



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA
INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LOS
MERCADOS DE LA ZONA NORTE DE LIMA
METROPOLITANA-2019**

**PRESENTADO POR
GUADAMUR BAUTISTA HOLGER ARMANDO
MAYORGA MANCO SHEYLA LAURA**

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

LIMA – PERÚ

2022



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA
INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE
LA ZONA NORTE DE LIMA METROPOLITANA-2019**

TESIS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

**GUADAMUR BAUTISTA HOLGER ARMANDO
MAYORGA MANCO SHEYLA LAURA**

LIMA – PERÚ

2022

**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA
INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE
LA ZONA NORTE DE LIMA METROPOLITANA – 2019.**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESORA:

Ma. ARLENE PRADO AYALA

MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE:

Dr. JUAN AMADEO ALVA GÓMEZ

SECRETARIA:

Dra. MARIA EUGENIA VASQUEZ

MIEMBRO DE JURADO:

Dr. SABINO TALLA RAMOS

DEDICATORIA:

A nuestros padres por su apoyo perenne e incondicional, quiénes nos formaron con valores éticos y morales; a nuestros abuelos y tíos que partieron a la gloria de Dios y que desde allí guían nuestros pasos para lograr nuestros objetivos profesionales y personales.

AGRADECIMIENTO

Nuestro grato agradecimiento a la Universidad de San Martín de Porres, en particular a la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Financieras y a los catedráticos por haber influido en nuestra formación profesional y personal a lo largo de nuestra vida universitaria. A nuestros asesores de tesis por el apoyo ininterrumpido y por absolver una serie de dudas en materia del presente trabajo. A todos los comerciantes que trabajan en los mercados, zona norte de Lima Metropolitana por habernos facilitado información necesaria para el desarrollo de la presente tesis y por ser condescendiente con nosotros.

ÍNDICE

PORTADA	i
TÍTULO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad Problemática.....	1
Delimitaciones	4
Delimitación espacial	4
Delimitación temporal.....	5
Delimitación social	5
Delimitación conceptual	5
1.2 Formulación del Problema	5
1.2.1 Problema principal	5
1.2.2 Problemas secundarios.....	5
1.3 Objetivos de la Investigación	6
1.3.1 Objetivo principal	6
1.3.2 Objetivos secundarios.....	6
1.4 Justificación de la Investigación.....	6
1.4.1 Importancia	7
1.4.2 Viabilidad de estudio	7
1.5 Limitaciones de estudio	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes de la Investigación	8
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	8
2.1.2. Antecedentes Internacionales	11
2.2 Bases Teóricas	13
2.2.1 Cultura Tributaria	13
2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria	15

2.2.1.2	Objetivo de la cultura tributaria	16
2.2.1.3	¿Qué es el tributo?	18
2.2.1.4	¿Qué es impuesto?	18
2.2.1.5	¿Para qué sirven los impuestos?	18
2.2.1.6	¿Qué es la contribución?	19
2.2.1.7	¿Qué es la tasa?	19
2.2.1.8	Medidas para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias	20
2.2.2	La Informalidad	21
2.2.2.1	Informalidad Empresarial	22
2.2.2.2	Causas de la Informalidad	24
2.2.2.3	Consecuencias de la Informalidad	25
2.2.2.4	Informalidad Laboral	27
2.3	Definiciones de Términos Básicos	31
CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES		34
3.1	Formulación de Hipótesis	34
3.1.2	Hipótesis Principal.....	34
3.1.3	Hipótesis Secundarias	34
3.2	Operacionalización de las variables.....	35
3.2.1	Cultura Tributaria	35
3.2.2	Informalidad	36
CAPÍTULO IV METODOLOGÍA.....		37
4.1	Diseño Metodológico.....	37
4.1.1	Nivel de Investigación	37
4.1.2	Estrategias o procedimiento de contrastación de hipótesis	37
4.2	Población y Muestra.....	40
4.2.1	Población.....	40
4.2.2	Muestra.....	40
4.3	Técnicas de Recolección de Datos.	41
4.3.1	Descripción de los Instrumentos.....	41
4.3.2	Procedimientos de Comparación de la Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.	42
4.4.	Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información.....	43

4.5. Aspectos Éticos.....	44
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	45
5.1 Presentación.....	45
5.2 Interpretación de resultados	46
5.2.1 Variable Independiente X: Cultura Tributaria	46
5.2.2 Variable Dependiente Y: Informalidad.....	53
5.3 Contrastación de hipótesis.....	60
5.3.1. Hipótesis Principal.....	60
5.3.2. Hipótesis Secundaria (a).....	63
5.3.3. Hipótesis Secundaria (b).....	66
5.3.4. Hipótesis Secundaria (c).....	68
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
6.1 Discusión	72
6.2. Conclusiones	75
6.3. Recomendaciones	76
FUENTES DE INFORMACIÓN	77
ANEXO N° 1 - Matriz de Consistencia	84
ANEXO 2 - Encuesta	85
ANEXO 3 - Cálculo del alfa de Cronbach.....	90

RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación fue determinar de qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana – 2019 en donde se pretendió demostrar la importancia que tiene la cultura tributaria frente a la informalidad; de esta manera, evidenciar que el Estado es recíproco con el destino de los impuestos recaudados.

La recolección de datos se desarrolló mediante la técnica de la encuesta, a fin de percibir la opinión de los comerciantes sobre repercusión de la cultura tributaria en la informalidad; de esa manera, obtener información sobre el nivel de cultura tributaria y la percepción de tributación que poseen los comerciantes de los mercados.

En la presente investigación, la población estuvo conformada por 152 comerciantes y la muestra de estudio por 38, cuyo método de muestreo ha sido el no probabilístico. La interpretación y análisis de la información ha sido realizada por la estadística descriptiva utilizando el SPSS 26, versión en español, cuyos resultados se presentan mediante tablas y gráficos estadísticos en el desarrollo de la presente investigación. Además, se han comprobado las hipótesis planteadas tanto la general como las específicas, las mismas que fueron base para las recomendaciones.

La tesis se realizó investigando diferentes libros, revistas, artículos y páginas web que fueron base para conocer más a profundidad sobre el tema de investigación.

Palabras clave: Cultura tributaria, comerciantes, obligaciones tributarias, conocimiento tributario, informalidad.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine how the Tax Culture affects the Informality of Traders in the markets of the northern area of Metropolitan Lima - 2019, in which it was intended to demonstrate the importance of the tax culture against informality; in this way, to show that the government is reciprocal with the destination of the taxes collected.

The data collection was developed through the survey technique, in order to perceive the opinion of traders on the impact of tax culture on informality; thus, to obtain information on the level of tax culture and the perception of taxation that market traders have.

In this research, the population consisted of 152 merchants and the study sample consisted of 38 merchants, whose sampling method was non-probabilistic. The interpretation and analysis of the information has been carried out by descriptive statistics using SPSS 26, Spanish version, whose results are presented in tables and statistical graphs in the development of this research. In addition, the hypotheses proposed, both general and specific, have been tested, which were the basis for the recommendations.

The thesis was carried out by researching different books, journals, articles and web pages that were the basis to know more in depth about the research topic.

Key words: Tax culture, businessmen, tax obligations, tax knowledge, informality.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolla para apreciar la importancia de la cultura tributaria y su incidencia en la informalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana; enfatizando el análisis socioeconómico, el impacto en el desarrollo y crecimiento económico emergentes de nuestro país. Según **Luna** (2019) en el caso de Perú, el 83.3% de los 5,9 millones de microempresas, las pequeñas empresas operan de manera informal, lo que refleja que efectivamente nuestra economía local se está escapando de control de la administración tributaria y de las estadísticas fiscales, por lo que conducen a la evasión tributaria.

La cultura tributaria se relaciona con el comportamiento, la conciencia y la educación tributaria; además que ésta conduce al cumplimiento de las obligaciones tributarias. En ese orden de ideas, en la zona norte de Lima Metropolitana existen mercados que ofrecen productos de primera necesidad, además de abarrotes y una variedad de instrumentos para el hogar; sin embargo, según la mayoría de consumidores finales (clientes) afirman que no reciben ningún tipo de comprobante de pago por las compras que realizan; lo que nos lleva a la conclusión de que, los comerciantes o son informales, o no entregan los comprobantes de pago por decisión. Por ello, el presente trabajo de investigación busca determinar si la cultura tributaria incide en la informalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana en el año 2019.

La investigación ha sido desarrollada en los siguientes capítulos:

Capítulo I, planteamiento del problema que contiene la descripción de la realidad problemática, además se plantea la formulación del problema; así mismo, se indican los objetivos de la investigación, los motivos que justifican la realización de este estudio y su importancia, también se indican las limitaciones que hemos encontrado en el proceso de investigación y su viabilidad de la misma.

Capítulo II, marco teórico, constituido por los antecedentes de la investigación en el que se desarrolla el análisis de la variable independiente y dependiente a nivel nacional e internacional, las bases teóricas y las definiciones de términos básicos.

Capítulo III, hipótesis y variables, comprende la formulación de la hipótesis general y de las específicas, así como también la operacionalización de las variables.

Capítulo IV, la metodología, contiene el diseño metodológico, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, las técnicas de procesamiento de la información de la investigación y los aspectos éticos que enmarcan la presente investigación.

Capítulo V, los resultados obtenidos de la investigación y su consecuente interpretación de la encuesta ejecutada a la muestra; así mismo, la contrastación de las hipótesis.

Por último, **Capítulo VI**, se indica la discusión de los resultados obtenidos, las conclusiones que se ha logrado a través de la investigación y las recomendaciones propuestas.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad Problemática

A nivel internacional, los Estados tienen por obligación proveer a la sociedad un conjunto determinado de bienes y servicios públicos con el único fin de promover el bienestar social general. Para cumplir dichas responsabilidades, es necesario obtener niveles significativos de ingresos fiscales; por ello, resulta crucial comprender cuáles son los inconvenientes más comunes que enfrentan los gobiernos al momento de la recaudación de impuestos. Es pertinente precisar que, el problema fundamental y el más común radica en la falta de concientización tributaria; que, en suma, no es más que educar ciudadanos responsables en materia tributaria y con principios éticos. A falta de cultura tributaria en la sociedad, el camino más accesible para el emprendedor es la informalidad, estimar su tamaño de esta variable no resulta nada sencillo debido a que se encuentra separada del marco legal que lo regula, “las personas y empresas que participan en la economía informal suelen operar en pequeña escala. Por eso, no hay estadísticas oficiales sobre la economía informal o paralela, de modo que los economistas deben estimar su tamaño.” (Blog Dialogo a Fondo, 2019).

Los países más desarrollados tienden a una mayor cultura tributaria; en pocas palabras, son más responsables con el cumplimiento de sus obligaciones como ciudadanos. Al respecto **García (2017)** describe que la cultura tributaria está compuesta por dos aspectos: Legal e Ideológico, el primero aborda el riesgo real de ser inspeccionado, vinculado y sancionado por incumplimiento; y el segundo, aborda la creencia de la población de que los recursos proporcionados se están utilizando correctamente.

Por lo expuesto, se deduce que, en el aspecto legal, el contribuyente se siente bajo presión en todo momento; mientras que el siguiente aspecto, denota la mutualidad que existe entre ciudadano y Estado.

Los contribuyentes al no cumplir con las obligaciones tributarias no obtienen ningún beneficio ni se acogen a exenciones contempladas en la Ley; además, incurren en la evasión tributaria. Sobre la base de tales hechos punibles, los que resultan perjudicados finalmente es la sociedad en general debido a que el Estado de manera intrínseca e indirecta tiene el deber de devolver los tributos recaudados. Ejemplos de la llamada inversión pública son; mantenimiento y construcción de carreteras, hospitales con tecnología de punta, colegios con equipos informáticos de última generación, parques y jardines totalmente renovados, mejoras en la infraestructura y sueldos de la plana docente de maestros, mejora en la calidad de servicio en el sector salud, mejora en la seguridad ciudadana, abastecimiento de agua potable, etcétera. Ahora bien, desde el punto de vista contrario donde el Estado de no disponer con los recursos suficientes para satisfacer las necesidades públicas, muchas de estas inversiones son postergadas y a veces jamás concluidas.

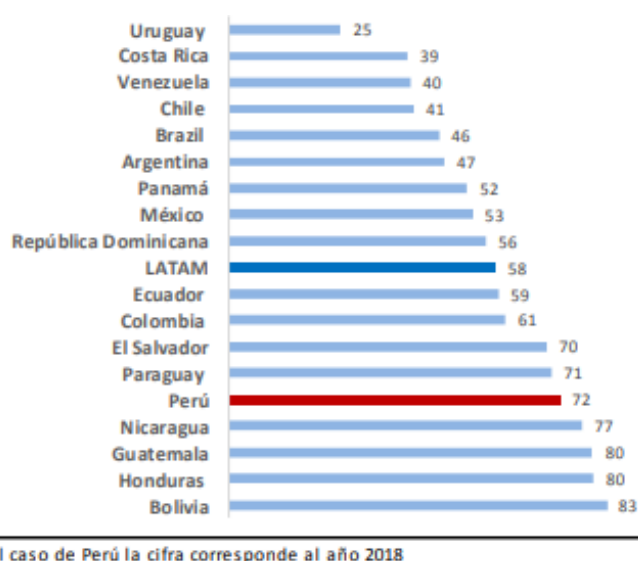
En el Perú, la mayoría de contribuyentes constituyen sus empresas, pero un buen porcentaje de estos carecen de educación cívica y tributaria; predominantemente, los comerciantes que son informales no están comprendidos en un régimen tributario ya sea por razones de desconocimiento, la inexistencia de reciprocidad entre el contribuyente y el fisco, miedo a que su rentabilidad disminuya, miedo a pagar los tributos por la baja de sus ingresos, etcétera. “La informalidad impide el crecimiento de la recaudación fiscal, atenta contra la competitividad, la productividad y agudiza la precariedad empresarial”. (Verona, 2018).

Los comerciantes por carecer de una educación tributaria adecuada temen a la formalización, que a la vez acarrea altos costos en trámites administrativos que por su lado son largos y complejos. Por otro lado, la formalidad tiene ventajas muy tentadoras, dentro de ellas está; generar un excelente historial crediticio, el cumplimiento de contratos, el acceso a instituciones financieras formales para obtener crédito y diversificar riesgo y lo más primordial, la viabilidad de expandirse a mercados fuera del país. **Loayza** describe que: “la pertenencia al sector formal también elimina la posibilidad de pago de sobornos, pago de multas e impuestos que normalmente enfrentan las empresas que operan en el sector informal. (p.50).

Esto quiere decir, que pertenecer al sector formal puede erradicar pagos innecesarios de multas y otros conceptos sancionables por la autoridad competente para las empresas que operan bajo la sombra de la informalidad. La informalidad es predominante cuando los contribuyentes no se sienten protegidos por el Estado.

Las empresas informales están estrechamente relacionadas con la informalidad laboral; por ejemplo, un vendedor de abarrotes informal que tiene trabajadores a su cargo, son trabajadores informales debido a que no perciben ningún beneficio laboral reglamentado por Ley por la misma naturaleza de informalidad del vendedor de abarrotes; desde otra perspectiva, existen empresas debidamente formales que mantienen a sus trabajadores con las mismas condiciones descritas líneas arriba, dando lugar a la informalidad mixta (empresas formales con trabajadores informales y empresas informales con trabajadores informales).

Gráfico 1
Tasa de Informalidad Laboral en Latinoamérica.



Fuente: OIT, INEI

Elaboración: Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de ADEX

En el gráfico 1 se muestra la tasa de informalidad laboral en Latinoamérica donde Perú ocupó el puesto 72 en el año 2018 en el rango de 112 países, pero si observamos solo a los países latinoamericanos, nos encontramos entre los últimos lugares de América Latina.

La cultura tributaria va a lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y de alguna manera contrarrestar ese desinterés por parte de los contribuyentes. La cultura tributaria se implementará mediante capacitaciones, charlas y orientaciones, los cuales promoverán un mayor nivel de conciencia tributaria. Asumir la tributación como un compromiso que forma parte de sus deberes y derechos como miembros integrantes de una sociedad va a permitir al país disminuir los elevados índices de informalidad. Por tal razón, este trabajo de investigación busca determinar si la cultura tributaria incide en los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana-2019. A continuación, con fines metodológicos fue delimitada en los siguientes aspectos.

Delimitaciones:

Delimitación espacial

El estudio de la tesis se desarrolló en la zona norte de Lima Metropolitana.

Delimitación temporal

El desarrollo de la investigación abarca el periodo 2019.

Delimitación social

El presente trabajo se enfoca en los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Delimitación conceptual

Está definido por los acontecimientos de dos aspectos fundamentales como es la cultura tributaria y la informalidad, los cuales nos permitirá conocer la existencia de una cultura apropiada y lo que ello acarrea en los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019?

1.2.2 Problemas secundarios

a) ¿En qué medida la Educación Tributaria influye en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019?

b) ¿De qué forma el cumplimiento de Normas Tributarias contribuyen en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019?

c) ¿De qué manera la Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo principal

Determinar de qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

1.3.2 Objetivos secundarios

a) Demostrar en qué medida la Educación Tributaria influye en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

b) Evidenciar de qué forma el cumplimiento de Normas Tributarias contribuyen en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

c) Determinar de qué manera la Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

1.4 Justificación de la Investigación

El presente trabajo se propone debido a que existe una gran deficiencia de cultura tributaria en los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana, derivando a que éstos persigan el camino más fácil llamado “Informalidad” y sin darse cuenta caen también en la evasión tributaria, el cual tiene un gran impacto negativo en el crecimiento socioeconómico del país debido a que reduce la recaudación tributaria. Por lo que la presente tesis está direccionada a que dichos comerciantes y emprendedores posean una fuerte conciencia y cultura tributaria global e integral con el fin de lograr el pago voluntario de sus obligaciones tributarias de una manera ordenada y sencilla; Así mismo, el cumplimiento de estas obligaciones y la consecuente formalización de los comerciantes generarán un mayor empleo formal.

1.4.1 Importancia

La presente investigación es de vital importancia porque ofrecerá detalles estratégicos y útiles para la inclusión a la formalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana, además servirá como un vehículo para el desarrollo de una sólida conciencia tributaria. En ese sentido, las bondades de esta investigación radican en brindar un aporte a la Administración Tributaria con el único fin de potenciar la toma de decisiones en la implementación de estrategias y de mecanismos apropiados una vez ya conocida la realidad de los comerciantes, a fin de que las personas inmersas en los emprendimientos, materia de la presente investigación, cumplan con sus obligaciones tributarias oportunamente y alcanzar una mayor base tributaria contributiva.

1.4.2 Viabilidad de estudio

El proyecto de investigación es viable, ya que se contó con la asesoría de profesionales expertos en el tema planteado. De la misma manera, se dispuso con todos los medios y recursos para la obtención de información esencial para lograr los objetivos planteados; así como también, con disponibilidad de tiempo para realizar el estudio.

1.5 Limitaciones de estudio

Las limitaciones de la presente investigación han sido superadas, pese a la situación de la coyuntura actual, lo cual ha permitido utilizar todos los recursos económicos y humanos disponibles para realizarlo.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Vela (2017). “Cultura Tributaria y su Influencia en la Evasión de Impuestos de los Microempresarios en Lima Metropolitana años 2015-2016”. Para obtener el título profesional de Contadora Pública. Universidad Ricardo Palma.

La autora pretende obtener información mediante su instrumento “la encuesta” acerca del nivel de educación y cultura tributaria de los microempresarios de Lima Metropolitana y como estos afrontan los cambios en las normas y legislaciones tributarias vigentes; así como también, fiscalizaciones por parte de la Administración Tributaria. Ante estos acontecimientos emana la negatividad para confrontar dichas medidas por parte de los microempresarios, trayendo como consecuencia a que estos se inclinen por evadir impuestos. Es por ello, que se pretende demostrar cómo influye la cultura tributaria en la evasión de impuestos y demostrar a la sociedad que el destino de sus tributos recaudados por parte del Estado es invertido en servicios públicos.

La autora concluyó que los microempresarios de Lima Metropolitana carecen de Cultura Tributaria, por ello tienden a evadir impuestos. El presente planteamiento coincide con el tema propuesto, debido a que los comerciantes que emprenden en los mercados poseen limitada conciencia tributaria, lo que conlleva a que no cumplan sus obligaciones tributarias, no lleven registro de sus compras y ventas, contraten personal sin beneficios sociales; en suma, operan bajo la sombra de la informalidad.

Julcamoro - Machuca (2017). “Influencia de la Cultura Tributaria en la Evasión de Impuestos en los Comerciantes de las Galerías Arcángel Cajamarca 2017”. Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Contabilidad y Finanzas. Universidad Privada del Norte.

Los autores concluyen que la mayoría de los comerciantes de las Galerías Arcángel no tienen cultura tributaria, y que el 30.6% no evaden impuestos, pero de ellos el 28.2% no cuentan con cultura tributaria, sino que cumplen con pagar sus impuestos por obligación y tan solo el 2,4% tienen cultura y conciencia tributaria, lo que llevó a corroborar la hipótesis que la cultura tributaria sí influye significativamente en la evasión de impuestos en los comerciantes de las Galerías Arcángel Cajamarca 2017.

Para el presente caso se encuentra una similitud del comportamiento de los comerciantes de Cajamarca con los comerciantes materia de estudio en lo referente a la falta de conciencia tributaria. Este problema es precisamente lo que debe cesar, el cumplimiento tributario debe ser voluntario, muy aparte que sea un deber, el contribuyente debe conocer el medio donde desarrolla su ejercicio económico; por ello la cultura tributaria es el vehículo más eficaz para desarrollar conciencia tributaria con sólidos valores para mejorar la recaudación fiscal.

Mostacero (2020). “Informalidad en las Mypes y su Influencia en la Recaudación del Impuesto General a las Ventas en el Perú”. Para obtener el Grado Académico en Política y Gestión Tributaria con mención en Política y Sistema Tributario. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El autor plantea que la informalidad de las Mypes afectó significativamente la recaudación del IGV en el periodo 2013-2017. Como consecuencia de la disminución de tal recaudación aún es imposible hablar de una tan necesaria ampliación de la base tributaria. Además, que las cifras de la informalidad de las Mypes siguen siendo un problema que el gobierno todavía no puede dar solución y que estas están inclusive por encima de aquellas que operan bajo el marco legal.

Para el presente caso se concluye que la informalidad de las Mypes es un impedimento para ampliar la base tributaria. La informalidad, en rasgos generales, es una variable que no se puede medir, mucho menos erradicarlo; sin embargo, se puede mitigar conociendo el marco legal que lo regula, lo cual conllevará al cumplimiento de obligaciones tributarias, lo que significa la formalización.

López – Núñez (2016). “Impacto de la Informalidad en la Recaudación Tributaria de las Empresas Comercializadoras de Granos de la Banca Pequeña Empresa del Banco Interbank, Distrito José Leonardo Ortiz-Periodo 2014”. Para obtener el título de Contador Público. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Las autoras determinaron que la informalidad de los comerciantes afecta significativamente la recaudación tributaria, el cual tiene un gran impacto negativo en la economía peruana. Muy aparte de no cumplir con sus obligaciones tributarias, los comerciantes no declaran a sus trabajadores en planilla, lo que supone la inexistencia de beneficios sociales establecidos en la ley. Los comerciantes son muy conscientes de sus obligaciones tributarias, pero no se encuentran de acuerdo con las tasas impositivas aplicables a estos impuestos. Asimismo, afirman que SUNAT no brinda información necesaria para el cumplimiento de dichas obligaciones.

Se ha concluido que los contribuyentes tienen conocimiento de cómo cumplir con sus obligaciones tributarias, pero ellos se justifican aduciendo que las tasas de los impuestos a pagar son excesivamente altos, además que la Administración Tributaria no eleva sus estrategias para capacitar o informar acerca de la importancia del cumplimiento tributario.

En resumen, general, los antecedentes nacionales estudiados líneas arriba, muestran suficiente base para el sustento de la presente tesis; debido a que evidencia que la inexistencia de la cultura tributaria si incide en la evasión de impuestos y en la disminución de la recaudación tributaria. Los comerciantes emprendedores, materia del presente estudio, se rigen del mismo sentido, originando la informalidad y, por ende, la nula recaudación de tributos.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Tortolero (2017). “La Cultura Tributaria en el pago del Impuesto sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo durante el año 2016”. Trabajo Especial de Grado como requisito parcial para optar al grado de Especialista en Gerencia Tributaria. Universidad de Carabobo-Venezuela.

El autor da a conocer que el sistema tributario nacional busca distribuir equitativamente las cargas públicas de los contribuyentes de acuerdo a sus capacidades financieras; sin embargo, existen dificultades en ayudar a los contribuyentes en la tributación municipal debido a que la Administración Tributaria carece de métodos para orientar su desempeño por lo que se refleja la ausencia de la cultura tributaria; por lo tanto, la ciudadanía no cumple con las obligaciones con el municipio. La falta de motivación y conciencia de la comunidad hacen que el aumento de los registros para el pago de tributos sea una realidad no localizada.

Se ha encontrado de acuerdo a lo planteado que la Administración Tributaria no cuenta con estrategias por lo que los contribuyentes incumplen con sus obligaciones tributarias; consecuentemente, la evasión tributaria sigue aumentando en la omisión del tributo municipal.

Carrión (2019). “Medición y análisis de la cultura tributaria, una aplicación al sector ferretero de la ciudad de Cuenca en el año 2018”. Obtención del Título de Magister en Administración Tributaria. Universidad de Cuenca-Ecuador.

La autora define que la cultura tributaria es un medio para proveer fondos para el gasto público; por lo tanto, el conocimiento, conceptos y comportamientos de los contribuyentes deben ser los adecuados para el país. La cultura tributaria muestra una conexión con las variables de cumplimiento tributario y estas son: las variables de comportamiento que dependen del cumplimiento tributario, y la variable conocimiento que muestra independencia de ética; esto debido a que los contribuyentes no ven reflejados sus deseos en las aportaciones recaudadas por el Estado.

Se concluye que el comportamiento de los contribuyentes se ve afectado por la falta de compromiso por parte del gobierno que no refleja con hechos los servicios públicos que brinda como: la educación, la salud, entre otros aspectos; esto conlleva que el cumplimiento tributario sea omiso a las variables que indica.

En líneas generales, los antecedentes internacionales mencionados líneas anteriores, mantienen una similitud en conclusiones con los antecedentes nacionales, la falta de cultura tributaria. Este problema, materia del presente estudio, trae consigo consecuencias que perjudican a la ciudadanía en general porque no se brindan los bienes y servicios adecuados a la población que le corresponde ofrecer al Estado.

Por conclusión general, se afirma que es relevante que los contribuyentes cuenten con una sólida cultura, educación y conciencia tributaria para que se reduzca el incumplimiento de las obligaciones; de esa manera, la informalidad y la evasión tributaria dejen de afectar negativamente la economía del país; por ello, se pretende que la cultura tributaria sea un vínculo para la sensibilización tributaria y de esa manera generar un aumento en las recaudaciones fiscales.

2.2 Bases Teóricas

Para el desarrollo de la tesis titulado “La Cultura Tributaria y su incidencia en la Informalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019, se consideró necesario tomar como guía las teorías y definiciones de autores expertos con el objeto de mejorar nuestros resultados.

Considerando lo antes expuesto se presentan a continuación las siguientes bases teóricas:

2.2.1 Cultura Tributaria

Para entender de una mejor manera la definición de cultura tributaria, empezaremos definiendo primero la cultura, según **Uriarte** (2020) la cultura está determinada por conocimientos y costumbres que identifica a una población y que va de generación en generación. Cabe indicar que cultura en latín denota “cultivar”, el cual tiene relación con cultivar el conocimiento y la educación.

Una de las características más esenciales que tiene la cultura es que se adapta al contexto de la realidad en el que se vive, de tal manera que garantiza la armonía en la supervivencia de un determinado grupo social; sin embargo, un punto importante a resaltar es que la cultura no es innata o se nace con ella, sino que es un proceso de aprendizaje que se da y se va incorporando a lo largo de la vida.

Por otro lado, la RAE define a la cultura como un “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”.

Tales conocimientos que se obtienen con el pasar de los años, se tienen que emplear en analizar y tener un amplio criterio frente a la sociedad en la cual se vive, debido a que la forma de vida de una determinada sociedad hace posible la continuidad de la cultura.

Una vez mencionada la definición sobre la cultura, proseguimos entonces a desarrollar la definición de cultura tributaria.

Según el SAT la cultura tributaria “Es una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de

los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de todos”.

Se entiende por lo descrito que tener cultura tributaria es tener valores bien desarrollados, comprender que tributar no tiene aspectos negativos para la sociedad; por el contrario, beneficia a toda la ciudadanía con obras públicas consecuencia de una contundente recaudación tributaria por parte del Estado.

De la misma manera, el SAT afirma que “Cultura tributaria nace con la idea de diseñar un sistema tributario para orientar al ciudadano y que lo invite a cumplir sus obligaciones de una forma ordenada”.

Que el ciudadano entienda por qué se tiene que tributar y mientras más consiente sea, mejor será el desarrollo del país donde vive.

Por otro lado, **García** (2017) señala que la cultura tributaria “es el conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país”.

Esto quiere decir, que la cultura tributaria significa conocer el procedimiento para cumplir con las obligaciones tributarias, de esa manera realizarlo de manera idónea sin cometer errores que traerán consigo sanciones posteriormente.

La cultura tributaria mantiene elementos que lo hace sostenible, con el mismo propósito, **Estrada** (2014) detalla los elementos de la cultura tributaria:

➤ **Conocimientos:** Tener conocimientos suficientes de los principales aspectos de la tributación, solo forman un componente de la cultura tributaria, pero no son suficientes para aplicarla, ese saber tiene que ir acompañado de la costumbre y obligación moral de cumplirlo.

➤ **Percepciones:** Las ideas, percepciones y pensamientos en materia tributaria suelen vincularse tanto con la recaudación de los tributos y su destino. De tal manera que, puede afirmarse que el mejor impulsor de la cultura tributaria es una buena inversión pública, efectuado con transparencia, racionalidad y eficiencia.

➤ Actitudes y prácticas de conducta: La cultura tributaria aplica en la práctica y se regula por el grado de cumplimiento voluntario de tributar. Se focaliza más a un tema conductual y no conceptual.

Esos elementos descritos líneas arriba, proporcionan información básica y necesaria para la interiorización y comprensión sobre la cultura tributaria, no es solo actuar a la deriva; sino que es entender, practicar, conocer y ser conscientes que cumplir con las obligaciones tributarias como contribuyentes, es vital para el desarrollo de la sociedad donde vivimos.

Todo ciudadano está en la obligación moral de aportar solidariamente sus obligaciones tributarias, ya sea desde el enfoque individual, profesional, comercial o empresarial; es por ello crucial, la formación de estrategias tributarias, de charlas, capacitaciones y demás planes de la misma índole.

2.2.1.1 Importancia de la cultura tributaria

La cultura tributaria es importante en cada individuo, porque trae consigo la reducción escalonada de la informalidad y la evasión tributaria, además evita el trabajo informal, la evasión tributaria y la corrupción, los cuales generan un retroceso en la economía. Es necesario poner en práctica una contundente educación tributaria para que los contribuyentes emprendedores tomen en serio las consecuencias negativas de no cumplir con sus obligaciones y además evidenciar con acciones que sí existe reciprocidad de los recursos recaudados por parte del estado. (Gil y Zapata, 2017, p. 8)

Se entiende por lo citado que, la importancia de implementar la cultura tributaria es neurálgico para combatir los problemas más comunes que aqueja al Estado como son la corrupción, informalidad y la evasión tributaria; estos no se combaten con la recaudación de tributos bajo presión, tampoco atemorizando a los contribuyentes con sanciones o con cierre de locales, sino con una adecuada conducta y cultura tributaria; se pretende que los individuos de una determinada sociedad, se sensibilicen y tomen conciencia de que es un deber constitucional aportar al Estado para que este cuente con los recursos necesarios y

tenga la capacidad de cumplir con su función primaria que es la de garantizar servicios públicos eficientes para el bien colectivo de la ciudadanía.

2.2.1.2 Objetivo de la cultura tributaria

La cultura tributaria debe iniciarse desde la escuela, al respecto **Rodrigo** menciona que la educación tributaria tiene como objetivo primordial transmitir ideas, valores y costumbres favorables para ser solidarios con el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Su propósito no es educar con simples contenidos éticos; sino, como un tema de responsabilidad ciudadana, primero porque está establecido en la Ley y segundo, porque se trata de un deber cívico, siempre teniendo en cuenta qué efectos tendría el incumplimiento de estas obligaciones sobre la sociedad. (2017, p. 38-39).

En esa misma línea, **Rodrigo** aporta también que el objetivo fundamental de la cultura tributaria es el de crear una sucesión de conductas positivas moralmente para el cumplimiento tributario, a través de la transmisión de principios y convicciones que sean asimilados y valorados por la sociedad, lo cual conlleve a un cambio cultural a largo plazo; este suele ser una de las particularidades más determinantes de toda estrategia para la consecuente creación de cultura tributaria". (2017, p. 50).

Se entiende por lo citado que, el objetivo de implantar una cultura tributaria no solo es cambiar la moral en las aulas, sino la de implantar conciencia tributaria mediante la transmisión de ideas; además que está enmarcada en Ley y es un valor cívico que, como ciudadanos responsables, se debe seguir al pie de la letra.

El SAT de Lima; con el fin de promover e informar sobre la importancia de una sólida cultura tributaria, gestionó una serie de charlas virtuales que fueron encaminadas a escolares de colegios secundarios. Alrededor de 300 estudiantes de colegios de Cercado de Lima y de San Martín de Porres tomaron conocimiento, de manera práctica y amena, sobre los conceptos básicos de temas tributarios, la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias y cuáles son los beneficios para la población. (2020). A través de ese programa el SAT buscó sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de ejecutar sus obligaciones

tributarias de manera oportuna y voluntaria. Estos programas se realizan con frecuencia por la Institución Recaudadora para promover cultura tributaria en los niños y adolescentes para que en un futuro cercano sepan lo sustancial que es contribuir con su país.

Acota **Estrada** (2014), que la mayoría de las Administraciones Tributarias promueven el cumplimiento voluntario de las obligaciones impositivas por conducto de sus áreas de información, capacitación, y atención al contribuyente. Por lo general, las acciones de este tipo buscan dar respuesta a cinco cuestiones básicas acerca de los impuestos: el ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuánto? y ¿cuándo? es decir, en qué consiste la obligación, quién está obligado a cumplirla, cómo se cumple, cuánto se debe pagar y en qué fechas o plazos.

Conocer esas 5 preguntas y tener una respuesta a ello mediante las capacitaciones de la Administración Tributaria, hará que los contribuyentes obtengan información necesaria acerca de cómo pagar sus impuestos; desencadenando así, el cumplimiento de sus obligaciones como un deber cívico y no como voluntario.

Es pertinente precisar que, calificar de voluntario al cumplimiento de obligaciones tributarias tal vez no sea lo más apropiado cuando estas son obligaciones enmarcadas en la Ley y no dejan un margen a la voluntad del contribuyente para acatarlas o no; sin embargo, en la práctica esto no sucede, el pago del impuesto este sujeto a la voluntad de los contribuyentes debido a la falta de cultura tributaria y las escasas fiscalizaciones por parte de la Administración Tributaria.

Existen personas que desconocen el significado de los tributos, desconocen qué son impuestos, tasas y contribuciones, desconocen qué están pagando y qué engloba cada una de ellos; por ende, no deciden pagar por temor a cometer algún error.

Gráfico 2

Tributos recaudados generan progreso para el país.



En el gráfico 2 se muestra cómo el cumplimiento de las obligaciones tributarias genera desarrollo al país, fomentando e implementando la cultura y conciencia tributaria en los contribuyentes de una determinada sociedad.

Para conocer acerca de los tributos que el contribuyente tiene por obligación cumplir, a continuación, clasificamos y definimos cada uno de ellos.

2.2.1.3 ¿Qué es el tributo?

“El tributo es entendido como un tipo de aportación que todos los ciudadanos deben pagar al Estado para que este los redistribuya de manera equitativa o de acuerdo a las necesidades del momento”. (Crespo, 2019)

2.2.1.4 ¿Qué es impuesto?

Según Estrada (2014) “El impuesto es una clase de tributo regido por derecho público y que no implica una contraprestación directa por parte del Estado, al cual se considera el sujeto activo y el sujeto pasivo es el contribuyente”.

2.2.1.5 ¿Para qué sirven los impuestos?

En la misma línea Estrada (2014) acota que:

Los impuestos son cargas obligatorias que las empresas y personas deben cumplir para financiar al estado, Además en virtud a su potestad tributaria, el estado puede disponer de los recursos provenientes de los impuestos para financiar el sueldo de los servidores públicos, la compra de bienes y servicios y el pago de la deuda pública.

2.2.1.6 ¿Qué es la contribución?

Según el Código Tributario la contribución “Es el tributo que tiene como hecho generador los beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales, como lo es el caso de la Contribución al SENCICO”.

2.2.1.7 ¿Qué es la tasa?

El mismo Código Tributario define que la tasa “Es el tributo que se paga como consecuencia de la prestación efectiva de un servicio público, individualizado en el contribuyente, por parte del Estado. Por ejemplo, los derechos arancelarios de los Registros Públicos”.

Como se puede apreciar de acuerdo a las definiciones desarrolladas líneas arriba, los Impuestos, las Tasas y las Contribuciones son Tributos. Los principales impuestos que recauda y administra la SUNAT son: El Impuesto a la Renta (IR), el Impuesto General a las Ventas (IGV), el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), el Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF), Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN) y los Derechos Arancelarios o Ad Valorem. Estos impuestos una vez recaudados se trasladan a las arcas fiscales, desde donde las diferentes instituciones que conforman el Estado, proceden a ejecutar sus partidas presupuestales de acuerdo con los montos establecidos en la Ley Anual de Presupuesto que cada año es propuesta por el Ministerio de Economía y aprobada por el Congreso.

Los impuestos que recauda la SUNAT son pagados y declarados por los contribuyentes los cuales pueden ser personas naturales o personas jurídicas. Al respecto el artículo N.º 8 del Título I del Código Tributario define como contribuyente a “aquel que realiza o respecto del cual se produce el hecho generador de la obligación tributaria”. En sentido general, el contribuyente es el sujeto pasivo en Derecho Tributario, siendo el sujeto activo el

Estado, a través de la Administración Tributaria”. Es propicio mencionar que, cada contribuyente debe contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) que es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes.

2.2.1.8 Medidas para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias

Para implementar las estrategias tributarias que contribuyan a desarrollar una cultura tributaria sólida en los contribuyentes, es necesario primero fomentar la conciencia y sensibilización tributaria por medio de la cooperación y trabajo en equipo entre el Estado y el contribuyente.

Según **Bustamante - Cristian** (2011) mencionan que:

Existen 3 tipos de medidas para mejorar la relación que existe entre el fisco y los contribuyentes, los cuales hacen que se geste una cultura tributaria para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Según los autores, estas medidas han sido dadas para el estado del Ecuador; las mismas que consideramos importantes tomarlas para el enfoque del presente trabajo de Investigación aplicando a la realidad nacional de nuestro país, siendo las siguientes medidas:

a) Medidas Incentivadoras del cumplimiento

Existe una serie de mecanismos modernos que se ha implementado en diversos países desarrollados a fin de mejorar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y estas se detallan a continuación:

- Mejorar los sistemas de información proporcionados por la SUNAT con el fin de restar complejidad a la hora de la declaración de impuestos.
- Brindar programas de educación tributaria, que consiste en un conjunto de estrategias para estimular el nivel moral y fiscal de los contribuyentes del país.

b) Medidas preventivas al incumplimiento de las obligaciones tributarias

Son acciones que toma la Administración Tributaria a fin de establecer parámetros para el cumplimiento puntual y voluntario de los contribuyentes y éstas son:

- Simplificación de las normas tributarias.
- Simplificación de los procedimientos de declaración y formularios de los impuestos.
- Disminución la presión tributaria para los nuevos contribuyentes emprendedores.

c) Medidas Represoras

Se tratan de aquellas medidas de protección para la Administración Tributaria desarrolladas no solo en el ámbito de derecho penal sino también en el campo administrativo.

La represión del incumplimiento de las obligaciones tributarias se realiza mediante:

- Prerrogativas y facultades de que se dispone la Administración Tributaria para efectuar el descubrimiento de las infracciones cometidas.
- Establecimiento de un sistema eficaz de infracciones tributarias para la represión del fraude fiscal.

Como se describe líneas arriba, existe una serie de medidas para poder mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, dentro de los cuales se enmarca la cultura tributaria; siguiendo tales medidas y con una potente conciencia tributaria se logrará una mejor recaudación de los tributos por parte de la Administración Tributaria, el mismo que se encargará de redistribuir hacia el Estado Peruano para que finalmente este disponga de dichos recursos para la inversión pública, hecho que generará un bien común de beneficio a la sociedad en la cual se vive.

2.2.2 La Informalidad

La informalidad abarca definiciones generales; en cuanto se refiere al sector informal, este está constituido por contribuyentes (personas naturales o jurídicas) y todas aquellas actividades que trabajan fuera de los marcos legales. Por consiguiente, pertenecer al sector informal es no contar con la protección legal del estado, no contar con incentivos tributarios y demás beneficios que otorga la formalidad.

El **INEI** (2014) hace referencia que “la economía informal es un conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades productivas que no cumplen con las regulaciones previstas por el estado. Está compuesta por el sector informal y el empleo informal”. (Citado en CEPLAN, 2016. p. 10)

“El sector informal se define como ese sector económico que no está controlado por ningún tipo de gobierno, por lo que se encuentra oculto a los controles administrativos”. (Méndez, 2018)

Al no ser controlado ni regulado por ningún marco legal, es difícil conocer su entorno económico; por ende, la recaudación es nula en esos sectores.

Siguiendo el mismo sentido, **Pérez y Gardey** (2018) “el adjetivo informal se utiliza para calificar a aquel o aquello que no respeta las formas (los modos y las normas); por lo tanto, se vincula a lo irregular o a lo no convencional”.

2.2.2.1. Informalidad Empresarial

La informalidad empresarial está conformada por empresas que no están constituidas en sociedades; por lo tanto, no están registradas en la Administración Tributaria, escapan de la normativa vigente y ejercen sus propios deberes y derechos de acuerdo a sus necesidades. Ser formal cuesta más que ser informal porque permanecer en la formalidad es pagar tributos, sanciones, procesos administrativos y legales, planilla y el registro de la empresa; pero este costo, para las grandes empresas, se denomina costo de oportunidad porque les permite diversificar sus ventas en gran magnitud justamente por ser formales; mientras que para las empresas que operan al margen de la formalidad, ese costo es considerado como gasto, debido a que aún no cuentan con suficiente rentabilidad para asumir, en principio, la formalidad.

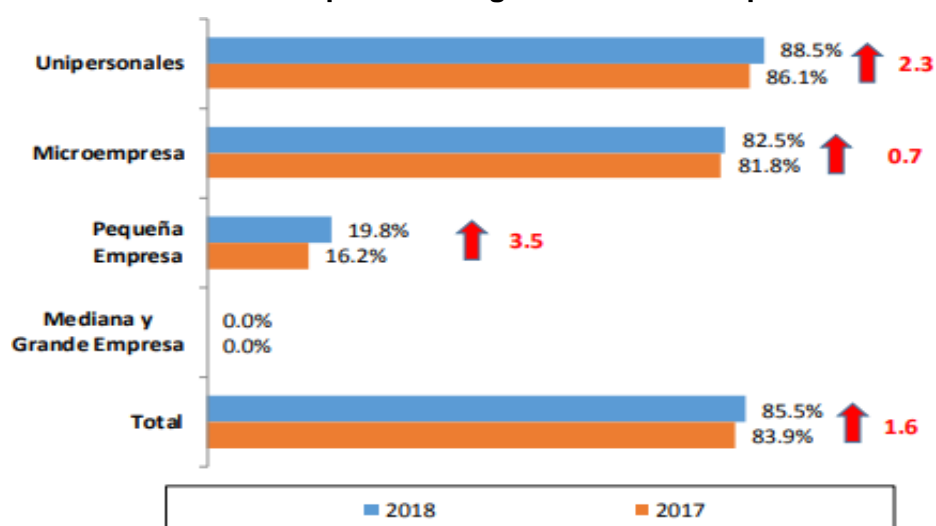
Según **Quevedo y Ureña** (2018) “la informalidad empresarial está relacionada con los costos del pago de impuestos y el desconocimiento de las buenas prácticas administrativas y gerenciales; lo que genera el cierre de empresas nuevas”.

Se entiende por lo citado que un empresario informal al conocer los costos que tiene por pagar de impuestos y la consecuente creación y organización de su sociedad bajo todos los requisitos administrativos necesarios, decide dar un pie al costado liquidando sus emprendimientos o dando pase a la informalidad empresarial.

La informalidad asecha a las diversas formas de empresas, desde las empresas más pequeñas hasta las empresas de gran envergadura, según el siguiente gráfico:

Gráfico 3

Nivel de informalidad empresarial según tamaño de empresa.



Fuentes: INEI-Encuesta Nacional de Hogares (ENAH)

Elaboración: Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de ADEX

El gráfico 3 muestra que la informalidad empresarial en el 2018 se ubicó en 85.5% respecto al 2017 con 83.9%, creciendo en 1.6%; siendo las empresas unipersonales las que presentan un alto nivel de informalidad (88.5%), las microempresas (82.5%), las pequeñas empresas tienen un relativo menor nivel de informalidad (19.8%); todos en el 2018 incrementaron respecto al 2017 en 2.3%, 0.7% y 3.5% respectivamente; en contraste, las medianas y grandes empresas son 100% formales. En términos absolutos, de los 7 millones de empresas (3.8 millones unipersonales y 3.2 millones entre micro, pequeñas, medianas y grandes) casi 6 millones de empresas son informales.

El anterior gráfico muestra cómo las empresas unipersonales, las microempresas y las pequeñas empresas han aumentado su nivel de informalidad, esto se debe a la falta de fiscalizaciones por parte de la Administración Tributaria y a la carencia de información sobre la importancia de cumplir con las obligaciones tributarias. Por otro lado, las medianas y grandes empresas han mantenido su nivel de informalidad empresarial y esto se da porque la Administración Tributaria enfoca todas sus estrategias a este tipo de empresas por su naturaleza; además, porque la recaudación tributaria en ellas, se da en mayor proporción que en las demás empresas de baja dimensión.

2.2.2.2 Causas de la Informalidad

Se rescataron las causas más frecuentes de la informalidad y éstas se detallan a continuación:

➤ **Falta de información:** Desconocimiento total del contribuyente para poder constituir su empresa bajo las diversas modalidades y regímenes tributarios que existen, desconocimiento de los requisitos y trámites para ser formal, desconocimiento del ente regulador (SUNAT) y por ello miedo a ser sancionados. El contribuyente ignora las facilidades para la formalización e imagina que el tiempo y los costos que se va a invertir son demasiados largos y costosos.

➤ **Trámites Administrativos:** Estos trámites administrativos se dan ante diversos organismos; por ende, resultan en muchas ocasiones muy engorrosas y significan pérdida de tiempo para los intereses del empresario. Por ello, el proceso para la formalización y el cumplimiento de las regulaciones enmarcadas en Ley es visto por los contribuyentes como un costo directo e inmediato; por ello, debe reducirse los trámites administrativos para acceder a la formalización. Los elevados costos de transacción causados por las trabas administrativas y burocráticas, pueden tener consecuencias sumamente negativas para la formalización.

➤ **Temor de perder los ingresos:** Todos los contribuyentes cuando desean empezar a emprender ven la formalización muy lejana a ellos y prefieren no dar ese

importante paso, debido a que tienen temor a no realizar correctamente el procedimiento de formalización y que esto conlleve a consecuencias negativas en lugar de traer ganancias, tienen temor a la fiscalización y en muchas ocasiones, por la magnitud del negocio, los ingresos son insuficientes para pagar tributos, beneficios sociales y mucho menos para formalizarse; pues tan solo cubre las necesidades básicas del giro del negocio y en muchas de ellas ni siquiera logran cubrir tales necesidades; por ello, prefieren permanecer en el lado oscuro de la informalidad.

➤ **Bajo nivel de Ingresos:** El capital con el que cuentan los comerciantes emprendedores son insuficientes, solo alcanza para cubrir lo primordial que el negocio necesita para poder operar; de manera que es imposible gastar en trámites de formalización. Debido a la insuficiencia o inexistencia de capital, los emprendedores inician el negocio con instrumentos de segunda mano, con lo cual evidentemente tendrán bajos niveles de ventas, baja productividad y bajos o nulos niveles de reinversión a causa de su equipamiento arcaico.

➤ **Falta de Cultura Tributaria:** Este punto es el más importante porque las personas que están bajo la sombra de la informalidad saben y conocen el camino de la formalidad, pero por falta de cultura tributaria no se sujetan a ello debido a que no contemplan una retribución por parte del Estado por los tributos que aportan los formales y por ello dudan del manejo de sus recursos; entonces, conociendo dicho acontecimiento, no desean contribuir y optan por seguir campeando en la informalidad. En estos casos, la presencia del Estado debe ser perenne optando por charlas y capacitaciones para sensibilizar a las personas y que tomen conciencia tributaria, esto con el único objetivo que se formalicen, de manera que pasarán a tributar y la recaudación fiscal empezará a elevarse.

2.2.2.3 Consecuencias de la Informalidad

Así como existen causas que derivan a la informalidad, las consecuencias se dejan entre ver:

➤ De manera general, la informalidad trae consigo consecuencias negativas para la sociedad, repercute de manera perjudicial en la recaudación y recorta la provisión de recursos que el Estado requiere para su funcionamiento y la atención de las necesidades básicas de la población.

➤ La informalidad también influye en un mayor desempleo por su propia naturaleza, debido a que las actividades informales incorporan a empleados informales; además, las empresas formales que compiten con estas actividades se ven obligadas a reducir costos, provocando la contratación de menos trabajadores, o de mantenerlos fuera de sus beneficios laborales (en la informalidad). Esta situación de clandestinidad, los conlleva a operar en espacio reducidos, con baja eficiencia o productividad de los trabajadores imposibilitando lograr producciones a gran escala y con ello la generación de mayores utilidades.

➤ Para la obtención de préstamos bancarios, la informalidad resta confiabilidad frente a instituciones financieras, lo que significa la imposibilidad de obtener créditos o asumir tasas de intereses elevados; suscitando así, la inviabilidad de expansión y crecimiento del negocio a mercados nacionales como internacionales. Tampoco será posible tener acceso a un espacio publicitario para promocionar productos, actividades o servicios, pues prefieren mantenerse al margen de los mercados legalmente establecidos, conllevando a que los consumidores finales obtén por aquellos negocios conocidos y formales que generen confianza.

➤ La evasión tributaria, es un problema latente en la sociedad, que está definido como el uso de medios ilegales para no pagar impuestos; por ende, la recaudación del estado disminuye. Al respecto, **Oliva** (2018) sostuvo que “también se está combatiendo la elusión tributaria, la cual se refiere a usar el sistema que tiene el Perú en la actualidad, hacer algún planeamiento tributario y sacarle la vuelta a las normas para no pagar o pagar menos impuestos”. La evasión tributaria debe combatirse y aceptar el sistema tributario es un gran paso.

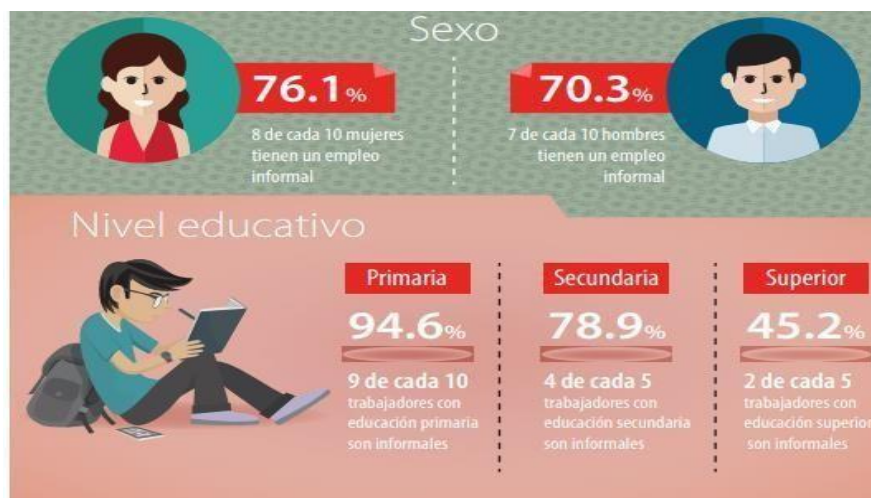
La informalidad campea en todos lados; así mismo, la informalidad empresarial trae consigo a la informalidad laboral porque si una persona que tiene un negocio informal cuenta con trabajadores, estos también son trabajadores informales, no reciben ningún beneficio como la CTS, gratificaciones, ni mucho menos tienen acceso a una pensión digna o a un seguro social causando que el nivel de empleo informal siga ascendiendo. **Belapatiño – Grippa - Perea (2017)** “Desde la perspectiva laboral, la informalidad implica el establecimiento de relaciones de trabajo que no cumplen, parcial o completamente, las regulaciones vigentes”.

2.2.2.4 Informalidad Laboral

La informalidad laboral ataca ambos sexos, según el gráfico 4 afecta más al sexo femenino y también al nivel de estudios que estos tengan, a continuación:

Gráfico 4

Rostro de la informalidad laboral en el Perú



Fuente: ENAHO - 2014

Imagen adaptada para fines de este trabajo

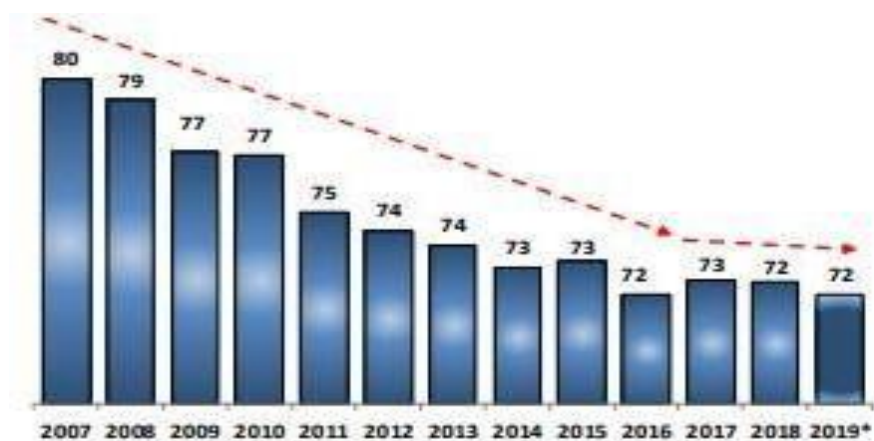
El gráfico 4 evidencia que la informalidad en el 2014 fue muy heterogénea y afecta en un mayor porcentaje (%) a las mujeres, los cuales equivalen a un 76.1% (8 de cada 10 mujeres); mientras que en el caso de los varones el 70.3% (7 de cada 10 hombres) son informales. Esto quiere decir que existen más mujeres con trabajo informal que hombres. En

cuanto al nivel educativo se refiere, 9 de cada 10 trabajadores (94.6%) informales cuentan con educación primaria, 4 de cada 5 trabajadores (78.9%) cuentan con educación secundaria y 2 de cada 5 trabajadores (45.2%) cuentan con educación superior. Esto evidencia que el nivel de educación de los trabajadores impacta en la informalidad laboral, debido a que mientras más nivel de educación tenga el trabajador menos informal es.

De acuerdo al gráfico anterior, se entiende que la informalidad laboral es preferente con el sexo femenino; inclusive, el nivel de estudios que estos tengan influye en su condición como empleados.

El trabajo informal o también llamado informalidad laboral engloba todas aquellas actividades que son ejercidas por trabajadores cuyas condiciones de trabajo son realmente precarias y no se encuentran reglamentadas por un marco legal. El trabajo informal se puede identificar cuando no existe un contrato laboral firmado de por medio.

Gráfico 5
Nivel de informalidad laboral en Perú



Fuente: INEI- Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO)

Elaboración: Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de ADEX

En el gráfico 5 se muestra que el nivel de informalidad laboral en el 2019 fue aproximadamente de 72%; de esta manera, cerca de los 17 millones de personas que laboran (PEA ocupada) más de 12 millones aproximadamente trabajan informalmente (7 de cada 10 trabajadores); mientras que los trabajadores formales son alrededor más de 4 millones;

realizando una comparación con el año 2017, el nivel de informalidad laboral se habría ubicado en cerca de 73%, nivel muy similar al registrado en los últimos 2 años. Este estancamiento del nivel de la informalidad según el INEI (2019) estaría muy ligado al bajo crecimiento económico presentando en los últimos años. En ese sentido, un débil crecimiento económico repercute negativamente en la generación de empleo, debido a que los niveles de desempleo se reducen siempre y cuando que el PBI crezca más de 4% anual.

En la informalidad laboral se presentan las siguientes características que se detallan a continuación:

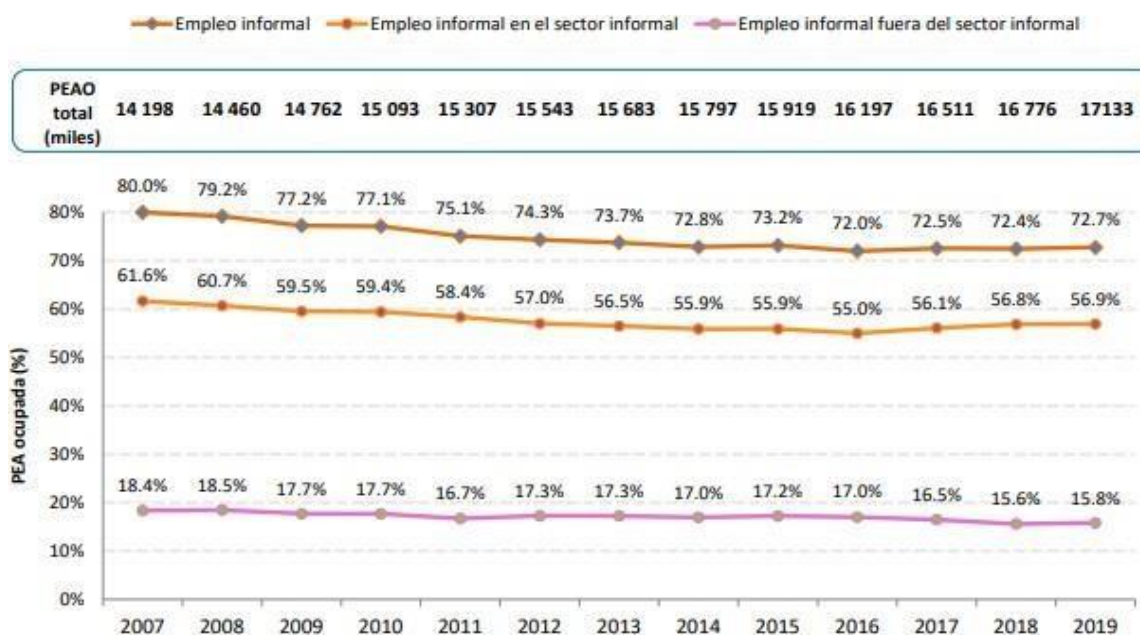
- Despidos arbitrarios sin ningún tipo de beneficios sociales.
- Tiempo de trabajo extra obligatorio no remunerativo.
- Pago de remuneraciones fuera de tiempo.
- Incumplimiento en los pagos de los trabajadores.
- Bajos salarios.
- Empleo inestable, entre otros.

La informalidad laboral perdura en todos los tamaños de empresa, ya sean estas unipersonales o grandes empresas. En la misma línea **Loayza** acota que, por tratar de eludir las fiscalizaciones de la Administración Tributaria, las pequeñas empresas utilizan canales irregulares para adquirir y posteriormente distribuir sus bienes y servicios; por ello, tienen que utilizar constantemente recursos para disimular sus actividades o sobornar a los funcionarios públicos. (s.f, p. 46).

Existen empresas o actividades informales notoriamente con trabajadores informales, pero también existen empresas enteramente formales que mantienen aún empleados informales. Al respecto la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), cita que “el empleo informal representa un 70%, pero el dato más grave, es que dentro de las empresas formales existe más del 20% de informalidad. Es decir, existen trabajadores en empresas constituidas sin contratos de trabajo”. (2017)

Gráfico 6

Evolución del empleo informal



Fuente: INEI-ENAH0

En el gráfico 6, el empleo formal ha caído en 7.3% (en el 2007 era de 80% y en el 2019 era de 72.7%); mientras que el empleo informal en el sector informal se ha reducido alrededor de 4.7 % (en el 2007 era de 61.6% y en el 2019 llegó a 56.9%). Sin embargo, en el caso del empleo informal en el sector formal, la disminución ha sido menor, cayendo en 2.6% (18.4% en el 2007 y 15,8% en el 2019).

Se entiende por lo explicado que la caída en el empleo informal total, se debe por la disminución del empleo informal en el sector informal. Entonces, habría una caída de la informalidad de manera natural, producto del crecimiento económico y no tanto por la cultura tributaria ni la intervención de los entes fiscalizadores, ya que solo este enfoca todas sus acciones en el sector formal. En otras palabras, el empleo informal que incurren las empresas formales es sencillo de vaticinar. Pero si es tan fácil de hallar estos tipos de empleos, ¿Por qué no se reduce la informalidad laboral en el sector formal? La respuesta es concisa, el Estado no fiscaliza ni controla de manera adecuada a las empresas debidamente constituidas que cuentan con “supuestos” trabajadores formales; entonces se concluye, que se requieren mayores acciones y constante permanencia de fiscalizaciones en las empresas formales.

Es oportuno precisar, que la diferencia que existe entre un empresario formal y actividades informales origina una situación de desigualdad y competencia desleal, ya que el costo de la formalidad no es asumido por quienes operan bajo la sombra de la informalidad. Por tal motivo, estos últimos pueden reducir sus precios de sus bienes y/o servicios para competir deslealmente contra quienes venden los mismos productos o prestan los mismos servicios, pero respetando todas las obligaciones que manda la Ley (siendo formales). Pero viendo este punto importante desde otra perspectiva, los informales tendrán que invertir una cierta cantidad de dinero, esfuerzo y tiempo para evitar ser descubiertos y luego ser sancionados por llevar a cabo sus actividades en la informalidad. En tal sentido, el costo que supuestamente es “**economizado**” por no formalizarse, será empleado en estrategias para no ser descubiertos y posteriormente sancionados por la Administración Tributaria. Es evidente que para ser formal “**cuesta**”; no obstante, se ve como una inversión lo cual será recompensado en un futuro.

2.3 Definiciones de Términos Básicos

a) Cumplimiento de Normas Tributarias: Las normas tributarias tienen el propósito de reglamentar las conductas de los contribuyentes en materia tributaria. Cumplir con estas normas asegurará el incremento de la recaudación fiscal del país.

b) Conciencia Tributaria: La Conciencia Tributaria es la actitud que asume todo individuo respecto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

c) Recaudación Tributaria: La recaudación tributaria consiste en el ejercicio de las funciones administrativas conducentes al cobro de las deudas tributarias. (INEAF BUSINESS SCHOOL, s.f.).

d) Formalización: La OIT (2017) menciona que la formalización es el proceso que llevan a cabo las empresas para incorporarse a la economía formal.

e) Cumplimiento de obligaciones Tributarias: Según SUNAT en el Artículo N.º 1 La obligación tributaria, que es de derecho público, es el vínculo entre el acreedor y el

deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente.

f) Incentivos Tributarios: Al respecto CIAT menciona que los incentivos constituyen tratamientos preferenciales que se identifican por medio de exoneraciones, deducciones, desgravaciones y otras expresiones de similares cometidos, los cuales implican una reducción en las obligaciones tributarias para ciertos contribuyentes. (2014).

g) Estrategias Tributarias: Las estrategias tributarias son actividades en las que se busca disminuir de una manera legal los pagos realizados al Estado por motivos de impuestos, valiéndose de herramientas que son aplicadas por personas naturales como jurídicas. (Casal, Becerra y Vásquez, 2020. p. 218).

h) Carga Tributaria: La página web Gerencie.com define la carga tributaria como la relación que existe entre el impuesto que paga un contribuyente y el total de ingresos netos de este. Hace referencia al nivel impositivo que debe soportar un contribuyente con respecto a sus ingresos o su patrimonio. (2021).

i) Sensibilización tributaria: Se refiere a la interiorización en los individuos de los deberes tributarios fijados por las leyes, para cumplirlos de una manera voluntaria, conociendo que su cumplimiento acarreará un beneficio común para la sociedad en la cual ellos están insertados.

j) Fiscalización Tributaria: La fiscalización tributaria es un procedimiento a través del cual se faculta a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) a verificar y comprobar la correcta determinación de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, incluyendo las obligaciones formales vinculadas a dicha determinación. (Verona, 2019)

k) Recaudación Tributaria: La recaudación tributaria consiste en el ejercicio de las funciones administrativas conducentes al cobro de las deudas tributarias. (INEAF BUSINESS SCHOOL, s.f.)

l) Rentabilidad: La rentabilidad de una empresa es la capacidad que tiene el negocio para aprovechar sus recursos y generar ganancias o utilidades; para medirla se

utilizan indicadores financieros que evalúan la efectividad de la administración de la organización. (Prana, 2020)

CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de Hipótesis

3.1.2 Hipótesis Principal

La Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

3.1.3 Hipótesis Secundarias

a) La Educación Tributaria influye en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

b) El cumplimiento de Normas Tributarias contribuye en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

c) La Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

3.2 Operacionalización de las variables

3.2.1 Cultura Tributaria

Definición conceptual	Según García “conjunto de supuestos básicos de conducta de una población que asume lo que se debe y lo que no se debe hacer con relación al pago de tributos en un país”.	
Definición Operacional	Indicadores:	Índices:
	X1. Educación Tributaria	1. Educación cívica 2. Inducción tributaria
	X2. Cumplimiento de Normas Tributarias	1. Pago de impuestos 2. Registros contables
	X3. Conciencia Tributaria	1. Conocimiento tributario 2. Cumplimiento de Deberes tributarios
Escala valorativa	Nominal	

3.2.2 Informalidad

Definición Conceptual	Según Pérez - Gardey (2018) "...aquel o aquello que no respeta las formas (los modos y las normas); por lo tanto, se vincula a lo irregular o a lo no convencional".	
Definición Operacional	Indicadores:	Índices:
	Y1. Formalización	1. Registro Único del Contribuyente (RUC) 2. Registro de Planilla electrónica
	Y2. Recaudación Tributaria	1. Informalidad empresarial 2. Evasión tributaria
	Y3. Obligaciones Tributarias	1. Responsabilidad de las obligaciones tributarias 2. Consecuencias del incumplimiento tributario
Escala valorativa	Nominal	

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA

4.1 Diseño Metodológico.

El presente trabajo de investigación pretende lograr nuestros objetivos a través de la recopilación de datos e información; del mismo modo, buscar profundizar cada vez más nuestros conocimientos.

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominada como: “Investigación Aplicada”.

4.1.1 Nivel de Investigación.

Conforme a los propósitos del estudio, la investigación se centra en el nivel Explicativo Causal.

4.1.2 Estrategias o procedimiento de contrastación de hipótesis

Para desarrollar la prueba de hipótesis o su contrastación se empleó la prueba de bondad Chi Cuadrado de Pearson, porque las variables son cualitativas de tipo nominal u

ordinal; además que, la información o datos recolectados para la investigación tienen que estar en modo de frecuencias.

La prueba de bondad Chi Cuadrado de Pearson es la más apropiada debido a que estas pruebas recogen las demostraciones muestrales, tomando en consideración el siguiente proceso:

1. Enunciar la hipótesis de negación o nula (H_0) y su alternativa
2. Enunciar la hipótesis de la investigación o alterna (H_a)

Señalar el nivel de significación (α) que consiste en la posibilidad de desestimar la hipótesis nula (H_0) existiendo verdad, su grado de variabilidad se sitúa entre 1% a 10%, por default se admitió el valor de 5% para el nivel de significancia (de acuerdo al SPSS) y está relacionado al valor tabla que establece el punto crítico (X^2_t), por lo tanto, el valor de la distribución fue (X^2_t , chi cuadrado de tablas - teórica) ($k-1$), ($r-1$) gl. Se sitúa en la Tabla del Chi Cuadrado de Pearson, donde “k” corresponde al número de filas y el “r” corresponde al número de columnas, este número hace la separación de la distribución en dos regiones, la región de rechazo y la región de aceptación, se señala en la figura.; si el valor calculado ($X^2_c =$ chi cuadrado calculada) es mayor o igual al valor tabla (X^2_t), no se acepta la hipótesis nula.

Valorar la prueba estadística Chi Cuadrado de Pearson a través de la siguiente fórmula:

$$\chi^2_c = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Donde:

o_i ; corresponde al valor observado en la técnica de recopilación de datos (encuesta)

e_j ; corresponde al valor esperado, que se alcanzó tomando en consideración el valor observado.

X^2_c ; corresponde al valor del estadístico calculado con los datos obtenidos en la recolección a la muestra y este necesariamente se comparará con los números existentes en

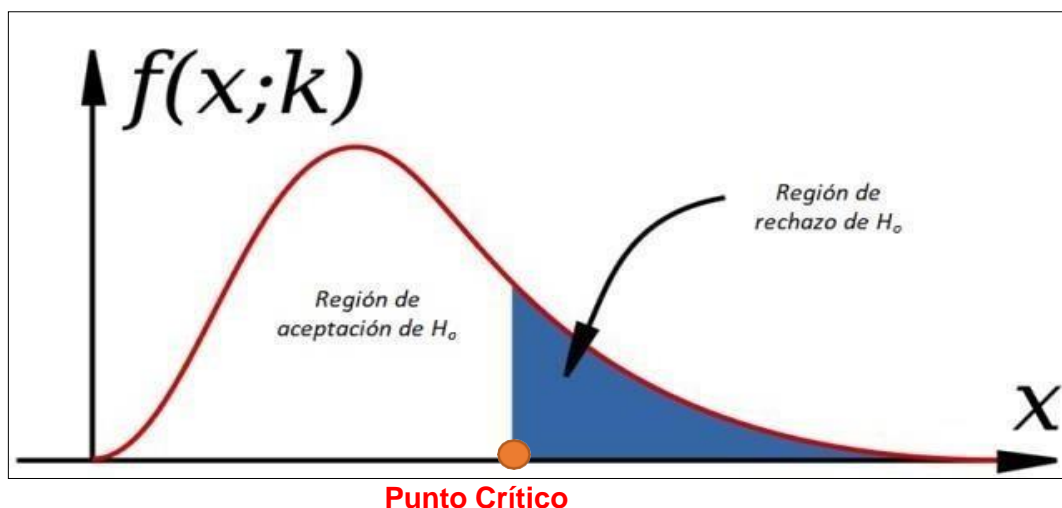
la Tabla de Chi Cuadrado de Pearson de acuerdo a la proposición de la hipótesis alterna previamente indicado y explicados en el proceso “c”.

X^2_t ; corresponde al valor del estadístico que se obtuvo en la Tabla de Chi Cuadrado de Pearson, obtenido por el cruce del número de filas (k), columnas (r) y los grados de libertad (g).

Toma de decisiones; que consiste en la comparación de los valores calculados y la tabla.

Figura 1

Prueba de bondad Chi Cuadrado de Pearson



Procedimiento:

Después de haber planteado las bases teóricas, los procedimientos que se utilizaron para la tesis fueron, la aplicación de técnicas de forma contextual; se comenzó por señalar los pasos a seguir en cada una de las técnicas y etapas del ¿cómo se va a hacer?, ¿cómo se va a trabajar?, así como la formulación de los cuestionarios de medición. El método de recopilación de información como el cuestionario y la encuesta se sometieron a datos estadísticamente para contrastar el resultado.

El primer paso que se siguió fue la contextualización de las variables, a partir de esa contextualización se logró identificar como incide la cultura tributaria en los comerciantes.

Finalmente, se llevó a cabo la encuesta, la cual se empleó a los comerciantes de mercados de zona norte de Lima Metropolitana, la encuesta nos permitió conocer el trabajo de estudio.

4.2 Población y Muestra.

4.2.1 Población.

La población está constituida por comerciantes emprendedores de cuatro mercados de la Zona Norte de Lima Metropolitana, conformada entre hombres y mujeres que asciende a un total estimado de 152 puestos de los mercados, cuya tabla de distribución se detalla a continuación:

Tabla 1
Distribución muestral para las encuestas

N°	Nombre de Mercado	Ubicación	Población	Muestra (n): Índice: 0.2500
1	Mercado Modelo de Comas	Comas	80	20
2	Mercado Central las Flores	Independencia	65	16
3	Mercado Savarín	Los Olivos	4	1
4	Mercado Santa Rosa	San Martín de Porres	3	1
TOTAL:			152	38

4.2.2 Muestra.

Para determinar la muestra óptima, se utilizó el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones para una población conocida.

$$n = \frac{(P*Q) * Z^2 * N}{(E)^2 * (N - 1) + (P*Q) Z^2}$$

Donde:

Z = 1.96 distribución normal para un nivel de confianza de 95%.

P = 0.95

Q = 0.05

E = Margen de error 6%.

N = Población.

n = Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de confianza de 95% y 6% como margen de error "n" es:

$$n = \frac{(0.95*0.05) * (1.96)^2 * 152}{(0.06)^2 * (152 - 1) + (0.95*0.05) * (1.96)^2}$$

$$n = 38 \text{ comerciantes}$$

Un total de 38 (treinta y ocho) representa la muestra que se llevó a cabo a los mercados ubicados en la zona norte de Lima Metropolitana. Con este dato se obtuvo el factor de distribución muestral.

$$(Fdm) = n / N$$

$$Fdm = 38 / 152$$

$$Fdm = 0.2500$$

4.3 Técnicas de Recolección de Datos.

4.3.1 Descripción de los Instrumentos.

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, el cual se realizó a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario acompañado de la escala Likert para facilitar el entendimiento y la respuesta de los comerciantes de los mercados. Las preguntas fueron seleccionadas en relación a las variables e indicadores influyentes en el tema y con diferentes escalas de respuestas que va a depender del criterio del encuestado.

Los datos obtenidos después de la ejecución del instrumento fueron tabulados y seguidamente ingresados al sistema de estadística para dar sustento a los hallazgos y finalmente a las conclusiones de la presente investigación.

4.3.2 Procedimientos de Comparación de la Validez y Confiabilidad de los Instrumentos.

Validez

El procedimiento de validez se orienta para garantizar su eficacia y efectividad de las técnicas e instrumentos de investigación, fundamentalmente si estos miden con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad de aquello que se desea medir de las variables. Para validez del contenido se utilizó el criterio de juicios de asesores expertos.

Tabla 2

Tabla de validez, Calificación del instrumento de la validez por juicio de expertos

N°	EXPERTOS	CLASIFICACIÓN
01	Experto 1	Aprobado
02	Experto 2	Aprobado
03	Experto 3	Aprobado

Elaboración propia

Confiabilidad

Se refiere a la solidez de los instrumentos utilizados ya una vez como prueba, para el presente trabajo de investigación se realizó el cálculo del alfa de Cronbach con base a las

repuestas obtenidas una vez ejecutada la encuesta a los 38 comerciantes. Todo este proceso se realizó en Microsoft Excel (**VER ANEXO 3**) siguiendo la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_T^2} \right]$$

= 0.71

Entonces, el alfa de Cronbach para el presente trabajo de Investigación es de 0.71, lo cual según la siguiente tabla:

Tabla 3
Rangos de nivel de confiabilidad

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5]	Inaceptable
[0,5; 0,6]	Pobre
[0,6 ; 0,7]	Débil
[0,7 ; 0,8]	Aceptable
[0,8 ; 0,9]	Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Fuente: Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje.

Según la tabla, la fiabilidad de nuestro instrumento está en un nivel “aceptable”, lo que indica que nuestras interrogantes tienen concordancia entre sí.

4.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información.

Para procesar la información se utilizó el CHI - CUADRADO, con el fin de contrastar cada una de las hipótesis planteadas, con base en la información óptima en cada una de las encuestas.

El procesamiento y análisis de la información se efectuó por medio del Microsoft Excel y con el programa estadístico informático de mayor uso en las ciencias sociales; Statistical Package for the Social Sciences, conocido por sus siglas SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 26, versión en español. Una vez obtenidos los resultados de ambos programas, se efectuó las interpretaciones correspondientes.

4.5. Aspectos Éticos.

En la presente investigación se tuvo en cuenta el código de ética de la Universidad San Martín de Porres que comprende la equidad, objetividad, individualidad, responsabilidad, confidencialidad, honestidad, integridad y competencia y el Código de Ética de la Junta de Decanos de Colegios de Contadores Públicos del Perú que comprende a la integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, y la confidencialidad. Los individuos que participaron en la investigación lo hicieron voluntariamente con el conocimiento necesario y suficiente sobre los objetivos de la investigación. La investigación se realizó con honestidad, sinceridad y justicia; además, los datos fueron obtenidos y procesados de forma correcta y legal.

Se ha tenido reserva en el manejo de la información. Se utilizó la lógica, racionalidad, medida, equilibrio intelectual, limpieza y serenidad para la toma de decisiones.

En general, prevalecieron los valores éticos, en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Presentación

En este acápite presentamos el proceso que lleva a la demostración del cumplimiento de las hipótesis de la investigación **“La cultura tributaria y su incidencia en la informalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019”**.

Comprende ejecutar el cumplimiento de los objetivos secundarios planteados de la investigación:

- a) Demostrar en qué medida la Educación Tributaria influyen en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.
- b) Evidenciar de qué forma el cumplimiento de Normas Tributarias contribuyen en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.
- c) Determinar de qué manera la Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

5.2 Interpretación de resultados

El trabajo de campo se llevó a cabo aplicando la técnica de la encuesta efectuada a la muestra obtenida de 38 comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.


Como resultado de la recolección de datos, se procedió a la presentación, interpretación y análisis de las respuestas obtenidas.

5.2.1 Variable Independiente X: Cultura Tributaria

La pregunta 1: **¿Considera usted que, la informalidad es consecuencia de la falta de cultura tributaria?**

Tabla 4

La Cultura Tributaria en la informalidad.

	Frecuencia
 Totalmente de acuerdo	8
 De acuerdo	14
 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10
 En desacuerdo	4
 Totalmente en desacuerdo	2
Total	38

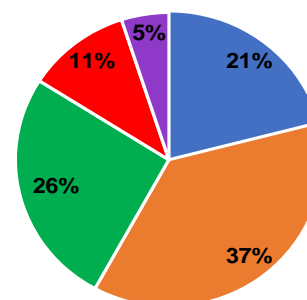


Figura 2

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia.

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 58% de los encuestados (22 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo que por falta de cultura tributaria existe la informalidad; mientras que, el 26% (10 comerciantes emprendedores) desconoce. Por el contrario a estos puntos, el 16% (6 comerciantes

emprendedores) están en desacuerdo con que la informalidad existe debido al desconocimiento de la cultura tributaria.

Análisis:

Según el resultado de la pregunta anterior, podemos deducir que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo que el no tener información y conocimiento tributario existe la informalidad, el cual afecta al Estado por los impuestos no recaudados, consideradas estas necesarias para brindar los bienes servicios básicos a los ciudadanos.

X1. Educación Tributaria

X1.1 Educación cívica

La pregunta 2: **¿Cree usted que, es necesario brindar cursos de educación cívica en los colegios para mejorar la sensibilización tributaria en el país?**

Tabla 5

Educación cívica en los colegios para mejorar la sensibilización tributaria.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	15
● De acuerdo	20
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1
● En desacuerdo	0
● Totalmente en desacuerdo	2
Total 38	

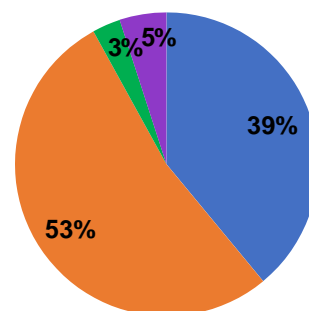


Figura 3

**Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.
Elaboración Propia**

Interpretación:

Respecto a esta interrogante, se encontró que el 92% de los encuestados (35 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que se debería

brindar cursos de educación cívica para los estudiantes; mientras que, el 3% (1 comerciante emprendedor) desconoce. Por otro lado, el 5% (2 comerciantes emprendedores) muestran su desacuerdo en brindar cursos cívicos a estudiantes de colegios para promover la sensibilización tributaria.

Análisis:

Según el resultado de la anterior pregunta, se deduce que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo que se debería dictar cursos de educación cívica y tributaria para que los estudiantes de colegios puedan tener conocimientos previos con relación a sus obligaciones tributarias, con el objetivo de mejorar la cultura tributaria.

X1.2 Inducciones Tributarias

La pregunta 3: **¿Considera usted que, se deben brindar inducciones tributarias a los comerciantes?**

Tabla 6
Inducciones tributarias para los comerciantes.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	21
● De acuerdo	14
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2
● En desacuerdo	1
● Totalmente en desacuerdo	0
Total 38	

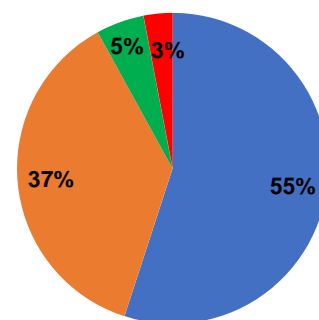


Figura 4

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.
Elaboración Propia

Interpretación:

En lo referente a esta interrogante, se encontró que el 92% de los encuestados (35 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo que se debería

brindar inducciones tributarias a los comerciantes; mientras que el 5% (2 comerciantes emprendedores) desconoce. Por el contrario, el 3% (1 comerciante emprendedor) no está de acuerdo en brindar inducciones tributarias a los comerciantes.

Análisis:

Según el resultado de la pregunta anterior, la mayoría de los comerciantes están de acuerdo que se debería realizar inducciones tributarias a los comerciantes, para que ellos puedan obtener información sobre los diferentes tipos de regímenes tributarios que existen y opten aquello que beneficie el giro de su negocio; de esa manera, se estaría descendiendo la informalidad y la evasión tributaria.

X2. Cumplimiento de Normas Tributarias

X2.1 Pago de Impuestos

La pregunta 4: **¿Considera usted que, el pago de impuestos es un cumplimiento obligatorio en cada contribuyente?**

Tabla 7

El pago de impuestos como cumplimiento obligatorio en los contribuyentes.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	9
● De acuerdo	18
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6
● En desacuerdo	4
● Totalmente en desacuerdo	1
Total	38

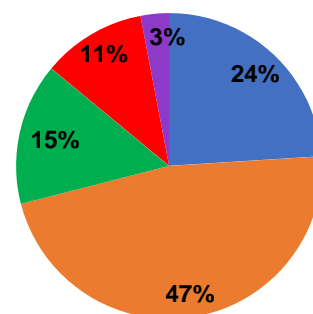


Figura 5

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 71% de los encuestados (27 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que se debe cumplir con los pagos de impuestos en todo contribuyente; mientras que, el 15% (6 comerciantes emprendedores) desconoce. Por el contrario, el 14% (5 comerciantes emprendedores) considera que no debería ser obligatorio el pago de impuestos en los contribuyentes.

Análisis:

Según el resultado de la pregunta anterior, se deduce que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo en que cada contribuyente está en la obligación de pagar sus impuestos, debido a que consideran que es lo correcto en un emprendimiento o negocio; de esa forma, se estaría reduciendo la omisión tributaria.

X2.2 Registros Contables

La pregunta 5: **¿Cree usted que, todo contribuyente debe llevar rigurosamente sus registros contables de estar sujetos tributariamente?**

Tabla 8

Llevar registros contables de estar sujetos tributariamente.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	11
● De acuerdo	21
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5
● En desacuerdo	1
● Totalmente en desacuerdo	0
Total 38	

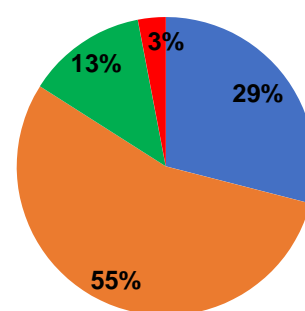


Figura 6

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 84% de los encuestados (32 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo que sí es necesario contar con sus registros contables de manera adecuada; en tanto que, el 13% (5 comerciantes emprendedores) desconoce. Por otro lado, el 3% (1 comerciante emprendedor) considera que no es imprescindible llevar sus registros contables ordenadamente.

Análisis:

Conforme a la pregunta anterior, se deduce que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo en que se debería llevar los registros contables de estar sujetos; mientras los que está en desacuerdo, omiten ser responsables tributariamente.

X3. Conciencia Tributaria

X3.1 Conocimiento Tributario

La pregunta 6: **¿Considera usted que, es necesario tener conocimiento tributario para un emprendimiento empresarial?**

Tabla 9

Conocimiento tributario para emprender empresarialmente.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	16
● De acuerdo	12
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10
● En desacuerdo	0
● Totalmente en desacuerdo	0
Total	38

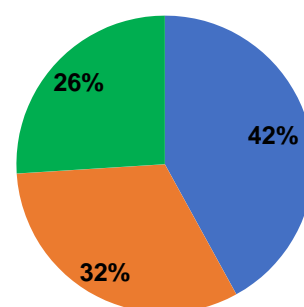


Figura 7

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 74% de los encuestados (28 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que sí es necesario tener conocimiento tributario para tener un emprendimiento eficiente; en tanto que, el 26% (10 comerciantes emprendedores) desconoce.

Análisis:

Conforme a lo descrito líneas arriba, se deduce que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo en que se debería tener conocimiento tributario para emprender un negocio; obteniendo así, conocimiento de las responsabilidades y obligaciones tributarias que le compete como contribuyente activo.

X3.2 Deberes Tributarios

La pregunta 7: **¿Cree usted que, todo ciudadano debe cumplir con sus deberes tributarios?**

Tabla 10

Deberes tributarios en los ciudadanos.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	7
● De acuerdo	19
● Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6
● En desacuerdo	6
● Totalmente en desacuerdo	0
Total	38

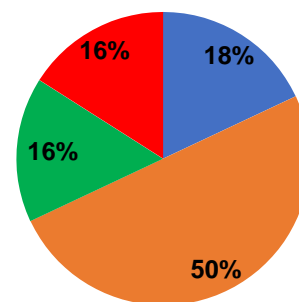


Figura 8

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 68% de los encuestados (26 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo que sí es correcto que cada ciudadano debe cumplir con sus deberes tributarios; mientras que, el 16% (6 comerciantes emprendedores) desconoce. Por el contrario, el 16% (6 comerciantes emprendedores) manifiestan que no es obligatorio que los ciudadanos deban cumplir con sus deberes tributarios.

Análisis:

Según el resultado de la anterior pregunta, se concluye que la mayor parte de los comerciantes están de acuerdo en que todo ciudadano se encuentra en la obligación de cumplir con sus deberes tributarios, debido a que está enmarcada en la ley.

5.2.2 Variable Dependiente Y: Informalidad

La pregunta 8: ¿Cree usted que, la informalidad no favorece el incremento de la recaudación tributaria?

Tabla 11

La informalidad desfavorece el incremento de la recaudación tributaria

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	3
● De acuerdo	17
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	13
● En desacuerdo	4
● Totalmente en desacuerdo	1

Total: 38

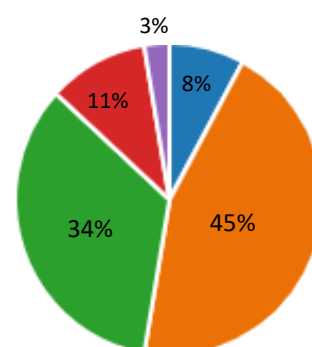


Figura 9

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, se encontró que el 53% de los encuestados (20 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que la informalidad desfavorece el incremento de la recaudación tributaria; mientras que el 34% (13 comerciantes emprendedores) desconoce. Por el contrario a estos puntos, el 14% (5 comerciantes emprendedores) opinan que la informalidad no afecta a lo mencionado anteriormente.

Análisis:

Según la pregunta anterior, un gran porcentaje de los encuestados opinan que la informalidad no favorece el incremento de la recaudación tributaria, debido a que los comerciantes informales al no cumplir con sus obligaciones tributarias, no pagan sus tributos; consecuentemente, no son recaudados por la Administración tributaria.

Y1. Formalización

Y1.1 Registro Único del Contribuyente

La pregunta 9: ¿Cree usted que, es suficiente para ser formal contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC)?

Tabla 12

El registro Único del Contribuyente en la formalidad.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	4
● De acuerdo	13
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	8
● Desacuerdo	12
● Totalmente desacuerdo	1
Total: 32	

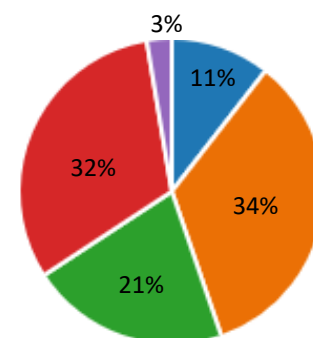


Figura 10

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a esta interrogante, el 45% (17 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo que contar con el RUC es sinónimo de formalidad; mientras que el 21% (8 comerciantes emprendedores) están en duda. Por otro lado, el 35% (13 comerciantes emprendedores) están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en que el RUC no es suficiente característica para calificarlos como formales.

Análisis:

Se deduce por la pregunta anterior que, la mayoría de los encuestados opinan que para ser formales es suficiente contar con el RUC. Aunque el otro porcentaje mayor, está dentro de la sección de desacuerdos; esto quiere decir que, son conscientes de que la formalidad va más allá que solo contar con el RUC.

Y1. 2 Planilla Electrónica

La pregunta 10: **¿Considera usted que, los trabajadores a su cargo deben ser declarados en la planilla electrónica?**

Tabla 13

Trabajadores declarados en la planilla electrónica.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	8
● De acuerdo	16
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	6
● Desacuerdo	8
● Totalmente desacuerdo	0
Total: 38	

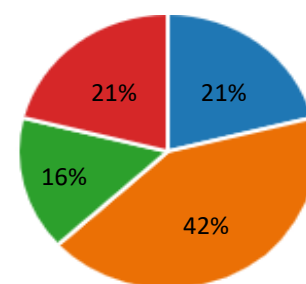


Figura 11

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a esta interrogante, el 63% (24 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que los trabajadores a su cargo deben ser declarados

en la planilla electrónica; en tanto que, el 16% (6 comerciantes emprendedores), están en duda. Por contraste, el 21% (8 comerciantes emprendedores) están en desacuerdo en no declarar la planilla electrónica.

Análisis:

De acuerdo a los resultados, un gran porcentaje de los encuestados están de acuerdo en que sus trabajadores deben estar y ser declarados en la planilla electrónica para que obtengan los beneficios de ley que les corresponde; y a la vez, no ser sancionados por el ente regulador (SUNAFIL).

Y2. Recaudación Tributaria

Y2.1 Informalidad Empresarial

La pregunta 11: **¿Cree usted que, la informalidad empresarial afecta el desarrollo socioeconómico del país?**

Tabla 14

La informalidad empresarial afecta el desarrollo socioeconómico del país.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	8
● De acuerdo	19
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	5
● Desacuerdo	6
● Totalmente desacuerdo	0
Total: 38	

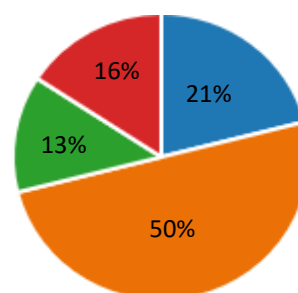


Figura 12

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo concerniente a esta interrogante, el 71% (27 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que la informalidad empresarial afecta el desarrollo socioeconómico del país; en tanto que, el 13% (5 comerciantes emprendedores)

desconoce. En cambio, el 16% (6 comerciantes emprendedores) están en desacuerdo con lo mencionado anteriormente.

Análisis:

Como se puede observar, la mayor parte de los comerciantes encuestados mencionan que; en efecto, la informalidad empresarial altera el desarrollo socioeconómico del país, porque los tributos son nulos en el sector oscuro de la informalidad.

Y2.2 Evasión Tributaria

La pregunta 12: **¿Considera usted que, la formalización disminuye la evasión tributaria?**

Tabla 15

La Evasión tributaria consecuencia de la informalidad

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	10
● De acuerdo	18
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	9
● Desacuerdo	1
● Totalmente desacuerdo	0
Total: 38	

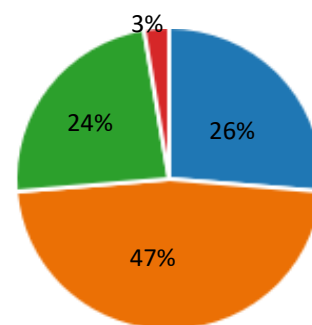


Figura 13

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo referente a esta interrogante, se ha encontrado que el 73% (28 comerciantes emprendedores) consideran que la formalización si disminuye la evasión tributaria; mientras que el 24% (9 comerciantes emprendedores) están en duda. Y tan solo un 3% (1 comerciante emprendedor) manifiesta su desacuerdo que la formalidad no disminuye la evasión tributaria.

Análisis:

Como se ha mencionado líneas arriba, la mayoría de los encuestados afirman que ser formal reduce la evasión tributaria, debido a que los formales tienen menos posibilidad de evadir que los informales.

Y3. Obligaciones Tributarias

Y3.1 Responsabilidad de las obligaciones tributarias

La pregunta 13: **¿Cree usted que, los contribuyentes conglomerados en los mercados son responsables con el pago de sus obligaciones tributarias?**

Tabla 16

La responsabilidad de las obligaciones tributarias en los mercados.

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	2
● De acuerdo	10
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	13
● Desacuerdo	13
● Totalmente desacuerdo	0
Total: 38	

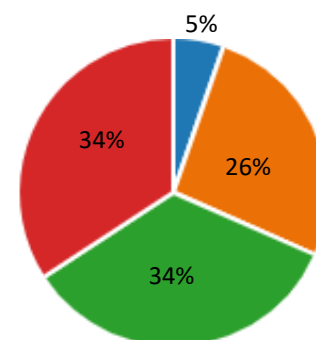


Figura 14

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

Con respecto a esta interrogante, el 31% (12 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que los contribuyentes en los mercados son responsables con el pago de sus obligaciones tributarias; Por otro lado, el 34% (13 comerciantes emprendedores) desconoce. El otro 34% (también 13 comerciantes emprendedores) están en desacuerdo que los contribuyentes situados en los mercados son responsables con el pago de sus obligaciones tributarias.

Análisis:

Como se muestran los resultados, casi la tercera parte de los comerciantes manifiestan que los contribuyentes localizados en los mercados no son responsables con el pago de sus obligaciones tributarias, esto debido a la carencia de cultura tributaria.

Y3.2 Consecuencias del Incumplimiento Tributario

La pregunta 14: **¿Considera usted que, las consecuencias del incumplimiento tributario pueden afectar su emprendimiento?**

Tabla 17

Las consecuencias del incumplimiento tributario

	Frecuencia
● Totalmente de acuerdo	9
● De acuerdo	22
● Ni de acuerdo, ni en desacuer...	7
● Desacuerdo	0
● Totalmente desacuerdo	0
Total: 38	

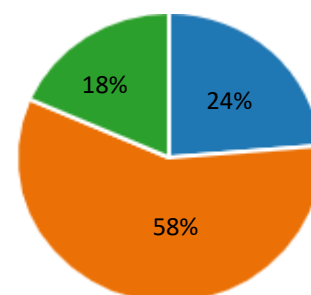


Figura 15

Fuente: Encuestas realizadas a los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana.

Elaboración Propia

Interpretación:

En lo referente a esta interrogante, el 82% (31 comerciantes emprendedores) están totalmente de acuerdo y de acuerdo en que las consecuencias de incumplimiento tributario afectan su emprendimiento; mientras que, el 18% (7 comerciantes emprendedores) están en duda.

Análisis:

Según la pregunta anterior, la mayoría de los comerciantes encuestados consideran que el incumplir tributariamente afectará su emprendimiento. Por otro lado, los demás

comerciantes desconocen sobre las consecuencias de no cumplir las normas establecidas por la Administración Tributaria.

5.3 Contrastación de hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas en nuestra investigación se aplicó la distribución Chi cuadrado de Pearson. La distribución Chi cuadrado es una herramienta idónea en este estudio debido a que las variables en tratamiento son cualitativas y tienen respuestas nominales u ordinales en orden de jerarquía, que va desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo.

Concretamente se siguió el procedimiento general de una prueba de hipótesis y la decisión se optó siguiendo el método tradicional, donde se va a comparar el valor del chi cuadrado con el valor calculado; por otro lado esta decisión se verificará con el uso del método de valor de la probabilidad p comparado con el valor del nivel de significancia $\alpha = 0.05$.

En general, la hipótesis nula H_0 que queremos contrastar sustenta que no existe asociación de dependencia entre las variables en estudio versus la hipótesis alternativa H_1 que afirma que existe asociación de dependencia entre las variables.

5.3.1. Hipótesis Principal

El procedimiento consiste en los siguientes pasos:

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H_0 : La Cultura Tributaria **no** incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

H_1 : La Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Paso 2: Elegimos el nivel de significancia $\alpha = 0.05$ y el estadístico de prueba Chi

$$\chi^2_{\text{cuadrado (calculado)}} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \quad \text{donde } r = 5 \text{ número de filas y } c = 5 \text{ número de columnas}$$

de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan $5 \times 5 = 25$ celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable. Según la tabla 18, donde ya se encuentran los valores observados y esperados, debajo de dicha tabla se procede a calcular la prueba de chi cuadrada de forma manual.

Tabla 18
Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CULTURA TRIBUTARIA * INFORMALIDAD	38	100,0 %	0	0,0%	38	100,0 %

Tabla 19
La Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Tabla cruzada CULTURA TRIBUTARIA*INFORMALIDAD

			INFORMALIDAD				Total
			TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	
CULTURA TRIBUTARIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	Recuento	0	4	1	0	5
		Recuento esperado	,1	2,9	1,8	,1	5,0
		% del total	0,0%	10,5%	2,6%	0,0%	13,2%
	DE ACUERDO	Recuento	1	17	9	1	28
		Recuento esperado	,7	16,2	10,3	,7	28,0
		% del total	2,6%	44,7%	23,7%	2,6%	73,7%
	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	Recuento	0	1	4	0	5
		Recuento esperado	,1	2,9	1,8	,1	5,0
		% del total	0,0%	2,6%	10,5%	0,0%	13,2%
Total	Recuento	1	22	14	1	38	
	Recuento esperado	1,0	22,0	14,0	1,0	38,0	
	% del total	2,6%	57,9%	36,8%	2,6%	100,0%	

Remplazando en la fórmula del estadístico de prueba:

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} =$$

$$\frac{(0-0.1)^2}{0.1} + \frac{(4-2.9)^2}{2.9} + \frac{(1-1.8)^2}{1.8} + \dots + \frac{(0-0.1)^2}{0.1} = 5.496$$

Paso 3. Estos cálculos manuales son engorroso, afortunadamente existe el software estadístico SPSS versión 26, cuyo programa facilita el análisis y cálculos de la prueba de chi cuadrada, entonces se obtuvo:

Tabla 20
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,496 ^a	6	,482
Razón de verosimilitud	5,825	6	,443
Asociación lineal por lineal	2,546	1	,111
N de casos válidos	38		

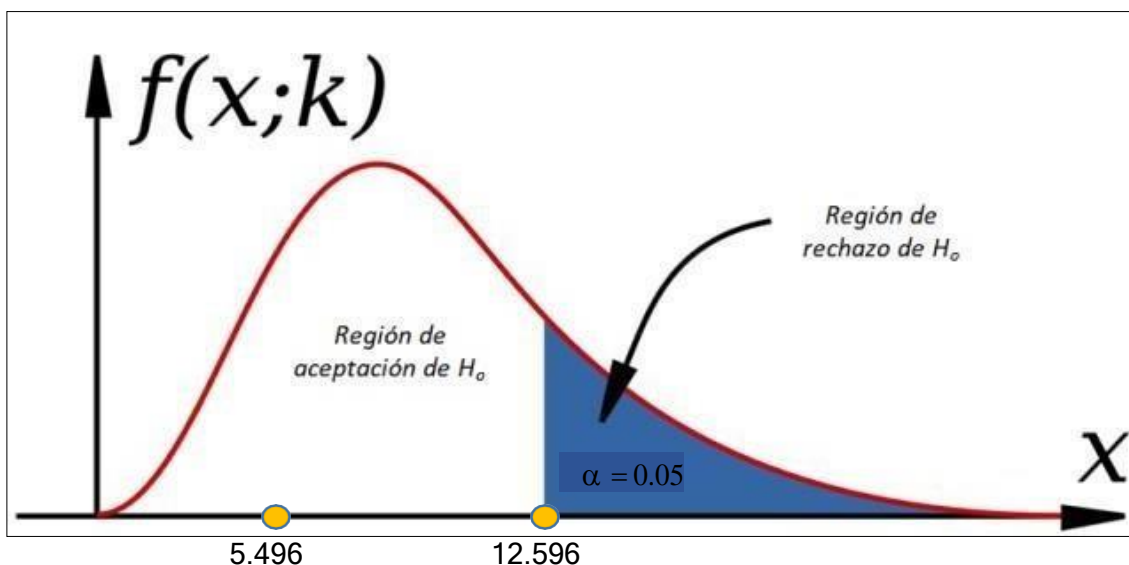
La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la tabla N°19.

En este caso la Tabla 19 se reduce a una distribución Chi cuadrada con $(4-1)(3-1) = 6$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ damos lectura en la Tabla de la Chi cuadrada cuyo valor teórico es 12.5916.

Paso 4. Decisión

Ocorre que 5.496 es el valor calculado y es menor ($<$) al valor teórico obtenida de la tabla de la distribución chi cuadrada que es 12.5916; entonces, se concluye que se acepta la hipótesis nula; a la misma vez que, se verifica por el método de la probabilidad que $p = 0.482 > 0.05$; por lo tanto, se confirma que no se rechaza la hipótesis nula.

Figura 16
Contrastación de Hipótesis General



Interpretación: Según la figura 16, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa; además que en la **tabla 20**, la prueba de chi cuadrado con significación asintótica bilateral (p) es igual a 0.482, la cual es mayor a 0.05. Confirmando también la aceptación de la hipótesis nula. Entonces se concluye que, la cultura tributaria no incide en la informalidad de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019, debido a que la informalidad se da por otros factores tanto internos como externos y no necesariamente por la carencia de cultura tributaria.

5.3.2. Hipótesis Secundaria (a)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: La educación tributaria no influye en la formalización de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

H₁: La educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Paso 2: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta.

Tabla 21
Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
EDUCACIÓN TRIBUTARIA * FORMALIZACIÓN	38	100,0%	0	0,0%	38	100,0%

Tabla 22
La educación tributaria influye en la formalización de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Tabla cruzada EDUCACIÓN TRIBUTARIA*FORMALIZACIÓN

			FORMALIZACIÓN				Total
			TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	
EDUCACIÓN TRIBUTARIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	Recuento	0	3	6	2	11
		Recuento esperado	,3	3,5	5,5	1,7	11,0
		% del total	0,0%	7,9%	15,8%	5,3%	28,9%
	DE ACUERDO	Recuento	1	8	10	4	23
		Recuento esperado	,6	7,3	11,5	3,6	23,0
		% del total	2,6%	21,1%	26,3%	10,5%	60,5%
	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	Recuento	0	1	2	0	3
		Recuento esperado	,1	,9	1,5	,5	3,0
		% del total	0,0%	2,6%	5,3%	0,0%	7,9%
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	Recuento	0	0	1	0	1
		Recuento esperado	,0	,3	,5	,2	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	2,6%
Total	Recuento	1	12	19	6	38	
	Recuento esperado	1,0	12,0	19,0	6,0	38,0	
	% del total	2,6%	31,6%	50,0%	15,8%	100,0%	

Tabla 23
Pruebas de chi-cuadrado

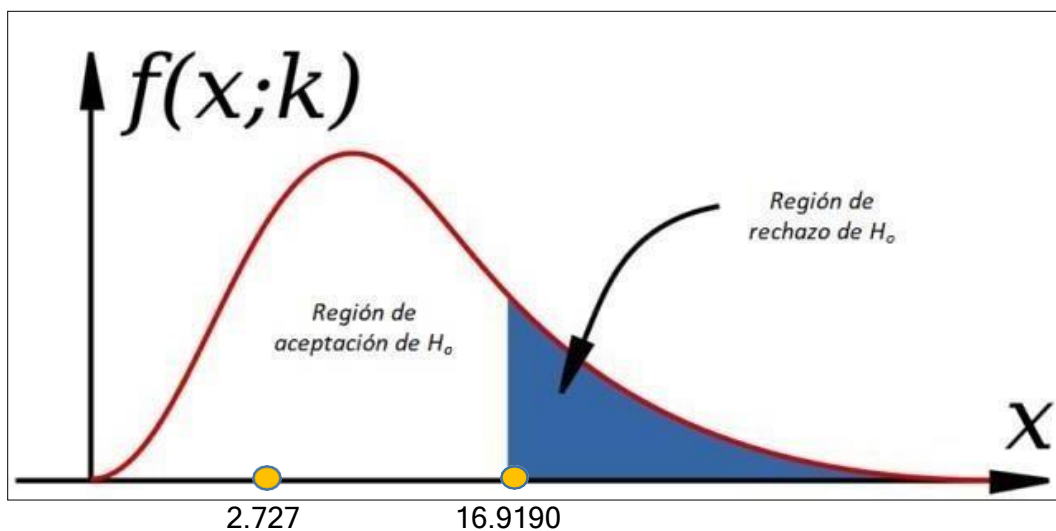
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,727 ^a	9	,974
Razón de verosimilitud	3,902	9	,918
Asociación lineal por lineal	,090	1	,764
N de casos válidos	38		

En este caso la Tabla 22 se reduce a una distribución Chi cuadrada con $(4-1) (4-1) = 9$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ damos lectura en la Tabla de la Chi cuadrada cuyo valor teórico es 16.9196.

Paso 3. Decisión

Ocurre que 2.727 es el valor calculado y es menor ($<$) al valor teórico obtenida de la tabla de la distribución chi cuadrada que es 16.919; entonces, se concluye que se acepta la hipótesis nula; a la misma vez que, se verifica por el método de la probabilidad que $p = 0.974 > 0.05$; por lo tanto, se confirma que no se rechaza la hipótesis nula.

Figura 17
Contrastación de hipótesis específica (a)



Interpretación: Según la figura 17, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa; además que en la **tabla 23**, la prueba de chi cuadrado con significación asintótica bilateral (p) es igual a 0.974, la cual es mayor a 0.05. Confirmando también la aceptación de la hipótesis nula. Entonces se concluye que, la educación tributaria no influye en la formalización de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019, porque la formalización también depende de las facilidades administrativas que otorgue la Administración Tributaria.

5.3.3. Hipótesis Secundaria (b)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H₀: El cumplimiento de normas tributarias no contribuyen en la recaudación tributaria de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

H₁: El cumplimiento de normas tributarias contribuyen en la recaudación tributaria de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Paso 2: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta.

Tabla 24
Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CUMPLIMIENTO DE NORMAS TRIBUTARIAS * RECAUDACIÓN TRIBUTARIA	38	100, 0%	0	0,0%	38	100, 0%

Tabla 25

El cumplimiento de normas tributarias contribuye en la recaudación tributaria de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana – 2019.

*Tabla cruzada CUMPLIMIENTO DE NORMAS TRIBUTARIAS*RECAUDACIÓN TRIBUTARIA*

		RECAUDACIÓN TRIBUTARIA				Total	
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO		
CUMPLIMIENTO DE NORMAS TRIBUTARIAS	TOTALMENTE DE ACUERDO	Recuento	4	2	0	0	6
		Recuento esperado	1,1	2,5	1,9	,5	6,0
		% del total	10,5%	5,3%	0,0%	0,0%	15,8%
	DE ACUERDO	Recuento	1	13	5	1	20
		Recuento esperado	3,7	8,4	6,3	1,6	20,0
		% del total	2,6%	34,2%	13,2%	2,6%	52,6%
	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	Recuento	2	1	7	2	12
		Recuento esperado	2,2	5,1	3,8	,9	12,0
		% del total	5,3%	2,6%	18,4%	5,3%	31,6%
Total	Recuento	7	16	12	3	38	
	Recuento esperado	7,0	16,0	12,0	3,0	38,0	
	% del total	18,4%	42,1%	31,6%	7,9%	100,0%	

Tabla 26

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,152 ^a	6	,001
Razón de verosimilitud	22,727	6	,001
Asociación lineal por lineal	9,896	1	,002
N de casos válidos	38		

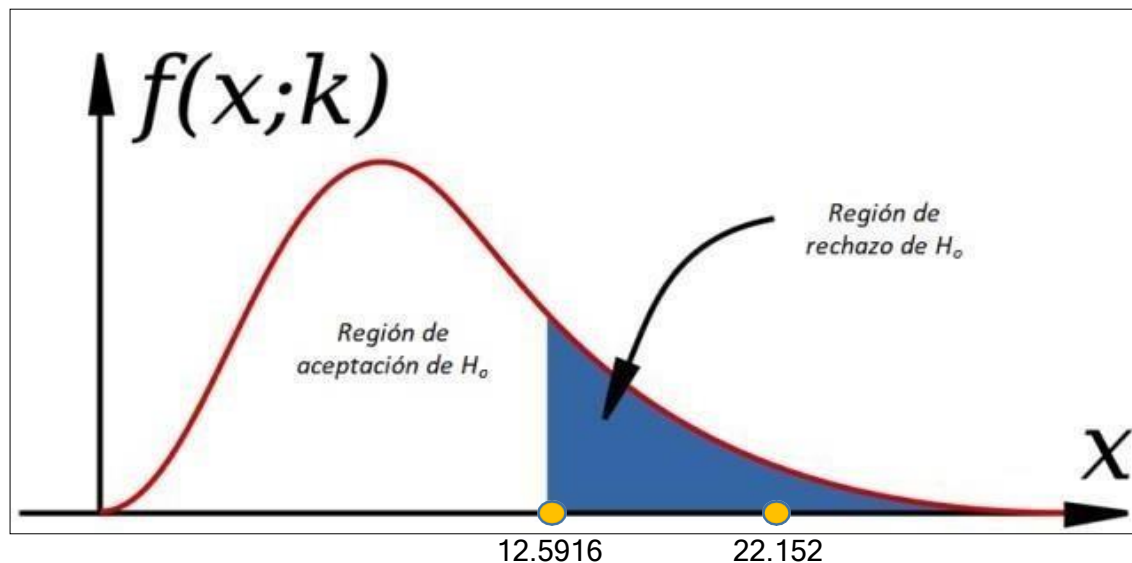
En este caso la Tabla 25 se reduce a una distribución Chi cuadrada con (3-1) (4-1) = 6 grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ damos lectura en la Tabla de la Chi cuadrada cuyo valor teórico es 12.5916.

Paso 3. Decisión

Ocurre que 22.152 es el valor calculado y es mayor (>) al valor teórico obtenida de la tabla de la distribución chi cuadrada que es 12.5916; entonces, se concluye que se acepta la

hipótesis alternativa; a la misma vez que, se verifica por el método de la probabilidad que $p = 0.001 < 0.05$, por lo tanto, se confirma que se rechaza la hipótesis nula.

Figura 18
Contrastación de hipótesis específica (b)



Interpretación: Según la figura 18, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; además que en la **tabla 26**, la prueba de chi cuadrado con significación asintótica bilateral (p) es igual a 0.01, la cual es menor a 0.05. Confirmando también el rechazo de la hipótesis nula. Entonces se concluye que, el cumplimiento de normas tributarias contribuye en la recaudación tributaria de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

5.3.4. Hipótesis Secundaria (c)

Paso 1: Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

H_0 : La conciencia tributaria no incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

H_1 : La conciencia tributaria incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Paso 2: Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrada calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta.

Tabla 27

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
CONCIENCIA TRIBUTARIA * OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	38	100,0%	0	0,0%	38	100,0%

Tabla 28

La conciencia tributaria incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana – 2019.

*Tabla cruzada CONCIENCIA TRIBUTARIA*OBLIGACIONES TRIBUTARIAS*

		OBLIGACIONES TRIBUTARIAS				Total	
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO		
CONCIENCIA TRIBUTARIA	TOTALMENTE DE ACUERDO	Recuento	1	2	2	0	5
		Recuento esperado	,1	1,6	3,2	,1	5,0
		% del total	2,6%	5,3%	5,3%	0,0%	13,2%
	DE ACUERDO	Recuento	0	6	10	1	17
		Recuento esperado	,4	5,4	10,7	,4	17,0
		% del total	0,0%	15,8%	26,3%	2,6%	44,7%
	NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO	Recuento	0	4	10	0	14
		Recuento esperado	,4	4,4	8,8	,4	14,0
		% del total	0,0%	10,5%	26,3%	0,0%	36,8%
	EN DESACUERDO	Recuento	0	0	2	0	2
		Recuento esperado	,1	,6	1,3	,1	2,0
		% del total	0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	5,3%
Total	Recuento	1	12	24	1	38	
	Recuento esperado	1,0	12,0	24,0	1,0	38,0	
	% del total	2,6%	31,6%	63,2%	2,6%	100,0%	

Tabla 29
Pruebas de chi-cuadrado

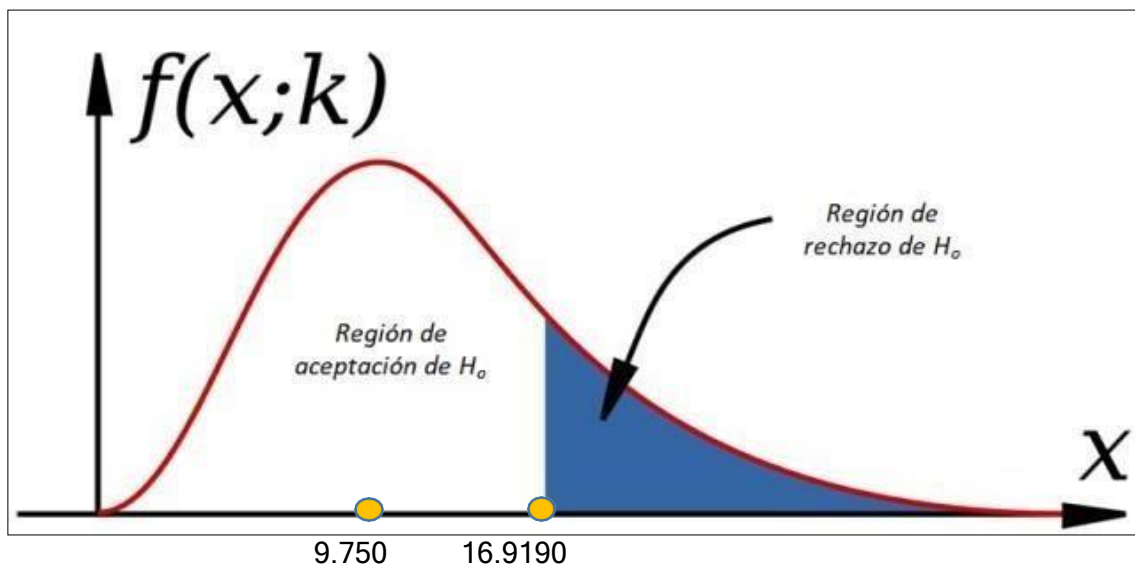
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,750 ^a	9	,371
Razón de verosimilitud	8,195	9	,515
Asociación lineal por lineal	2,585	1	,108
N de casos válidos	38		

En este caso la Tabla 28 se reduce a una distribución Chi cuadrada con $(4-1) (4-1) = 9$ grados de libertad que para un nivel de significancia $\alpha = 0.05$ damos lectura en la Tabla de la Chi cuadrada cuyo valor teórico es 12.5916.

Paso 3. Decisión

Ocurre que 9.750 es el valor calculado y es menor ($<$) al valor teórico obtenida de la tabla de la distribución chi cuadrada que es 16.9190 ; entonces, se concluye que se acepta la hipótesis nula; a la misma vez que, se verifica por el método de la probabilidad que $p = 0.371 > 0.05$; por lo tanto, se confirma que no se rechaza la hipótesis nula.

Figura 19
Contrastación de específica (c)



Interpretación: Según la figura 19, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa; además que en la **tabla 29**, la prueba de chi cuadrado con significación

asintótica bilateral (p) es igual a 0.371, la cual es mayor a 0.05. Confirmando también la aceptación de la hipótesis nula. Entonces se concluye que, la conciencia tributaria no incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019, esto se debe a que los comerciantes sí son conscientes de sus obligaciones tributarias pero optan por no acatarlas.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

La discusión propuesta, es resultado del intenso análisis e interpretaciones realizadas a las encuestas ejecutadas a los comerciantes, a las interpretaciones de los antecedentes nacionales e internacionales, a la realidad problemática y a la información teórica; todo esto, con la finalidad de determinar de qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana - 2019.

Las variables han sido probadas gracias a la contratación de las hipótesis como resultado de la aplicación de las encuestas a la muestra determinada. Las encuestas aplicadas a los comerciantes cuentan con información relevante y veraz para la investigación; lo cual, nos ha permitiendo conocer la situación real en los mercados.

La cultura tributaria debe ser implantada en todos los contribuyentes; primordialmente, en los aún no contribuyentes de los mercados materia de estudio; porque de esa manera, teniendo conciencia tributaria, llevará a que tributen de manera voluntaria y no por obligación o por sanciones impuestas por la Administración Tributaria.

La informalidad es un problema latente desde tiempos pasados y aparece debido a las trabas administrativas aplicadas por parte del gobierno; por lo cual, este genera retraso

en el crecimiento socioeconómico del país; su impacto no es solo en el ámbito empresarial, sino también en lo laboral; por lo que, es necesario descender estos niveles significativos de informalidad cumpliendo con las obligaciones tributarias y respetando los beneficios otorgados por la ley a los trabajadores.

Con base a los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta, se concluye que un gran porcentaje de los comerciantes consideran que la informalidad no es consecuencia de la ausencia de cultura tributaria, lo que demuestra que aún teniendo conocimientos tributarios, deciden ser informales. Por otro lado, algunos comerciantes creen que, efectivamente, ser informal es por la carencia de cultura tributaria; esto debido, a la falta de inducciones y orientaciones tributarias.

Un punto interesante para tomar en cuenta, es que más de la mitad de los comerciantes consideran que las inducciones tributarias deberían ser continuas en ellos, debido a que la Administración Tributaria ignora a los pequeños emprendedores o negocios, lo que conlleva a que los comerciantes no sientan presión en cumplir sus obligaciones tributarias correspondientes. Sin embargo, pocos de los encuestados indican que no es necesario dar orientaciones tributarias a los comerciantes, debido a que se sienten capaces y autónomos para cumplir con sus deberes tributarios.

En esta misma línea, la mayoría de comerciantes están de acuerdo que tener conocimiento tributario para emprender un negocio es de vital importancia, porque de esa manera evitarán el pago de multas innecesarias; no obstante, la tercera parte consideran que no; esto a causa de que muchos de ellos iniciaron sus emprendimientos sin ninguna base u orientación tributaria y hasta la actualidad no sienten la necesidad de adquirirlos.

Analizando las respuestas de la encuesta, un punto importante a destacar es que más de la mitad de los comerciantes consideran que la informalidad desfavorece el incremento de la recaudación tributaria; mientras que casi la tercera parte de los mismos, desconocen como la informalidad repercute en la recaudación tributaria. Lo sorprendente fue que el 14% de los encuestados confirmaron que el incremento de la recaudación tributaria no es por la informalidad, sino más bien por otros factores.

Las respuestas brindadas con respecto a si las consecuencias del incumplimiento tributario pueden afectar a su emprendimiento, la mayoría de los encuestados consideraron que sí, debido a que si no cumplen lo que está establecido en Ley, sus emprendimientos serán, en la mayoría de casos y la más importante, cerrados; de la misma forma, algunos de los mismos, ignoran las implicaciones de no cumplir tributariamente porque aducen que las fiscalizaciones en los mercados no son regulares.

Basándonos en los resultados obtenidos en las encuestas, se aceptó la hipótesis nula, el cual menciona que la educación tributaria no influye en la formalización de los comerciantes de los mercados; por lo tanto, no existe una correlación entre los indicadores “educación tributaria” y “formalización”.

En cuanto a la siguiente hipótesis, se rechazó la hipótesis nula, el cual plantea que el cumplimiento de normas tributarias sí contribuye a la recaudación tributaria de los comerciantes de los mercados; demostrando así, un vínculo entre el cumplimiento de normas tributarias y la recaudación tributaria.

En referencia a la tercera y última hipótesis, se aceptó la hipótesis nula que plantea que la conciencia tributaria no incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados; por lo cual, se entiende que no existe un vínculo entre la conciencia tributaria y las obligaciones tributarias.

Respecto a esta última hipótesis, los resultados guardan relación con lo que sostiene **Vela** (2017) donde concluye que “el nivel de educación de los contribuyentes no está asociado a la evasión de impuestos, no afecta a la evasión de impuestos”; entonces, referente a la presente investigación, no importa el grado de conciencia tributaria que puede tener el comerciante, de igual manera va optar por incumplir sus obligaciones tributarias tal como nos refleja los resultados.

Por lo tanto, el Estado debe tomar medidas inmediatas para contrarrestar la informalidad en el país, la Administración Tributaria debe simplificar los procesos largos y costosos para formalizarse, sensibilizar a los contribuyentes y no contribuyentes en que tan importante es cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias. La informalidad no solo se

da por la ausencia de una buena cultura tributaria; sino, que existen otros factores que inciden a que la informalidad vaya en aumento diariamente.

6.2. Conclusiones

En la presente investigación se han planteado las siguientes conclusiones:

a) Se demostró que la educación tributaria no influye en la formalización de los comerciantes de los mercados, debido a que los comerciantes consideran que los trámites administrativos para formalizarse son demasiados engorrosos y costosos, lo que conlleva a que cada comerciante tome la decisión de formalizar su emprendimiento o no.

b) Se evidenció que el cumplimiento de normas tributarias contribuye a la recaudación tributaria, puesto que la mayoría de los comerciantes consideraron que cumplen parcialmente con las normas estipuladas en la Ley.

c) Se determinó que la conciencia tributaria no incide en las obligaciones tributarias de los comerciantes de los mercados; a pesar de que se observa que cada uno de ellos son racionales y cuentan con conocimientos cívicos y tributarios, optan por no ser responsables con sus deberes tributarios.

Se determinó que la cultura tributaria no incide en la informalidad de los comerciantes de los mercados; la informalidad se da por otros factores, tales como, el desempleo, escasez formativa laboral, la pobreza, la migración; además muchos de ellos imprevistos como pandemias, desastres naturales, entre otros; los cuales generan comerciantes informales sin puestos fijos en los mercados.

6.3. Recomendaciones

Con base a las conclusiones de la investigación, se presentan las siguientes recomendaciones:

a) Simplificar los requisitos que impone la Administración Tributaria para poder formalizar un negocio pequeño, evitar sanciones a nuevos emprendimientos, realizar fiscalizaciones con mayor frecuencia para difundir las ventajas que ocasiona la formalidad; tales como, la condición de buen contribuyente, la creación de un buen historial crediticio, el acceso al financiamiento y la competitividad en el mercado actual.

b) El Gobierno debe implantar estrategias para mejorar el cumplimiento de las normas tributarias; a la vez, estimular su cumplimiento para prevenir la evasión tributaria y para que la recaudación fiscal no sea solo con ánimos punitivos; sino, con la intención de motivar a los comerciantes indicando que el cumplimiento de las normas tributarias es en beneficio de todos los ciudadanos porque se contará con mejores bienes y servicios públicos.

c) Sensibilizar a los comerciantes mediante charlas, capacitaciones e incentivos sobre las consecuencias de ser responsables con el pago de sus obligaciones tributarias, argumentando que el cumplimiento de sus deberes tributarios y cívicos va a mejorar el desarrollo socioeconómico del país.

Se recomienda que el Estado tome medidas y decisiones inmediatas para reducir la informalidad; como, por ejemplo, la generación de empleos, control de los inmigrantes, creación de centros de capacitación laboral; así como también, la implementación de normativas para simplificar la legislación tributaria con el propósito de ampliar la base tributaria. Es pertinente precisar, que el Estado ha emitido la Ley 30953 para que el comerciante realice sus actividades en un local propio dentro de los mercados de abasto; a partir de la existencia de dicho registro, La Administración Tributaria va a identificar a los comerciantes con el fin de hacer el seguimiento para que se registren como contribuyentes activos formales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Belapatiño, V., Grippa, F., & Perea, H. (09 de Enero de 2017). *Perú | Informalidad laboral y algunas propuestas para reducirla*. Obtenido de BBVA | Research - Observatorio Económico Perú. P.: <https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2017/01/Observatorio-informalidad-laboral1.pdf>. Consultado el 25 de Julio del 2021.
- Bustamante, W., & Cristian, M. (2011). Unidad de Postgrados-Diplomado Superior en Gestión Tributaria Empresarial. *Diseño e implementación de estrategias para la consolidación de una efectiva cultura tributaria en el sector comercial de la bahía de Guayaquil "Cooperativa 4 de Agosto"*. Universidad Politécnica Salesiana- ECUADOR, Guayaquil. Pag 19, 20. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1777/13/UPS-GT000233.pdf>. Consultado el 25 de Julio del 2021.
- Carrión, D. (2019). "*Medición y análisis de la cultura tributaria, una aplicación al sector ferretero de la ciudad de Cuenca en el año 2018*". (Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magister en Administración Tributaria.). Universidad de cuenca. Recuperado de: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32871/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>. Consultado el 03 de Agosto del 2021.
- Casal, J., Becerra, J., & Vásquez, L. (2020). Estrategias tributarias como herramientas de optimización de rentabilidad en el sector de alquiler de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, V(N° 4)
- CEPLAN. (Mayo de 2016). Economía informal en Perú: Situación actual y perspectivas. P.10. Obtenido de Centro Internacional de Planeamiento Estratégico: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1057121/economia_informal_en_peru_11-05-201620200728-16199-hkxram.pdf. Consultado el 26 de Julio del 2021.

CIAT. (29 de Julio de 2014). *Los Incentivos Tributarios una vez más*. Obtenido de Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Parraf. 5: <https://www.ciat.org/los-incentivos-tributarios-una-vez-mas/#:~:text=En%20lo%20relacionado%20con%20la,puede%20incidir%20en%20lo%20formal.> . Consultado el 26 de Julio del 2021.

Codigo Tributario. (s.f.). Título Preliminar. *Norma II- Ambito de Aplicación*. Obtenido de [https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/tituloopr.htm#:~:text=Este%20C%C3%B3digo%20rige%20las%20relaciones,el%20t%C3%A9rmino%20gen%C3%A9rico%20tributo%20comprende%3A&text=c\)%20Tasa%3A%20Es%20el%20tributo,p%C3%BAblico%20individualizado%20en%20el%20contr.](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/codigo/tituloopr.htm#:~:text=Este%20C%C3%B3digo%20rige%20las%20relaciones,el%20t%C3%A9rmino%20gen%C3%A9rico%20tributo%20comprende%3A&text=c)%20Tasa%3A%20Es%20el%20tributo,p%C3%BAblico%20individualizado%20en%20el%20contr.) Consultado el 28 de Julio del 2021.

Crespo, E. (s.f.). *Qué son los tributos y tipos: impuestos, contribuciones y tasas*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/los-distintos-tipos-de-tributos-impuestos-contribuciones-y-tasas>

Estrada, S. (2014). *Cultura Tributaria 50 preguntas y respuestas*. (S. V. F., Editor) Obtenido de Super Intendencia de Administración Tributaria-SAT. p. 14: <http://www.sia.eurosocial-ii.eu/files/docs/1414528405-Cultura%20Tributaria%20-%2050%20preguntas%20y%20respuestas.pdf>. Consultado el 28 de Julio del 2021.

Fondo, D. a. (30 de Octubre de 2019). *Gráfico de la semana: La economía informal mundial: Grande, pero ya no tanto*. Obtenido de Diálogo a Fondo El blog del FMI sobre temas económicos de America Latina. Parr. 2: <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=12128>. Consultado el 02 de Agosto del 2021.

Garcia, J. (13 de Junio de 2017). *Elevemos la cultura tributaria en el Perú*. Obtenido de Universidad de Ciencias y Humanidades. Parraf. 5, 7: <https://www.uch.edu.pe/uch-noticias/p/elevemos-la-cultura-tributaria-en-el-peru>. Consultado el 18 de Julio del 2021.

Gerencie.com. (05 de Abril de 2021). *¿Qué es la carga tributaria?* Obtenido de <https://www.gerencie.com/que-es-eso-de-la-carga-tributaria.html>. Consultado el 18 de Julio del 2021.

Gil, K. & Zapata, L. (2017). *Cultura Tributaria en Perú*. Artículo, FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTA "UNIEMPRESARIAL, Bogota-Colombia.p. 8 Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20219/T%20CP%20G463c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Consultado el 16 de Agosto del 2021.

INEAF BUSINESS SCHOOL. (s.f.). *La Recaudación Tributaria. Aspectos Generales*. Obtenido de Universidad Nebrija: <https://www.ineaf.es/divulgativo/sistema-tributario/procedimientos-tributarios-regimen-sancionador/la-recaudacion-tributaria-aspectos-generales#:~:text=La%20recaudaci%C3%B3n%20tributaria%20consiste%20en,cobro%20de%20las%20deudas%20tributarias>. Consultado el 16 de Agosto del 2021.

Julcamoro, A., & Machuca, M. (2017). "INFLUENCIA DE LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA EVASIÓN DE IMPUESTOS EN LOS COMERCIANTES DE LAS GALERÍAS ARCÁNGEL CAJAMARCA 2017" (Tesis para obtener el título profesional). Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12799/Julcamoro%20Ocas%20Ayde%C3%A9%20del%20Socorro%20%20Machuca%20Tirado%20Milagros%20Soledad.pdf?sequence=3&isAllowed=y>. Consultado el 03 de Agosto del 2021.

Loayza, N. (s.f). Causas y Consecuencias de la Informalidad en el Perú. *Estudios Económicos*, p.46, 50. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>. Consultado el 18 de Agosto del 2021.

López, L., & Núñez, E. (2016). “*IMPACTO DE LA INFORMALIDAD EN LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE GRANOS DE LA BANCA PEQUEÑA EMPRESA DEL BANCO INTERBANK, DISTRITO JOSÉ LEONARDO ORTIZ - PERIODO 2014*”. (tesis para optar el título de: contador público). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/84110483.pdf>. Consultado el 03 de Agosto del 2021.

Luna, J. (06 de agosto de 2019). Diario Correo. Obtenido de: <https://diariocorreo.pe/economia/crece-numero-de-mypes-que-operan-en-la-informalidad-902817/?ref=dcr>. Consultado el 16 de Setiembre del 2021.

Mendez, F. (18 de Septiembre de 2018). *Sector informal: ¿qué es y cómo afecta a América Latina?* Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/sector-informal-que-es-y-como-afecta-a-america-latina/>

MOSTACERO, D. (2020). “*INFORMALIDAD EN LAS MYPES Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS EN EL PERÚ*” (Para optar el Grado Académico de Magíster en Política y Gestión Tributaria con mención en Política y Sistema Tributario). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11780/Mostacero_md.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Consultado el 03 de Agosto del 2021.

OIT. (Enero de 2017). *La Formalización de las Empresas*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo. P. 1 : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/--emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_549523.pdf. Consultado el 25 de Agosto del 2021.

Oliva, C. (02 de Agosto de 2018). MEF: evasión tributaria alcanza el 36% del IGV y el 57% del Impuesto a la Renta. (N. Cordova, Entrevistador). Párraf. 4. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mef-evasion-tributaria-alcanza-36-del-igv-y-57-del-impuesto-a-renta-719696.aspx>. Consultado el 25 de Agosto del 2021.

- Perez, J., & Gardey, A. (2018). *Definición de Informal*. Obtenido de Definición.DE:
<https://definicion.de/informal/>. Consultado el 25 de Agosto del 2021.
- Perez, C. A. (2020). Definiciones y Repercusiones de la Informalidad. *Centro de Investigación Economía y Negocios Globales*, pag 5,8.
<https://cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2018/07/Definiciones-y-Repercusiones-de-la-Informalidad-DT-2018-01.pdf>. Consultado el 13 de Agosto del 2021.
- Prana. (27 de Octubre de 2020). *¿Qué es la rentabilidad de una empresa y cómo se calcula?* Obtenido de Prana Group: <https://pranagroup.mx/blog/retribucion-para-tu-negocio/que-es-la-rentabilidad-de-una-empresa-y-como-se-calcula-628/>. Consultado el 30 de Agosto del 2021.
- Quevedo, Y., & Urueña, J. (2018). "INFORMALIDAD EMPRESARIAL: DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS E INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE BOGOTÁ D. C., LOCALIDAD DE ENGATIVÁ". XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Recuperado de:
<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxiii/docs/9.09.pdf>. Consultado el 03 de Agosto del 2021.
- RAE. (s.f). *Definición de Cultura*. Obtenido de Real Academia Española:
<https://www.rae.es/desen/cultura>. Consultado el 22 de Agosto del 2021.
- Rodrigo, L. (2017). "LA EDUCACIÓN TRIBUTARIA COMO MEDIDA PARA INCREMENTAR LA RECAUDACIÓN FISCAL EN LA CIUDAD DE CHOTA- 2013". *Para obter el Título Profesional de Contador Público*. Universidad Nacional de Cajamarca, Chota-Perú.
- SAT. (17 de Noviembre de 2020). *El SAT te educa*. Obtenido de Cultura Tributaria:
<https://www.sat.gob.pe/websitev9/culturatributaria/Novedades/aid/539>. Consultado el 22 de Agosto del 2021.

SAT. (s.f). *Cultura Tributaria*. Obtenido de Super Intendencia de Administracion Tributaria.

Parraf 1,4: <https://portal.sat.gob.gt/portal/cultura-tributaria/>. Consultado el 29 de Julio del 2021.

Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL). (31 de Julio de 2017).

Informalidad laboral: un problema en aumento y un desafío para las empresas.

Obtenido de Bumeran: https://www.bumeran.com.pe/noticias/informalidad-laboral-problema-aumento-desafio-las-empresas/?gclid=Cj0KCQjw8laGBhCHARIsAGIRRYp90QJ-tbcfgSONrssT50BvRs8En6ghE1hZzN8Ls-m7OqykaFZo4blaAkzvEALw_wcB.

Consultado el 29 de Julio del 2021.

Tortolero, M. (2017). “*LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL PAGO DEL IMPUESTO SOBRE INMUEBLES URBANOS EN EL MUNICIPIO VALENCIA DEL ESTADO CARABOBO DURANTE EL AÑO 2016*” (Trabajo Especial de Grado como requisito parcial para optar al grado de Especialista en Gerencia Tributaria). UNIVERSIDAD DE CARABOBO. Recuperado de:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/5822/mtortolero.pdf?sequence=1>. Consultado el 03 de Agosto del 2021.

Uriarte, J. (21 de Mayo de 2020). *Cultura*. Obtenido de Características:

<https://www.caracteristicas.co/cultura/>. Consultado el 19 de Julio del 2021.

Vela, V. (2017). “*CULTURA TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA EVASIÓN DE IMPUESTOS DE LOS MICROEMPRESARIOS EN LIMA METROPOLITANA AÑOS 2015-2016*” (Tesis para obtener el título profesional). Universidad Ricardo Palma.

Recuperado de:

http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1468/T030_41367227_T.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Consultado el 03 de Agosto del 2021.

Verona, J. (30 de Noviembre de 2018). *Luchar contra la informalidad a finales del 2018*.

Obtenido de Grupo Verona. Parraf. 1: <https://grupoverona.pe/luchar-contra-la-informalidad-a-finales-del->

ANEXO N° 1 - Matriz de Consistencia
CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA ZONA NORTE DE LIMA METROPOLITANA-2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>A. PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>¿De qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019?</p> <p>B. PROBLEMAS SECUNDARIOS</p> <p>a) ¿En qué medida la Educación Tributaria influyen en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019?</p> <p>b) ¿De qué forma el cumplimiento de Normas Tributarias contribuyen en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019?</p> <p>c) ¿De qué manera la Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019?</p>	<p>A. OBJETIVO PRINCIPAL</p> <p>Determinar de qué manera la Cultura Tributaria incide en la Informalidad de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>B OBJETIVOS SECUNDARIOS</p> <p>a) Demostrar en qué medida la Educación Tributaria influyen en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>b) Evidenciar de qué forma el cumplimiento de Normas Tributarias contribuyen en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>c) Determinar de qué manera la Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p>	<p>A. HIPÓTESIS PRINCIPAL</p> <p>La Cultura Tributaria incide en la Informalidad en los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>B. HIPÓTESIS SECUNDARIAS</p> <p>a) La Educación Tributaria influye en la Formalización de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>b) El cumplimiento de Normas Tributarias contribuye en la Recaudación Tributaria de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p> <p>c) La Conciencia Tributaria incide en las Obligaciones Tributarias de los Comerciantes de los mercados de la zona norte de Lima Metropolitana- 2019.</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <p>X: CULTURA TRIBUTARIA</p> <p style="text-align: center;"><u>INDICADORES:</u></p> <p>X1: Educación Tributaria X2: Cumplimiento de Normas Tributarias X3: Conciencia tributaria</p> <p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <p>Y: INFORMALIDAD</p> <p style="text-align: center;"><u>INDICADORES:</u></p> <p>Y1: Formalización Y2: Recaudación Tributaria Y3: Obligaciones Tributarias</p>	<p>1. Tipo de Investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>2. Nivel de investigación</p> <p>Explicativo causal</p> <p>3. Población</p> <p>La población estuvo conformada por 152 comerciantes de los mercados.</p> <p>4. Muestra</p> <p>La muestra estuvo conformada por 38 comerciantes de los mercados.</p> <p>5. Técnicas de Recolección de Datos</p> <p>Encuesta</p> <p>6. Instrumentos de Recolección de Datos</p> <p>Cuestionario</p>

ANEXO 2 – Encuesta

INSTRUCCIONES:

Estimado(a) participante, la presente encuesta busca establecer la incidencia de la variable independiente y la variable dependiente del tema "**LA CULTURA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LOS MERCADOS DE LA ZONA NORTE DE LIMA METROPOLITANA-2019**". Por tal motivo, se le exhorta que en las preguntas que a continuación se acompaña, elegir la alternativa que considere adecuada. Este instrumento de recolección de datos es de carácter anónimo y confidencial, que por su seguridad no se revelará su nombre ni datos que proporcione. Su aporte será de mucho interés para el presente trabajo de investigación por la cual se solicita que responda con veracidad. Se agradece su colaboración

X. CULTURA TRIBUTARIA

1. **¿Considera usted que, la informalidad es consecuencia de la falta de cultura tributaria?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X1. Educación Tributaria

X1.1 Educación cívica

2. **¿Cree usted que, es necesario brindar cursos de educación cívica en los colegios para mejorar la sensibilización tributaria en el país?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X1.2 Inducciones Tributarias

3. ¿Considera usted que, se deben brindar inducciones tributarias a los comerciantes?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X2. Cumplimiento de Normas Tributarias

X2.1 Pago de Impuestos

4. ¿Considera usted que, el pago de impuestos es un cumplimiento obligatorio en cada contribuyente?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X2.2 Registros Contables

5. ¿Cree usted que, todo contribuyente debe llevar rigurosamente sus registros contables de estar sujetos tributariamente?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X3. Conciencia Tributaria

X3.1 Conocimiento Tributario

6. ¿Considera usted que, es necesario tener conocimiento tributario para un emprendimiento empresarial?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

X3.2 Deberes Tributarios

7. ¿Cree usted que, todo ciudadano debe cumplir con sus deberes tributarios?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y. INFORMALIDAD

8. ¿Cree usted que, la informalidad no favorece el incremento de la recaudación tributaria?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y1. Formalización

Y1.1 Registro Único del Contribuyente

9. ¿Cree usted que, es suficiente para ser formal contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC)?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y1.2 Planilla Electrónica

10. ¿Considera usted que, los trabajadores a su cargo deben ser declarados en la planilla electrónica?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo

- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y2. Recaudación Tributaria

Y2.1 Informalidad Empresarial

11. ¿Cree usted que, la informalidad empresarial afecta el desarrollo socioeconómico del país?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y2.2 Evasión Tributaria

12. ¿Considera usted que, la formalización disminuye la evasión tributaria?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y3. Obligaciones Tributarias

Y3.1 Responsabilidad de las obligaciones tributarias

13. ¿Cree usted que, los contribuyentes conglomerados en los mercados son responsables con el pago de sus obligaciones tributarias?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

Y3.2 Consecuencias del Incumplimiento Tributario

14. ¿Considera usted que, las consecuencias del incumplimiento tributario pueden afectar a su emprendimiento?

- a) Totalmente de acuerdo

- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 3 – Cálculo del alfa de Cronbach

ID	VARIABLE INDEPENDIENTE							VARIABLE DEPENDIENTE							Columi
	X	X1		X2		X3		Y	Y1		Y2		Y3		
		X11	X12	X21	X22	X31	X32		Y11	Y12	Y21	Y22	Y31	Y32	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	31
2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
3	1	2	1	1	1	1	1	5	3	2	1	1	3	1	24
4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	36
5	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	2	35
6	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	3	2	3	33
7	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	34
8	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	3	2	3	2	28
9	1	5	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	20
10	3	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	32
29	1	1	1	4	2	1	4	2	4	3	1	1	4	1	30
30	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	1	20
31	1	3	1	4	2	1	4	2	4	3	4	2	4	2	37
35	3	2	1	3	3	3	4	4	1	4	4	3	3	3	41
36	4	2	1	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	2	37
37	2	1	1	1	2	1	2	2	4	2	2	1	2	1	24
38	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	2	2	3	2	24
	1.2233	0.87	0.52	1	0.5	0.7	0.9	0.8	1.2	1.1	0.9	0.6	0.84	0.43	

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_T^2} \right]$$

ALFA DE CRONBACH = 0.71