la Administración Tributaria venezolana*. Universidad de los Andes.
- Giorgetti, A. (2013). *La evasión tributaria*. Buenos Aires: Edición de Palma
- Gómez, L. y Macedo, J. (2008). *La Difusión de la Cultura Tributaria y su influencia en el Sistema Educativo Peruano. Sistema Tributario y Educación*.
- Guillen, J. y Concepción, M. (2016). *Cultura tributaria del consumidor final y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones de medicina en San Juan de Lurigancho, año 2015*. Universidad Nacional del Callao, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill
- Lujan, R., Condori, G., Apolinario, W. y García, M. (2006). *Manual tributario 2006*. (1ª. Ed.). Lima: Instituto Pacífico S.A.C.
- Luna, M. (2016). *La administración tributaria en el Perú*. En: Cuadernos Tributarios. Nº 11. Julio, p. 123.
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de Cultura Tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

OCDE “*Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*” /CEPAL  
“Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2011).

Ortega, R., Castillo, J., Morales, J., y Pacherrres, A. (2012). *Manual tributario*  
2012. (1ª. Ed.). Lima. Editorial tinco S.A.

Méndez, P. M. (2013). *Cultura Tributaria y Contribuyentes: Datos y Aspectos*  
*Metodológicos*. Venezuela: Grupo Editorial Norma, S.A.

Mendoza, F. A., Palomino, R., Robles, J. E. y Ramírez, S. R. (2014). *Correlación*  
*entre cultura tributaria y educación tributaria universitaria: caso*  
*Universidad Estatal de Sonora*. Obtenido de  
<http://search.proquest.com/docview/1688911748?accountid=37408>

Prado, E. (2016). *Cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias*  
*de los comerciantes del centro comercial José Carlos Mariátegui del*  
*distrito de San Juan de Lurigancho*. Universidad Nacional del Callao,  
Perú.

Preciado, A. (2012). *Fiscalización tributaria*. (1ª. Ed.). Lima: Editor  
Entrelineas S.R.L.

Roca, C. (2012). *Estrategias para la de la cultura tributaria*. Recuperado de  
5E2E5805257C120081DB15/\$FILE/cultura\_tributaria\_dulio\_solorzano. pdf

Romero, M y Vargas, C. (2013). *La cultura tributaria y su incidencia en el*  
*cumplimiento de las obligaciones en los comerciantes de la Bahía “Mi lindo*  
*Milagro” del Cantón* (Tesis para obtener el título de contador público)  
Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Ruedas, G. y Ruedas, J. (2012). *Texto Único Ordenado del IGV y selectivo al*  
*Consumo D.LEG.821-D. S N°055-99- EF/EF D. LEG. N°950 y Su*  
*Reglamento* \_0E3d4itorial Grafica Bernilla. Lima, Perú.

Solórzano. D., (s/f.). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú.*

Recuperado de  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura\\_tributaria\\_dulio\\_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)

SUNAT (2012). *Persona Sociedad y Estado.* Recuperado de  
[http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb\\_publicaciones/libro\\_cultura\\_tributaria\\_edicion\\_2012\\_%201.pdf](http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_%201.pdf)

SUNAT (2012). *Financiamiento Público.* Recuperado de  
[http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb\\_publicaciones/libro\\_cultura\\_tributaria\\_edicion\\_2012\\_2.pdf](http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_2.pdf)

SUNAT (2012). *Sistema Tributario.* Recuperado de  
[http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb\\_publicaciones/libro\\_cultura\\_tributaria\\_edicion\\_2012\\_3.pdf](http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_3.pdf)

SUNAT (2012). *Historia de la Tributación en el Perú.* Recuperado de  
[http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb\\_publicaciones/libro\\_cultura\\_tributaria\\_edicion\\_2012\\_%204.pdf](http://cultura.sunat.gob.pe/images/documentos/lb_publicaciones/libro_cultura_tributaria_edicion_2012_%204.pdf)

Tapia, V. (2014). *La cultura tributaria y su incidencia en las obligaciones tributarias de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad de la ciudad de Macas* (Tesis para obtener el título de contador público). Universidad Católica de Cuenca, Ecuador.

Urcia, E. (2015). *La cultura Tributaria.* (1ª. Ed.). Lima: Editor Entrelineas S.R.L.

Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis. Editorial Macro, Lima, Perú.

Vejarano, E. (2008). *Por una nueva cultura tributaria.* Revista Análisis Tributarios.

Villegas, H. (2012). *Curso de Finanzas, Derecho Tributario y Financiero*. Tomo I - Buenos Aires, Argentina.

Zambrano, K. (2015). *Análisis de la cultura tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto en el Estado de Carabobo*. (Tesis para obtener el título de contador público). Universidad de Carabobo, Venezuela.

Zans, W. (2010), *Contabilidad básica*. Editorial San Marcos. Primera Edición. Lima, Perú.

## **ANEXOS**

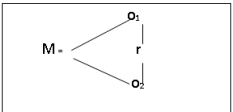
## Anexo 01: Matriz de consistencia

**TÍTULO:** Cultura tributaria y obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la <b>conciencia tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la <b>educación cívica tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la <b>difusión y orientación tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación entre la cultura tributaria y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Establecer la relación entre la <b>conciencia tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p> <p>Establecer la relación entre la <b>educación cívica tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p> <p>Establecer la relación entre la <b>difusión y orientación tributaria</b> y las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La cultura tributaria se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p><b>La conciencia tributaria</b> se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p> <p><b>La educación cívica tributaria</b> se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018</p> <p><b>La difusión y orientación tributaria</b> se relaciona significativamente con las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.</p>	<p><b>Variable 1:</b></p> <p><b>Cultura tributaria</b></p> <p>Conciencia tributaria</p> <p>Educación cívica tributaria</p> <p>Difusión y orientación tributaria</p> <p><b>Variable 2:</b></p> <p><b>Obligaciones tributarias</b></p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <p>Sanciones e infracciones</p> <p>Tributos</p> <p>Administración tributaria</p>



## Anexo 02: Matriz de Operacionalización

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR
<p>TIPO: Investigación Aplicada</p> <p>NIVEL: Descriptivo Correlacional</p> <p>DISEÑO: No experimental</p>  <p>Dónde:</p> <p>M: Muestra: Comerciantes</p> <p>O1: Variable: Cultura tributaria</p> <p>O2: Variable: Obligaciones tributarias</p> <p>r: Relación</p> <p>MÉTODO:</p> <p>Hipotético deductivo con enfoque cuantitativo.</p>	<p><b>POBLACIÓN:</b></p> <p>Estará conformada por 135 comerciantes de la asociación de comerciantes del Megamercado "UNICACHI" Comas 2018</p> <p><b>TIPO DE MUESTRA:</b></p> <p>Probabilístico aleatorio simple</p> <p><b>TAMAÑO DE MUESTRA:</b></p> <p>Estará conformada por 100 comerciantes del Megamercado "UNICACHI" Comas 2018</p>	<p><b>TÉCNICA:</b></p> <p><b>Técnica de la encuesta.</b></p> <p><b>INSTRUMENTO:</b></p> <p>Cuestionario sobre cultura tributaria y obligaciones tributarias</p>	<p><b>DESCRIPTIVA:</b> - Tablas de frecuencia - Figuras estadísticas</p> <p><b>INFERENCIAL:</b></p> <p>Se utilizará el coeficiente de correlación Rho de Spearman.</p>

### Anexo 03: Matriz de Operacionalización de la Variable 1: Infracciones tributarias

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Nivel y Rango
Conciencia tributaria	Normas tributarias Servicios públicos Cumplimiento pago de tributos Motivación	1 al 8	1. No (1) 2. Si (2)	Bajo (22-39) Medio (30-37) Alto (38-44)
Educación cívica tributaria	Cursos tributarios Valores actividades	9 al 15		
Difusión y orientación tributaria	Transparencia Presupuesto Rendición de cuentas Charlas Sunat	16 al 22		

### Operacionalización de la variable 2: Obligaciones tributarias

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Nivel y Rango
Sanciones e infracciones	Conocimientos de prácticas ilegales Información no registrada Elusión tributaria Conocimientos de las sanciones tributarias	1 al 10	1. No 2. Si	Bajo (22-29)
Tributos	Tasas Impuestos contribuciones	11 al 15		Medio (30-37)
Administración tributaria	Recaudación de tributos Fiscalización tributaria Pago de tributos	16 al 22		Alto (38-44)



## Anexo 04: Instrumentos

### CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

#### DATOS GENERALES:

Sexo: M ☐ F ☐

Edad: .....

#### INSTRUCCIONES:

Estimado comerciante, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar información para medir la cultura tributaria en la asociación de comerciantes del Megamercado "UNICACHI" Comas 2018.

Lee detenidamente cada una de las preguntas y marca dentro de los recuadros sólo un aspa (**x**). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

MARCA UNA (X) EN EL RECUADRO TU RESPUESTA SEGÚN LA SIGUIENTE ESCALA DE VALORES:

SI =2	NO=1
-------	------

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CULTURA TRIBUTARIA

	Dimensiones /ítems		
Dimensión 1: Conciencia tributaria		SI	NO
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.		
2	Los servicios públicos que brinda el Estado son buenos.		
3	Los servicios públicos no satisfacen plenamente a las necesidades de la población.		
4	La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro.		
5	Se siente desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
6	Se siente motivado para cumplir con el pago de sus tributos.		

7	Si los demás comerciantes no pagan Ud. tampoco.		
8	Cree Ud. Que hay malversación de fondos públicos por parte del Estado.		
<b>Dimensión 2: Educación cívica tributaria</b>			
9	Considera que en las instituciones educativas se deben dar cursos de educación cívica tributaria.		
10	Considera que la educación cívica tributaria brinda conocimientos para que la población conozca sus deberes y obligaciones tributarias.		
11	Considera que los comerciantes de la asociación presentan valores tributarios.		
12	Considera que es necesario tener una educación cívica tributaria en la asociación de comerciantes Sagrado Corazón de Jesús para transmitir valores morales a los comerciantes y clientes.		
13	La falta de honradez de algunos comerciantes no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.		
15	En la asociación Sagrado Corazón de Jesús se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.		
<b>Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria</b>			
16	Considera que se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.		
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria		
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar.		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar		
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT		
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT		



## Anexo 05: Cuestionario sobre obligaciones tributarias

### DATOS GENERALES:

Sexo: M ☐ F ☐

Edad:.....

### INSTRUCCIONES:

Estimado comerciante, el presente cuestionario, tiene el propósito de recopilar información para medir las obligaciones tributarias en la asociación de comerciantes del Megamercado “UNICACHI” Comas 2018.

Lee detenidamente cada una de las preguntas y marca dentro de los recuadros sólo un aspa (x). Estas respuestas son anónimas, y no es necesario que pongas tu nombre, por lo que pedimos sinceridad en tu respuesta.

MARCA UNA (X) EN EL RECUADRO TU RESPUESTA SEGÚN LA SIGUIENTE ESCALA DE VALORES:

SI =2	NO=1
-------	------

### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

	Dimensiones /ítems		
	Dimensión 1: Sanciones e infracciones	SI	NO
1	La administración tributaria aplica gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.		
2	Comercializa mercadería pirata		
3	Su negocio entrega comprobantes de pago.		
4	Lleva libros contables sobre los ingresos y egresos de su negocio.		
5	La asociación Megamercado “UNICACHI” cuenta con licencia de funcionamiento.		
6	Omite el registro de algunos comprobantes que son irrelevantes para Ud..		
7	Omite declarar ingresos por ventas realizadas.		

<b>8</b>	Como contribuyente busca evitar el pago de tributos.		
<b>9</b>	Falsea declaración jurada mensual o anual para dejar de pagar sus tributos.		
<b>10</b>	Tiene conocimiento de las sanciones tributarias que podría afectar a su negocio.		
<b>Dimensión 2: Tributos</b>			
<b>11</b>	Considera que la tasa de pago de tributos es alta.		
<b>12</b>	Los impuestos municipales en el distrito de San Juan de Lurigancho son excesivos.		
<b>13</b>	Considera que la contribución que realiza como contribuyente es excesivo.		
<b>14</b>	Considera Ud. Que el Estado utiliza correctamente sus tributos en la ejecución de obras públicas.		
<b>15</b>	Considera Ud. Que el gobierno debe informar el destino que se da a la contribución de tributos.		
<b>Dimensión 3: Administración tributaria</b>			
<b>16</b>	La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro público.		
<b>17</b>	Considera que el Estado debe informar el destino que se da a la recaudación de tributos.		
<b>18</b>	Considera que se debe tener mayor fiscalización por parte de la administración tributaria.		
<b>19</b>	Ha sido Ud. Sujeto de fiscalización por funcionarios de la SUNAT este año.		
<b>20</b>	Considera Ud. Que se debe tener mayor control de los comerciantes informales.		
<b>21</b>	Considera Ud. Que debe existir simplificación de procedimientos administrativos.		
<b>22</b>	Es responsable en el pago de sus tributos.		

## Anexo 06: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la cultura tributaria

### CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

SI= 2 NO= 1

Dimensiones /items			
Dimensión 1: Conciencia tributaria		SI	NO
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.	X	
2	Los servicios públicos que brinda el Estado son buenos.	X	
3	Los servicios públicos no satisfacen plenamente a las necesidades de la población.	X	
4	La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro.	X	
5	Se siente desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos.	X	
6	Se siente motivado para cumplir con el pago de sus tributos.	X	
7	Si los demás comerciantes no pagan Ud. tampoco.	X	
8	Cree Ud. Que hay malversación de fondos públicos por parte del Estado.	X	
Dimensión 2: Educación cívica tributaria			
9	Considera que en las instituciones educativas se deben dar cursos de educación cívica tributaria.	X	
10	Considera que la educación cívica tributaria brinda conocimientos para que la población conozca sus deberes y obligaciones tributarias.	X	
11	Considera que los comerciantes de la asociación presentan valores tributarios.	X	
12	Considera que es necesario tener una educación cívica tributaria en la asociación de comerciantes Sagrado Corazón de Jesús para transmitir valores morales a los comerciantes y clientes.	X	
13	La falta de honradez de algunos comerciantes no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.	X	
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.	X	
15	En la asociación Sagrado Corazón de Jesús se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.	X	
Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria			
16	Considera que se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.	X	
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.	X	
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria	X	
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar.	X	
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar	X	
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT	X	
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT	X	



**CUESTIONARIO SOBRE OBLIGACIONES TRIBUTARIA**  
**Marque usted el numeral que considere la escala siguiente**

SI= 2 NO= 1

Dimensiones /ítems		SI	NO
<b>Dimensión 1: Sanciones e infracciones</b>			
1	La administración tributaria aplica gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.	X	
2	Comercializa mercadería pirata	X	
3	Su negocio entrega comprobantes de pago.	X	
4	Lleva libros contables sobre los ingresos y egresos de su negocio.	X	
5	La asociación Sagrado Corazón de Jesús cuenta con licencia de funcionamiento.	X	
6	Omite el registro de algunos comprobantes que son irrelevantes para Ud..	X	
7	Omite declarar ingresos por ventas realizadas.	X	
8	Como contribuyente busca evitar el pago de tributos.	X	
9	Falsea declaración jurada mensual o anual para dejar de pagar sus tributos.	X	
10	Tiene conocimiento de las sanciones tributarias que podría afectar a su negocio.	X	
<b>Dimensión 2: Tributos</b>			
11	Considera que la tasa de pago de tributos es alta.	X	
12	Los impuestos municipales en el distrito de San Juan de Lurigancho son excesivos.	X	
13	Considera que la contribución que realiza como contribuyente es excesivo.	X	
14	Considera Ud. Que el Estado utiliza correctamente sus tributos en la ejecución de obras públicas.	X	
15	Considera Ud. Que el gobierno debe informar el destino que se da a la contribución de tributos.	X	
<b>Dimensión 3: Administración tributaria</b>			
16	La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro público.	X	
17	Considera que el Estado debe informar el destino que se da a la recaudación de tributos.	X	
18	Considera que se debe tener mayor fiscalización por parte de la administración tributaria.	X	
19	Ha sido Ud. Sujeto de fiscalización por funcionarios de la SUNAT este año.	X	
20	Considera Ud. Que se debe tener mayor control de los comerciantes informales.	X	
21	Considera Ud. Que debe existir simplificación de procedimientos administrativos.	X	
22	Es responsable en el pago de sus tributos.	X	

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:

*Richardson Pelly, Nelson*

DNI: *07579376*

Especialidad del validador: *Docto en Contables*

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

## Anexo 07: Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la cultura tributaria

### CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA

SI= 2 NO= 1

Dimensiones /items		SI	NO
<b>Dimensión 1: Conciencia tributaria</b>			
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.		
2	Los servicios públicos que brinda el Estado son buenos.		
3	Los servicios públicos no satisfacen plenamente a las necesidades de la población.		
4	La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro.		
5	Se siente desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
6	Se siente motivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
7	Si los demás comerciantes no pagan Ud. tampoco.		
8	Cree Ud. Que hay malversación de fondos públicos por parte del Estado.		
<b>Dimensión 2: Educación cívica tributaria</b>			
9	Considera que en las instituciones educativas se deben dar cursos de educación cívica tributaria.		
10	Considera que la educación cívica tributaria brinda conocimientos para que la población conozca sus deberes y obligaciones tributarias.		
11	Considera que los comerciantes de la asociación presentan valores tributarios.		
12	Considera que es necesario tener una educación cívica tributaria en la asociación de comerciantes Sagrado Corazón de Jesús para transmitir valores morales a los comerciantes y clientes.		
13	La falta de honradez de algunos comerciantes no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.		
15	En la asociación Sagrado Corazón de Jesús se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.		
<b>Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria</b>			
16	Considera que se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.		
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria		
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar.		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar		
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT		
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT		

**CUESTIONARIO SOBRE OBLIGACIONES TRIBUTARIA**  
**Marque usted el numeral que considere la escala siguiente**

SI= 2 NO= 1

Dimensiones / ítems		SI	NO
<b>Dimensión 1: Sanciones e infracciones</b>			
1	La administración tributaria aplica gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.		
2	Comercializa mercadería pirata		
3	Su negocio entrega comprobantes de pago.		
4	Lleva libros contables sobre los ingresos y egresos de su negocio.		
5	La asociación Sagrado Corazón de Jesús cuenta con licencia de funcionamiento.		
6	Omite el registro de algunos comprobantes que son irrelevantes para Ud..		
7	Omite declarar ingresos por ventas realizadas.		
8	Como contribuyente busca evitar el pago de tributos.		
9	Falsea declaración jurada mensual o anual para dejar de pagar sus tributos.		
10	Tiene conocimiento de las sanciones tributarias que podría afectar a su negocio.		
<b>Dimensión 2: Tributos</b>			
11	Considera que la tasa de pago de tributos es alta.		
12	Los impuestos municipales en el distrito de San Juan de Lurigancho son excesivos.		
13	Considera que la contribución que realiza como contribuyente es excesivo.		
14	Considera Ud. Que el Estado utiliza correctamente sus tributos en la ejecución de obras públicas.		
15	Considera Ud. Que el gobierno debe informar el destino que se da a la contribución de tributos.		
<b>Dimensión 3: Administración tributaria</b>			
16	La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro público.		
17	Considera que el Estado debe informar el destino que se da a la recaudación de tributos.		
18	Considera que se debe tener mayor fiscalización por parte de la administración tributaria.		
19	Ha sido Ud. Sujeto de fiscalización por funcionarios de la SUNAT este año.		
20	Considera Ud. Que se debe tener mayor control de los comerciantes informales.		
21	Considera Ud. Que debe existir simplificación de procedimientos administrativos.		
22	Es responsable en el pago de sus tributos.		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFFICIENCIA  
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:  
COSTA CASANO, PEDRO  
 DNI: 09925834  
 Especialidad del validador: DA EN ADMINISTRACIÓN

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.  
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



# **CUESTIONARIO SOBRE CULTURA TRIBUTARIA**

SI= 2 NO= 1

Dimensiones /items		SI	NO
<b>Dimensión 1: Conciencia tributaria</b>			
1	Cumple como contribuyente con las normas tributarias.		
2	Los servicios públicos que brinda el Estado son buenos.		
3	Los servicios públicos no satisfacen plenamente a las necesidades de la población.		
4	La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro.		
5	Se siente desmotivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
6	Se siente motivado para cumplir con el pago de sus tributos.		
7	Si los demás comerciantes no pagan Ud. tampoco.		
8	Cree Ud. Que hay malversación de fondos públicos por parte del Estado.		
<b>Dimensión 2: Educación cívica tributaria</b>			
9	Considera que en las instituciones educativas se deben dar cursos de educación cívica tributaria.		
10	Considera que la educación cívica tributaria brinda conocimientos para que la población conozca sus deberes y obligaciones tributarias.		
11	Considera que los comerciantes de la asociación presentan valores tributarios.		
12	Considera que es necesario tener una educación cívica tributaria en la asociación de comerciantes Sagrado Corazón de Jesús para transmitir valores morales a los comerciantes y clientes.		
13	La falta de honradez de algunos comerciantes no es excusa para que otros dejen pagar tus tributos.		
14	La educación cívica tributaria puede generar una conciencia tributaria.		
15	En la asociación Sagrado Corazón de Jesús se realizan actividades para poseer una educación cívica tributaria.		
<b>Dimensión 3: Difusión y orientación tributaria</b>			
16	Considera que se cumple con Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública sobre el destino de los tributos que hacen los contribuyentes.		
17	El Estado tiene una función social y que debe rendir cuentas a los ciudadanos, sobre todo en el aspecto de los fondos que obtiene y en que son utilizados.		
18	Las actividades de la SUNAT procuran colaborar con la formación de una nueva cultura tributaria		
19	Ha recibido orientación sobre los tributos que tiene que pagar.		
20	Tiene conocimiento sobre los tributos que tiene que pagar		
21	Considera que es buena la difusión de transparencia que hace la SUNAT		
22	Alguna vez ha asistido a charlas que organiza la SUNAT		



# CUESTIONARIO SOBRE OBLIGACIONES TRIBUTARIA

Marque usted el numeral que considere la escala siguiente

SI= 2 NO= 1

Dimensiones /ítems		SI	NO
<b>Dimensión 1: Sanciones e infracciones</b>			
1	La administración tributaria aplica gradualmente las sanciones, en la forma y condiciones que ella establezca, mediante Resolución de Superintendencia o norma de rango similar.		
2	Comercializa mercadería pirata		
3	Su negocio entrega comprobantes de pago.		
4	Lleva libros contables sobre los ingresos y egresos de su negocio.		
5	La asociación Sagrado Corazón de Jesús cuenta con licencia de funcionamiento.		
6	Omite el registro de algunos comprobantes que son irrelevantes para Ud..		
7	Omite declarar ingresos por ventas realizadas.		
8	Como contribuyente busca evitar el pago de tributos.		
9	Falsea declaración jurada mensual o anual para dejar de pagar sus tributos.		
10	Tiene conocimiento de las sanciones tributarias que podría afectar a su negocio.		
<b>Dimensión 2: Tributos</b>			
11	Considera que la tasa de pago de tributos es alta.		
12	Los impuestos municipales en el distrito de San Juan de Lurigancho son excesivos.		
13	Considera que la contribución que realiza como contribuyente es excesivo.		
14	Considera Ud. Que el Estado utiliza correctamente sus tributos en la ejecución de obras públicas.		
15	Considera Ud. Que el gobierno debe informar el destino que se da a la contribución de tributos.		
<b>Dimensión 3: Administración tributaria</b>			
16	La administración pública es ineficiente en el manejo del Tesoro público.		
17	Considera que el Estado debe informar el destino que se da a la recaudación de tributos.		
18	Considera que se debe tener mayor fiscalización por parte de la administración tributaria.		
19	Ha sido Ud. Sujeto de fiscalización por funcionarios de la SUNAT este año.		
20	Considera Ud. Que se debe tener mayor control de los comerciantes informales.		
21	Considera Ud. Que debe existir simplificación de procedimientos administrativos.		
22	Es responsable en el pago de sus tributos.		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:

.....

DNI:.....

Especialidad del validador:.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

## Anexo 08: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

### Base de datos de cultura tributaria

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0
1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1
0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0
1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

### Confiabilidad de la variable cultura tributaria

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

KR-20	N de elementos
,820	22

## Base de datos de obligaciones tributarias

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1
1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1
1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1

## Confiabilidad de la variable obligaciones tributarias

### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	20	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

KR-20	N de elementos
,837	22

## Anexo 09: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

### Base de datos de cultura tributaria

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1
0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0
1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1
0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0
1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0
1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

### Confiabilidad de la variable cultura tributaria

#### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	22	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

KR-20	N de elementos
,820	22



## Base de datos de obligaciones tributarias

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1
1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1
1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1
1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1
1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1

## Confiabilidad de la variable obligaciones tributarias

### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	20	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

KR-20	N de elementos
,837	22

## Anexo 10: Base de datos de las variables de estudio

CULTURA TRIBUTARIA																						
N°	Conciencia tributaria								Educación cívica tributaria							Difusión y orientación tributaria						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0
3	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1
4	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
5	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1
6	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0
7	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0
8	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
9	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
10	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1
11	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
12	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
13	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0
14	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0
15	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
16	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0
17	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
19	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0
22	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1
23	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1
24	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
25	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1
26	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1
27	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1
28	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0
29	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1
30	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1
31	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0
32	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0
33	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0
34	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1
35	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1
36	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
37	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0
38	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1
39	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
40	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
41	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0
42	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1
43	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1
44	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1
45	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1
46	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1
47	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
48	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1
49	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0
50	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1

51	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
52	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0
53	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
54	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0
55	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1
56	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
57	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1
58	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1
59	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
60	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
61	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
62	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0
63	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1
64	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0
65	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0
66	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0
67	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1
68	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0
69	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
70	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
71	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0
72	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1
73	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0
74	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
75	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1
76	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0
77	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1
78	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0
79	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
80	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
81	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1
82	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1
83	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0
84	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
85	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
86	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0
87	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1
88	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1
89	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0
90	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0
91	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0
92	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0
93	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1
94	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1
95	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1
96	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1
98	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0
99	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1
100	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS																						
N°	Sanciones e infracciones										Tributos					Administración tributaria						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
3	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
5	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
6	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0
7	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
8	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1
9	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
10	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
11	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
12	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
13	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
14	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1
15	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
16	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1
17	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
21	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0
22	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
23	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0
24	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
25	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1
26	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0
27	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
28	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
29	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1
30	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0
31	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0
32	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0
33	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0
34	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
35	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1
36	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1
37	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0
38	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1
39	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0
40	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1
41	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0
42	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1
43	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
44	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
45	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
46	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1
47	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
48	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1
49	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0
50	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0

51	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
52	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1
53	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
54	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
55	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1
56	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0
57	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
58	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0
59	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
60	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1
61	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1
62	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1
63	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1
64	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1
65	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1
66	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0
67	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0
68	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
69	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
70	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
71	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0
72	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0
73	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1
74	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
75	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1
76	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0
77	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0
78	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1
79	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1
80	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0
81	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
82	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1
83	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1
84	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1
85	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
86	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1
87	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0
88	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
89	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0
90	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0
91	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1
92	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0
93	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1
94	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0
95	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
96	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1
97	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1
98	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1
99	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
100	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1

## Anexo 11: Consentimiento informado

ACSPU

ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO

"UNICACHI"

Lima, 01 de Octubre del 2018

Señores:

Universidad Privada Telesup

Presente-

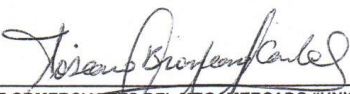
Atención: Dr. Anaximandro Perales Sánchez (Vicerrector Académico)

De nuestra mayor consideración

Asociación de Comerciante San Pedro de Unicachi (Asociación de Comerciantes del Megamercado "UNICACHI") identificado con RUC 20456523278 con domicilio AV. ALFREDO MENDIOLA NRO. 7810 URB. PRO INDUSTRIAL - COMAS, representada por su **Presidente Toscano Broncano Carlos Cesar** con DNI 43470074, expreso lo siguiente:

Damos consentimiento para que la Srta. KARIM ORIELE CALDERON DIAZ identificada con DNI, 45356829 pueda obtener información de nuestra asociación para el desarrollo de su tesis.

Sin otro particular.

  
ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MEGAMERCADO "UNICACHI"  
TOSCANO BRONCANO CARLOS CESAR  
PRESIDENTE

  
07/10/2018