



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“CULTURA TRIBUTARIA EN LOS NEGOCIOS DEL SECTOR BELLEZA DE UNA GALERÍA COMERCIAL DEL CENTRO DE LIMA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Contadora Pública

Autor:

Laura Diana Asquiere Gallardo

Asesor:

Dr. Roberth Frías Guevara

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

A Alejandrina y Jaime, mis padres, por enseñarme
a ser mejor persona y por su apoyo incondicional
en el logro de mis metas.

A Klein, mi novio, por apoyarme en los momentos
más difíciles y alentarme a seguir adelante.

Laura

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme tener la oportunidad de vivir
estos momentos tan gratos e inolvidables y por
darme las fuerzas necesarias para continuar a pesar
de los obstáculos.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN	11
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática	12
Antecedentes Nacionales	14
Antecedentes Internacionales	17
Teorías que sustentan la variable de Cultura Tributaria	20
Marco Teórico.....	21
1.2. Formulación del problema	24
1.2.1. Problema general	24
1.2.2. Problemas específicos.....	25
1.3. Objetivos	25
1.3.1. Objetivo general.....	25
1.3.2. Objetivos específicos	25
Justificación	25
Justificación Teórica	26
Justificación Práctica	26

Justificación Valorativa	26
Justificación Académica	26
Delimitación de la Investigación	26
Delimitación Espacial	26
Delimitación Temporal	27
Delimitación Social.....	27
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	28
2.1. Tipo de investigación.....	28
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	29
2.2.1. Población.	29
2.2.2. Muestra.	29
2.2.3. Muestreo	30
2.2.4. Confiabilidad y Validez	31
Confiabilidad de la variable “Cultura Tributaria”	31
Validez.....	32
Operacionalización de la variable Cultura Tributaria.....	32
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	33
2.4. Procedimiento	33
Aspectos Éticos:.....	34
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	35
3.1. Presentación de los Resultados	35
Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Valores Tributarios.....	36
Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Conocimiento Tributario.....	43
Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Conciencia Tributaria.....	49

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	55
4.1. Discusión.....	55
Dimensión 1: Valores Tributarios.....	55
Dimensión 2: Conocimientos Tributarios.....	56
Dimensión 3: Conciencia Tributaria.....	57
4.2. Conclusiones:.....	59
REFERENCIAS.....	61
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Negocios encuestados - Muestra de la población	30
Tabla 2. Negocios encuestados - Muestra y Muestreo de prueba piloto	30
Tabla 3. Coeficiente de Alfa de Cronbach.....	31
Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos – Prueba Piloto	31
Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad – Prueba Piloto.....	32
Tabla 6. Juicio de expertos.....	32
Tabla 7. Operacionalización de la Variable Cultura Tributaria	32
Tabla 8. Técnicas e Instrumentos de recolección	33
Tabla 9. Resumen de procesamiento de casos	35
Tabla 10. Estadísticas de fiabilidad	35
Tabla 11. ¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?	36
Tabla 12. ¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?	37
Tabla 13. ¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?	38
Tabla 14. ¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?	39
Tabla 15. ¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?	40
Tabla 16. ¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?.....	41
Tabla 17. ¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?.....	42
Tabla 18. ¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?	43
Tabla 19. ¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?.....	44

Tabla 20. ¿Considera usted que SUNAT le brinda información certera y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias?	45
Tabla 21. ¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?.....	46
Tabla 22. ¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?...	47
Tabla 23. ¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?.....	48
Tabla 24. ¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?.....	49
Tabla 25. ¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?	50
Tabla 26. ¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?.....	51
Tabla 27. ¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos?.....	52
Tabla 28. ¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?.....	53
Tabla 29. ¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?.....	36
Figura 2.¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?.....	37
Figura 3.¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?.....	38
Figura 4.¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?.....	39
Figura 5.¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?.....	40
Figura 6.¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?.....	41
Figura 7.¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?.....	42
Figura 8.¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?.....	43
Figura 9.¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?.....	44
Figura 10.¿Considera usted que SUNAT le brinda información certera y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias?.....	45
Figura 11.¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?.....	46
Figura 12.¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?.....	47
Figura 13.¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?.....	48
Figura 14.¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?.....	49

Figura 15.¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?..... 50

Figura 16.¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?..... 51

Figura 17.¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos?..... 52

Figura 18.¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?..... 53

Figura 19.¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?..... 54

RESUMEN

La presente investigación denominada “Cultura Tributaria en los Negocios del Sector Belleza de una Galería Comercial del Centro de Lima, 2020”; tuvo como objetivo describir la cultura tributaria en los negocios que fueron objeto del presente estudio. La población estuvo conformada por 48 empresarios que laboran en el sector de belleza de la mencionada galería, y de acuerdo al tipo de investigación que se realiza, se determinó la muestra usando la fórmula de la varianza poblacional, la que queda conformada por 43 empresarios, a quienes se les aplicó como instrumento de investigación, el cuestionario, mediante la técnica de la encuesta, obteniendo como resultado que un promedio del 62% de empresarios afirmaron contar con sólidos valores tributarios, conocimientos tributarios y conciencia tributaria; lo cual permitió concluir, que es muy importante para los empresarios contar con una adecuada cultura tributaria, permitiéndoles cumplir con sus obligaciones tributarias y manejar sus negocios de manera responsable y solidaria, teniendo como resultado la participación activa y contribución directa con el desarrollo del país. Así mismo, el rol que juega la SUNAT para la consecución de este objetivo, es muy determinante, pues se necesita de una adecuada orientación para todo el universo de contribuyentes.

Palabras clave: Cultura Tributaria, Valores Tributarios, Conocimiento Tributario y Conciencia Tributaria.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En el mundo, uno de los factores internos más importantes que influyen con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, es la cultura tributaria de los contribuyentes. En ese sentido, la educación debe ser parte del plan base para el desarrollo de la cultura de los contribuyentes, lo cual impactará directamente en la correcta recaudación tributaria. Los gobiernos de las naciones en desarrollo, ahora más que nunca, invierten sus esfuerzos en reforzar la cultura tributaria en sus países, a fin de generar mayores ingresos fiscales a grado interno, conseguir un desarrollo sustentable, reducir los niveles de pobreza, minimizar desigualdades, brindar servicios públicos de la mejor calidad, mejorar infraestructura, y de esta forma lograr el crecimiento esperado. Además Riveros (2017) afirma que:

Los países han ideado un sinnúmero de formas de suscitar el interés del público por la nueva normativa tributaria para hacerle la vida más sencilla al contribuyente, para poder aclarar dudas y dar respuesta a las exigencias de los usuarios. Actualmente, se están desarrollando técnicas innovadoras para instaurar una cultura del cumplimiento y una conducta fiscalmente responsable entre los contribuyentes de todo el mundo. (p.5)

En el plano nacional, Guerrero y Zapata (2020) afirman que: “En Perú, el conocimiento que tienen los individuos respecto a cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones, es una incógnita, pocos son los que te pueden dar un significado acertado” (p.10).

Así mismo, Guerrero y Zapata (2020) mencionan que: “Dentro de la población, el 51.3% es parte de la evasión y tolerante al fraude de tributos, y solo el 27.3% exige comprobante de pago” (p.10).

Sin embargo, en la actualidad, el panorama tributario y el cumplimiento correspondiente, es incierto, debido al incumplimiento voluntario e involuntario de las obligaciones tributarias, la falta de conciencia tributaria del ciudadano contribuyente y a la mala gestión por parte del Estado. En ese sentido, es relevante e importante considerar las creencias y percepciones de las personas con respecto a las entidades administradoras y las autoridades que las dirigen. Roca (como se citó en Solórzano, 2011) afirma:

En el caso peruano, por ejemplo, durante muchos años y en la actualidad la imagen del estado o de otras instituciones está relacionada con la corrupción, inadecuado uso de los recursos, enriquecimiento ilícito de ex funcionarios y muy poco aporte de los recursos públicos al desarrollo de las comunidades. (p.11-12)

Así mismo, el Estado debe realizar todas las gestiones correspondientes para educar e incrementar la cultura tributaria en cada uno de los contribuyentes, en especial a las nuevas generaciones, a fin de promover el cumplimiento tributario. Arteaga (2008) menciona:

Para legitimar los tributos y motivar a los ciudadanos al cumplimiento voluntario, debe existir la percepción de que los tributos establecidos son justos y que son satisfechos por la universalidad de sujetos obligados y, adicionalmente, que los fondos públicos obtenidos son utilizados adecuadamente. (p.46)

En ese sentido, el Estado Peruano debe garantizar la transparencia de la recaudación y de la ejecución de gastos públicos, a fin de que la población sea vea directamente beneficiada con la

adquisición de bienes y servicios públicos de calidad, producto de una correcta recaudación tributaria. Arteaga (2008) afirma:

El Estado tiene una función social, es necesario hacer hincapié en que, al menos en los estados democráticos, esa función comporta compromisos para con la ciudadanía y que uno de sus principales compromisos está relacionado a la rendición de cuentas y a la transparencia en el acceso a la información pública. En efecto, contar con información pública que responda de manera objetiva a preguntas como la de cómo se costea el gasto, cómo se financia, a quién alcanza (y a quién no), cómo se distribuye y cómo se evalúa la calidad del servicio prestado, son sumamente importantes para la ciudadanía, pues la transparencia permite la discusión de los actos gubernamentales y disuade a los funcionarios de cometer faltas de conductas. (p.63)

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, año 2020, los cuales se dedican a la venta mayorista y minorista de artículos de belleza, pertenecientes al sector formal e informal. Sin embargo, se desconoce si todos tienen conocimiento respecto a la naturaleza, estructura y propósito de la cultura tributaria (conciencia, derechos, deberes, etc.).

Antecedentes Nacionales

De acuerdo a la problemática a nivel nacional, podemos observar algunas tesis:

Según Chavez y Tadeo (2014) en su tesis: Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo, de la Universidad Nacional del Centro del Perú, tuvo como objetivo analizar cómo influye la cultura tributaria en las obligaciones tributarias del mercado “Modelo” de Huancayo y su cumplimiento. Así mismo, desarrolla la tesis bajo con un enfoque aplicativo, descriptivo y correlacional., teniendo como muestra a 172 comerciantes del

Mercado Modelo de Huancayo, trabajó con el instrumento (encuestas), lo que permitió la selección de datos conforme a los objetivos trazados. Los autores concluyeron que no existe conciencia tributaria, lo cual resulta desfavorable para el Mercado Modelo de Huancayo y el cumplimiento de obligaciones tributarias, debido a que hay una gran cantidad de empresarios que no se sienten motivados al pago de tributos de forma voluntaria. Por otro lado, Guerrero y Zapata (2020) en su tesis: La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Piura, año 2020 (tesis pregrado) de la Universidad Privada Antenor Orrego – Perú, tuvo como objetivo determinar el nivel de la cultura tributaria y su impacto en las obligaciones de los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Piura, año 2020. Así mismo, desarrollaron la tesis bajo un enfoque de tipo aplicada, descriptivo y correlacional, teniendo como muestra a 30 comerciantes del sector calzado en el Mercado Modelo de Piura, Año 2020, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. Así mismo, los autores concluyeron que se demostró el nivel de la cultura tributaria en los comerciantes de calzado, permitiendo afirmar un bajo nivel de cultura y conciencia tributaria por parte de los contribuyentes, donde ocasionó el incremento de infracciones, lo cual se puede decir que la cultura tributaria por parte de los comerciantes no tiene un buen nivel. Así mismo, Huari (2016) con su tesis: La cultura tributaria y la evasión tributaria en el arrendamiento de predios en el centro poblado La Joya - provincia De Tambopata – 2016 (tesis pregrado) de la Universidad Andina del Cusco – Perú, tuvo como objetivo establecer relación existente entre la cultura tributaria y la evasión tributaria en el arrendamiento de predios en el Centro Poblado La Joya -2016. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo cuantitativa – Correlacional, teniendo como muestra a 85 personas que arriendan predios en el Centro Poblado La Joya, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. Así mismo, el autor concluyó que sí existe el grado de correlación positiva muy fuerte

entre; Cultura Tributaria y la Evasión Tributaria en el Arrendamiento de Predios en el Centro Poblado La Joya - Provincia de Tambopata -2016, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.972. Por otro lado, Laurencio (2019) en su tesis: La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco, 2019 (tesis pregrado) de la Universidad de Huánuco - Perú, tuvo como objetivo determinar cómo influye la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias en dicho mercado. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo aplicada, cuantitativo, descriptivo y no experimental, teniendo como muestra a 20 empresarios ferreteros del Mercado Central de la ciudad de Huánuco, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. Así mismo, el autor concluyó que de los resultados de la investigación podemos concluir que existe una relación directa significativa con un valor relacional de 0.670, el cual manifiesta que hay una relación positiva entre Cultura Tributaria y Obligaciones Tributaria, ya que se determinó que la cultura tributaria influye significativamente en las obligaciones tributarias, de manera que el 75% de los comerciantes emite sus comprobantes de pago y el 60% paga sus impuestos en los plazos establecidos. Así mismo, según Apaza (2018) en su tesis: La cultura tributaria y la formalización de las empresas mineras en el Perú, 2018 (tesis posgrado) de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Perú, tuvo como objetivo establecer si la cultura tributaria incide en la formalización de las empresas mineras en el Perú. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo descriptivo, aplicativo y retrospectivo, teniendo como muestra a 384 administradores de empresas mineras, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. El autor concluyó que el nivel de conciencia tributaria en el contribuyente vinculado a la actividad minera, incide significativamente en el encadenamiento productivo formal del desarrollo empresarial.

Antecedentes Internacionales

Se ha revisado diversas tesis de investigación, los que se detallan a continuación:

Así mismo, según Zambrano (2019) en su tesis: Aspectos de Cultura Tributaria que Afectan la Gestión del Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Neiva, periodo 2019 (tesis pregrado) de la Pontificia Universidad Javeriana – Colombia, tuvo como objetivo obtener información sobre aspectos culturales, tanto de formación tributaria de los ciudadanos que tienen la obligación de pagar el impuesto de industria y comercio (ICA) como de la gestión y vigilancia tributaria del gobierno local. Así mismo, el diseño de la investigación es aplicada, de carácter descriptivo y con enfoque cuantitativo y cualitativo, se tuvo como muestra a 1012 contribuyentes del impuesto de Industria y Comercio de municipio de Neiva, se trabajó con la encuesta como instrumento, lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. El autor concluyó que algunos factores culturales, como el conocimiento sobre el impuesto el nivel de educación, la percepción y el conocimiento especializado de los contribuyente se encuentran de forma diferente en cada uno de los grupos, en grandes y medianos contribuyentes del municipio existe un alto conocimiento sobre el impuesto, mientras que estos mismo aspectos se comportan de una forma diferente en pequeños y contribuyentes que no han declarado, ya que no tiene claridad sobre el impuesto afectando su recaudo. Por otro lado, según Jara (2016) en su tesis: Cultura tributaria fiscal en busca del cumplimiento voluntario, periodo 2016 (tesis posgrado) de la Universidad de Cuenca y El Instituto de Altos Estudios Nacionales – Ecuador, tuvo como objetivo ser un aporte en la gestión de la administración tributaria ecuatoriana para lograr mejores resultados de recaudación. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo aplicada, descriptiva y no experimental, teniendo como muestra a 150 comerciantes de las diferentes parroquias de la ciudad de Cuenca, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la

selección de datos conforme con los objetivos trazados. El autor concluyó que los contribuyentes comerciante de las diferentes parroquias de la ciudad de Cuenca si bien están de acuerdo con el pago de impuestos, tiene conocimiento e intención de aprender sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y están conscientes de que sus aportes representan un beneficio colectivo, también está lejos de alcanzar el verdadero cumplimiento voluntario, ya que para muchos se logra la recaudación únicamente por el miedo generado a las sanciones impuestas para el incumpliendo, más no por el conocimiento de lo que representa para la colectividad estos fondos. Así mismo, según De la Torre, Maiguel y Padilla (2019) en su tesis: La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia, periodo 2019 (tesis pregrado) de la Universidad Cooperativa, Colombia, tuvo como objetivo identificar la importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo aplicativa, cualitativa y descriptiva, teniendo como muestra a 60 estudiantes de la Universidad Cooperativa de Colombia, se trabajó con el instrumento (entrevista, cuestionarios y encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. Los autores concluyeron que el conocimiento de los contribuyentes sobre sus obligaciones, deberes y derechos es muy poco, lo cual puede traer complicaciones al estado en el momento de realizar ejercicios de recaudo efectivo a las diferentes personas obligadas a contribuir con los tributos, así mismo las personas no conocen cuales son los puntos de atención y pagos establecidos por la Dian para la atención de los contribuyentes, lo cual es de una manera preocupante, si estos no conocen que los bancos en su gran mayoría están habilitados para recibir el recaudo de los impuestos de las personas, menos van a conocer sus derechos, las garantías, y ventajas que tiene este con el estado, para un mejor manejo de sus impuestos, y pagos. Por otro lado, según Tortolero (2017) en su tesis: La cultura tributaria en el pago del impuesto sobre inmuebles

urbanos en el Municipio Valencia del estado Carabobo, periodo 2016 (tesis posgrado) de la Universidad de Carabobo – Venezuela, tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura tributaria y el pago del Impuesto sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo campo, descriptiva y no experimental, teniendo como muestra a 20 trabajadores que laboran en la Alcaldía de Valencia en el área de Tesorería de la Dirección de Hacienda y 50 contribuyentes que acuden a la Alcaldía, se trabajó con el instrumento (encuesta), lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. El autor concluyó que no se incentiva ni se fomenta en la comunidad la cultura tributaria para el pago de impuestos municipales, lo que lleva a inferir que los contribuyentes no tienen un sentido de compromiso con el pago de las obligaciones que generan y que no le dan la importancia que tiene la cancelación de los impuestos. Aunado a ello, no reciben orientación acerca de sus deberes formales, ya que se observa la falta de divulgación de las ordenanzas que rigen el impuesto. Así mismo, según Arévalo (2015) en su tesis: Análisis de la Evolución de la Cultura Tributaria en el Ecuador y su Incidencia en la Elusión del Impuesto a la Renta en las Personas Naturales No Obligadas a Llevar Contabilidad, Habitantes en el Sector Norte de Guayaquil en la Parroquia Tarqui (tesis de maestría) del Instituto de Altos Estudios Nacionales, Universidad de Posgrado del Estado, tuvo como objetivo Identificar la relación que existe entre la elusión fiscal con la cultura y la ética fiscal de los habitantes de la parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil. Así mismo, el autor desarrolló la tesis bajo un enfoque de tipo descriptivo, cuantitativo y cualitativo, transversal y no experimental, se tuvo como muestra a 384 personas de la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui y se trabajó con el instrumento encuesta, lo que permitió la selección de datos conforme con los objetivos trazados. El autor concluyó que existe estrecha relación entre la elusión fiscal y la cultura tributaria de los

habitantes de la parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, pues el nivel de cultura tributaria de estos, puede mejorar aún más y así evitar la elusión para el pago de impuestos.

Teorías que sustentan la variable de Cultura Tributaria

De las diversas teorías que se aplican a la cultura tributaria, se considera pertinente trabajar con las más resaltantes. Zamora (2018) menciona:

Teoría microeconómica cuyos autores son Becker (1968), Stigler (1970), Allingham Srinivasan (1973), Yitzhaki (1974) y Koskela (1983), esta teoría se basa en que hay que centrarse en la actuación individual de las partes que toman decisiones de la cantidad a evadir considerando variables como la probabilidad de ser auditado, sanciones y el tipo impositivo.

Teoría de la equidad cuyos autores son Gordon (1989), Cowell (1992) y Tyler y Smith (1998), esta teoría se basa en que es más probable que los individuos cumplan con las reglas si perciben al sistema como justo.

Teoría de la moral fiscal cuyos autores son Baldry (1987), Frey (1997) y Elffers (2000), esta teoría se basa en que: “Los individuos tienen una motivación interna para pagar o no pagar impuestos”. Esta teoría surge porque ante iguales posibilidades, algunos contribuyentes evaden mucho y otros no evaden.

Teoría de la dinámica social cuyo autor es Torgler (2007) y se basa en que los contribuyentes interactúan en un juego, en el que su comportamiento se adapta al de los demás contribuyentes. (p.14-15)

La teoría de la Disuasión

Allingham y Sadmo (como se citó en Rosales y Gomez, 2019) afirman:

El pago de impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar en tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto.(p.26)

Teoría de Eheberg

Expresa que el pago de los tributos es un deber que no necesita un fundamento jurídico especial.

Eheberg (como se citó en Marín y Trauco, 2015) considera:

El deber de tributar como un axioma que en sí mismo no reconoce límites pero que los tiene en cada caso particular en las razones de oportunidad que aconseja la tendencia de servir el interés general. El último fundamento jurídico del tributo es precisamente el de que no necesita fundamento jurídico alguno. Así como la nación y el estado, no sólo en casos graves, sino fundamentalmente en todo tiempo, pueden pedir la ofrenda de la vida a todo ciudadano, sin que para ello necesite ningún fundamento jurídico especial, así también tratándose de la ofrenda de cosas mucho menos valiosas que la vida, debe considerarse como un axioma el que cada cual debe aportar a la comunidad las fuerzas y valores económicos de que dispone, cuando así lo exige el bien general. (p.92)

Marco Teórico

La Cultura Tributaria: es una agrupación de valores, creencias y conciencias compartidas por la sociedad, en la cual predomina el respeto por las leyes que las rigen, lo cual conlleva al cumplimiento permanente de los deberes fiscales. Armas y Colmenares (2009) afirman: “(...) la cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente, y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión, por temor a las sanciones” (p.141).

Amasifuen (2015) afirma:

Hoy en día podemos apreciar que la cultura y la conciencia tributaria son factores muy importantes para que la ciudadanía no cometa delitos tributarios; y por ende podamos comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador (...). (p.74)

Valores Tributarios: se cuenta con diversos conceptos respecto a valores tributarios. Altamirano y Iberico (2018) afirma: “Los valores en la tributación vienen a ser los principios socialmente aceptados que justifican el accionar en materia tributaria (...)” (p.32).

Así mismo, de acuerdo al nivel de valores, se puede considerar la clasificación de contribuyentes. Giarrizzo y Brudersohn (como se citó en Altamirano y Iberico, 2018) nos informan que:

Existen tres segmentos de contribuyentes en base a su grado de valores tributarios que presenten:

Sin valores tributarios: Los contribuyentes que pertenecen a este segmento no identifican como algo incorrecto el evadir las obligaciones tributarias dado que no lo considera como algo malo o desconocen que sea algo incorrecto.

Valores tributarios débiles: Quienes pertenecen a este segmento perciben que es más o menos correcto cumplir con las obligaciones tributarias.

Valores tributarios fuertes: Estos identifican como algo ilegal no respetar las obligaciones tributarias. Los autores indican que es de esperarse que en los dos primeros segmentos haya un alto índice de evasión debido a que carecen de suficientes valores que sustenten un accionar correcto, no obstante, en el tercer segmento no puede definirse que exista un nivel de evasión bajo debido a que se presentan dos escenarios:

Valores tributarios manifiestos: Son aquellos que el contribuyente declara tener o intuye que se debería practicar.

Valores tributarios efectivos: Son aquellos que el contribuyente pone en práctica en situaciones reales.

La afirmación de los valores mencionados dependerá de las creencias formadas a partir de una combinación de información y experiencia del accionar y desempeño del estado. (p.34)

Conocimiento Tributario: Una parte importante de la cultura tributaria que cada persona posee tiene relación con el conocimiento tributario, pues en mayor o menor grado los ciudadanos tienen comprensión respecto a su estructura y sus aplicaciones. Por otro lado, es necesario conocer lo que implica este término visto desde distintos ángulos. Valles (como se citó en Monterrey, 2019) define como: “el entendimiento sobre la naturaleza fundamental de los tributos desde la perspectiva de una política fiscal responsable para el desarrollo de los Estados” (p.13). Cango y Valera (como se citó en Monterrey, 2019) señalaron que el conocimiento tributario es el: “conjunto de información almacenada mediante el aprendizaje de índole tributario” (p.13). Taminchi (2018) indica: “Cuando hablamos de conocimiento tributario en términos generales nos referimos a todo lo que concierne al comportamiento, información y compromiso que deben de tener en cuenta los comerciantes al momento de realizar sus operaciones económicas(...)” (p.10). Por otro lado, en el campo tributario se debe diferenciar entre lo que señala la ley y cómo es interpretado por los contribuyentes. Choquechua (como se citó en Altamirano y Iberico, 2016) indica que:

El conocimiento explícito en la tributación comprende los reglamentos, las directivas, la normativa vigente, los reportes de recaudación y gestión, los programas informáticos tributarios, entre otros, mientras que el conocimiento tácito comprende el razonamiento

jurídico y capacidad de respuesta legal ante ciertos contextos, el análisis de riesgos debido a la fiscalización, etc. (p.32)

Conciencia Tributaria: Citaremos a diversos autores. Bravo (como se citó en Huaraz, 2019) define a la conciencia tributaria como: "...la motivación intrínseca que lleva a los individuos a pagar sus impuestos" (p.1). Alm & Torgler (citado en Chavez y Tadeo, 2014) afirman: "(...) numerosos estudios han tratado de relacionar si los valores, normas sociales y las actitudes difieren entre los países y si estas diferencias tienen efectos medibles sobre el comportamiento económico, particularmente en cumplimiento tributario, encontrando diferencias observables" (p.32). Guaiquirima (citado en Castillo y Castillo, 2016) afirma: "La formación de la conciencia tributaria no es un trabajo fácil, requiere tiempo, ya que implica un proceso continuo de aprendizaje y asimilación por parte de la sociedad (...)" (p.152).

En el caso de SUNAT (2012) indica que:

(...) la conciencia tributaria se refiere a las actitudes y creencias de las personas que motivan la voluntad de contribuir de los individuos. También se la define como el conocimiento de sentido común que las personas usan para actuar o tomar posición frente al tributo. (p.175)

Según Chavez y Tadeo (2014) afirman que:

La mejor alternativa para financiar las actividades del Estado es la tributación, debido a que no genera deudas futuras ni intereses. Sin embargo, gran parte de la población no es consciente de la importancia del tributo, e incluso realizan acciones ilícitas para no pagar impuestos. (p.10)

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son los valores tributarios que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020?
- b) ¿Cuál es el nivel del conocimiento tributario que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020?
- c) ¿Cómo es la conciencia tributaria que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Describir la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Describir los valores tributarios que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020.
- b) Describir el conocimiento tributario que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020.
- c) Describir cómo es la conciencia tributaria que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020.

Justificación

Es la explicación y argumentación sobre la relevancia social que tendrán las ideas planteadas en el presente trabajo de investigación. Es decir, se comprenderá y evaluará el impacto de los conocimientos y aprendizajes que se obtendrán del proceso investigativo bajo una determinada realidad problemática.

Justificación Teórica

La presente investigación será útil para complementar el marco teórico existente referente a la cultura tributaria; así mismo, busca reflejar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima, año 2020, la cual tiene como finalidad, identificar si los comerciantes cuentan con la adecuada educación tributaria para cumplir de manera responsable con sus deberes tributarios y obligaciones como contribuyentes.

Justificación Práctica

La presente investigación servirá para lograr la concientización respecto al papel que desempeñan los contribuyentes dentro de una correcta cultura tributaria en nuestro país, y considerar la importancia de conocer las obligaciones que tienen como contribuyentes y el deber de aplicar dichos conocimientos en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Justificación Valorativa

La presente investigación servirá a todas las personas interesadas en conocer el nivel de cultura tributaria de los comerciantes que tienen negocios en el sector de belleza de una galería comercial del Centro de Lima.

Justificación Académica

Este trabajo servirá como material de consulta para estudiantes interesados en conocer los pilares más importantes dentro de una cultura tributaria.

Delimitación de la Investigación

Delimitación Espacial

Está referido al área geográfica y/o espacial en dónde se desarrollará la investigación. En el caso de la presente investigación, se desarrollará en una galería comercial del Cercado de Lima.

Delimitación Temporal

Hace referencia al periodo o lapso seleccionado para realizar la investigación. En el caso de la presente investigación, es el año 2020.

Delimitación Social

El objeto de estudio de la presente investigación, serán los negocios del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación es aplicada de tipo descriptiva, bajo el diseño no experimental, de corte transversal o transeccional y de enfoque cualitativo.

En el presente trabajo aplicamos una metodología aplicada, pues nuestra investigación tuvo como finalidad buscar la aplicación de los conocimientos adquiridos relacionados con la cultura tributaria. Muntané (2010) afirma:

También recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada depende de los resultados y avances de la investigación básica. Es decir, toda investigación aplicada requiere un marco teórico, aunque lo que le interesa son las consecuencias prácticas. (p.221)

El presente trabajo de investigación es considerado de tipo descriptiva, pues esta se enfocó a describir los aspectos más relevantes o características más importantes de la problemática en estudio en base a las dimensiones e indicadores de nuestra variable.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (p. 92)

Asimismo, el presente trabajo de investigación se desarrolló bajo el diseño no experimental, pues en ningún momento de la misma manipulamos o alteramos nuestra variable de estudio.

Los autores Hernández, Fernández & Baptista (2014) indican que: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152).

Por otro lado, el presente trabajo de investigación es considerada de corte transversal o transeccional, pues la recopilación de datos o levantamiento de información se realizaron en un único momento. Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman: “son investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p.154).

Finalmente, el presente trabajo de investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, pues tuvo como finalidad conocer las cualidades más relevantes de la variable en investigación, obtenidas a través de las opiniones efectuadas por los encuestados en las preguntas formuladas, las cuales son medidas utilizando las técnicas de la estadística descriptiva. Hernández, Fernández y Baptista (2014) señala que: “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.” (p.40).

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población.

La población estuvo conformada por 48 empresarios del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima, durante el año 2020. Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo definen: “(...) como un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

2.2.2. Muestra.

Por el tipo de investigación que se realiza, se determinó la muestra usando la fórmula de la varianza poblacional, la que queda conformada por 43 empresarios del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima, durante el año 2020. Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo definen como: “(...) subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta” (p.173).

Teniendo en cuenta cada uno de los elementos, la muestra de estudio será el resultado de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 48}{0.05^2 \times 47 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 43$$

Tabla 1

Negocios encuestados - Muestra de la población

Área	Muestra	Tasa
1 Maquillaje	19	44%
2 Perfumería	6	14%
3 Cosmética Facial	4	9%
4 Cosmética Corporal	4	9%
5 Cosmética Capilar	5	12%
6 Equipos y artículos de Estética	5	12%
TOTAL	43	100%

Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Muestreo

Benassini (2009) afirma: “El muestreo es la parte de la estadística que se ocupa de la selección y acopio de elementos representativos de cierta población a fin de obtener inferencia” (p.177).

En tal sentido, según lo expresado en el párrafo anterior en el presente estudio se realizó un muestreo por conveniencia no probabilístico, representado por 9 empresarios seleccionados aleatoriamente, el cual servirá para elaborar la prueba piloto.

Tabla 2

Negocios encuestados - Muestra y Muestreo de prueba piloto

Actividad comercial	Muestra	Tasa	Muestreo	
			Prueba Piloto (20%)	Porcentaje
1 Maquillaje	19	44%	4	45%
2 Perfumería	6	14%	1	11%
3 Cosmética Facial	4	9%	1	11%
4 Cosmética Corporal	4	9%	1	11%
5 Cosmética Capilar	5	12%	1	11%
6 Equipos y artículos de Estética	5	12%	1	11%
TOTAL	43	100%	9	100%

Fuente: Elaboración propia

2.2.4. Confiabilidad y Validez

Cervantes (2005) menciona: “El coeficiente Alfa fue propuesto en 1951 por Cronbach como un estadístico para estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones” (p.17).

Hernández (como se citó en Hernández, Fernández y Baptista, 2014) afirma que: “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200).

Tabla 3

Coeficiente de Alfa de Cronbach

Criterio	Rango
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,40 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40
Muy baja	0,01 a 0,20

Fuente: elaboración propia

Confiabilidad de la variable “Cultura Tributaria”

Para la realización de la prueba piloto, se tomó a 9 empresarios del área de estudio, a los cuales se le aplicó la encuesta, y el resultado fue utilizado como base de datos en el software estadístico SPSS (versión 26), donde se comprobó que el instrumento de investigación es fiable, considerando que el Alfa de Cronbach sea >0.80 .

Tabla 4

Resumen de procesamiento de datos – Prueba Piloto

	N	%	
Casos	Válido	9	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	9	100,0

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad – Prueba Piloto

Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	19

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

Validez

Con respecto a la validez, Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman: “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p.200).

Tabla 6

Juicio de expertos

Expertos	Condición
Dr. Frías Guevara, Roberth	Aplicable
Dra. Vejarano García, Victoria	Aplicable
Mg. Acosta Mantilla, Edgardo	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Operacionalización de la variable Cultura Tributaria

Tabla 7

Operacionalización de la Variable Cultura Tributaria

Variable De Estudio	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Cultura Tributaria	Según Méndez (citado en Monterrey, 2019) manifestó que: “la cultura tributaria puede ser definida como el grupo de valores, conocimientos y conciencia compartida por	Valores Tributarios Conocimiento Tributario	1. Sin valores Tributarios 2. Valores Tributarios Débiles 3. Valores Tributarios Fuertes 4. Comportamiento Tributario 5. Información Tributario 6. Compromiso Tributario

miembros de una misma sociedad en relación a la tributación” (p.12).

Conciencia
Tributaria

7. Motivación Intrínseca

8. Actitud Tributaria

9. Percepción Tributaria

Fuente: Elaboración propia

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

En el levantamiento de información y recolección de datos, se aplicó como instrumento de investigación, el cuestionario mediante la técnica de la encuesta.

Se emplearon las siguientes técnicas:

Encuesta: se utilizará esta técnica para recopilar información específica a través de un cuestionario elaborado.

Instrumentos: se utilizará el cuestionario como instrumento, el cual constará de 19 reactivos. Así mismo, mediante la escala de Likert, se presentarán opciones de respuestas previamente completadas para medir las opiniones de los encuestados.

Tabla 8

Técnicas e Instrumentos de recolección

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario de encuesta
Análisis de documentos	Lista de cotejo e infografías.
Observación	Guía de observación

Fuente: Elaboración propia.

2.4. Procedimiento

Tomando en consideración el total de la población (48 empresarios), se estableció que la muestra sería de 43, la cual surge como resultado de aplicarse la fórmula de la varianza poblacional. Por otro lado, se realizó un muestreo por conveniencia para la aplicación de la prueba piloto, el cual fue representado por 9 empresarios seleccionados aleatoriamente. Seguidamente, para realizar el levantamiento de información y la recolección de datos, se aplicó el cuestionario virtual, la cual fue realizada mediante Google Forms y enviada a los 9 empresarios de la prueba piloto; el resultado fue utilizado como base de datos en el software estadístico SPSS (versión 26), donde se comprobó que el instrumento de investigación es

fiable. Finalmente, se aplicó el mismo cuestionario virtual a los 43 empresarios que formaron parte de la muestra; los resultados fueron ordenados y clasificados mediante tablas de excel. Así mismo, se aplicó la estadística descriptiva proporcionada por la herramienta SPSS versión 26.0, a fin de procesar la información recolectada, tabular y graficar los resultados obtenidos.

Aspectos Éticos:

Esta investigación se realizó respetando los valores éticos, la confidencialidad del encuestado y la originalidad al citar las fuentes bibliográficas, haciendo uso de las normas APA (American Psychological Association) 6ta edición, demostrando que no existe plagio ni falsificaciones. La elaboración del presente trabajo de investigación fue realizada con fines académicos.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Presentación de los Resultados

El objetivo general de la presente investigación es describir la Cultura Tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima, año 2020, para ello se utilizó el método estadístico denominado coeficiente Alfa de Cronbach, a fin de medir la confiabilidad del instrumento: por lo cual, se puso a prueba la consistencia y solidez interna de las preguntas relacionadas a la variable objeto de estudio.

Tabla 9

Resumen de procesamiento de datos

	N	%
Válido	43	100,0
Casos Excluido	0	,0
Total	43	100,0

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

Tabla 10

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	19

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos referente a la variable “Cultura Tributaria”, el coeficiente de confiabilidad de las 43 preguntas pertenecientes al cuestionario es del 0.819; en consecuencia, se validó el instrumento por ser de alta confiabilidad.

Cuando se realizó la investigación, la muestra de este estudio presentó las siguientes características: i) Valores Tributarios (representado por 7 figuras), ii) Conocimiento tributario (representado por 6 figuras) y iii) Conciencia Tributaria (representado por 6 figuras), expresados en los siguientes estadígrafos:

Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Valores Tributarios

Tabla 11

¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	18	41,9	41,9	44,2
Muy de acuerdo	24	55,8	55,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

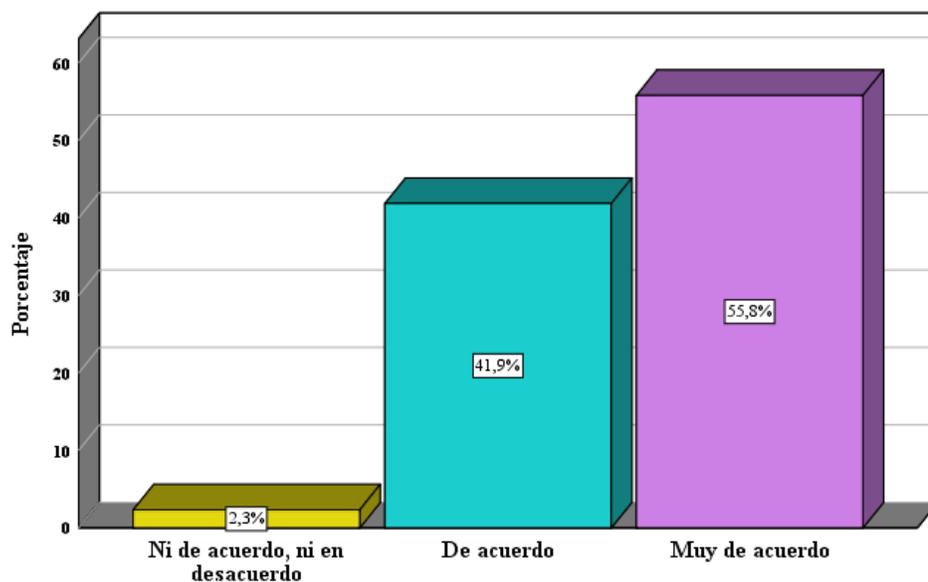


Figura 1. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 1.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 11 y en la figura 1, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 41.9% opinaron estar de acuerdo y el 55.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país.

Tabla 12

¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	12	27,9	27,9	30,2
	Muy de acuerdo	30	69,8	69,8	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

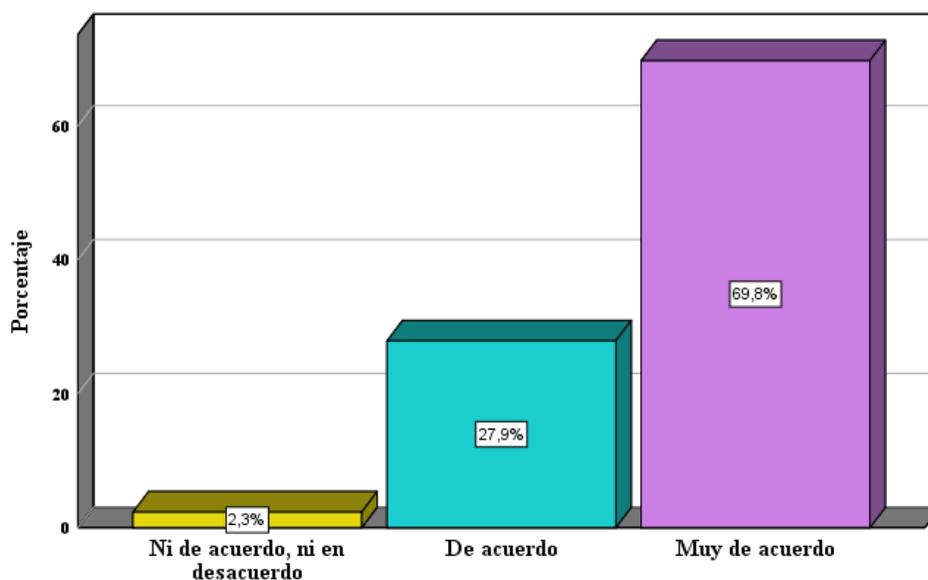


Figura 2. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 2.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 12 y su respectiva figura 2, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 27.9% opinaron estar de acuerdo y el 69.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto.

Tabla 13

¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	18	41,9	41,9	44,2
	Muy de acuerdo	24	55,8	55,8	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

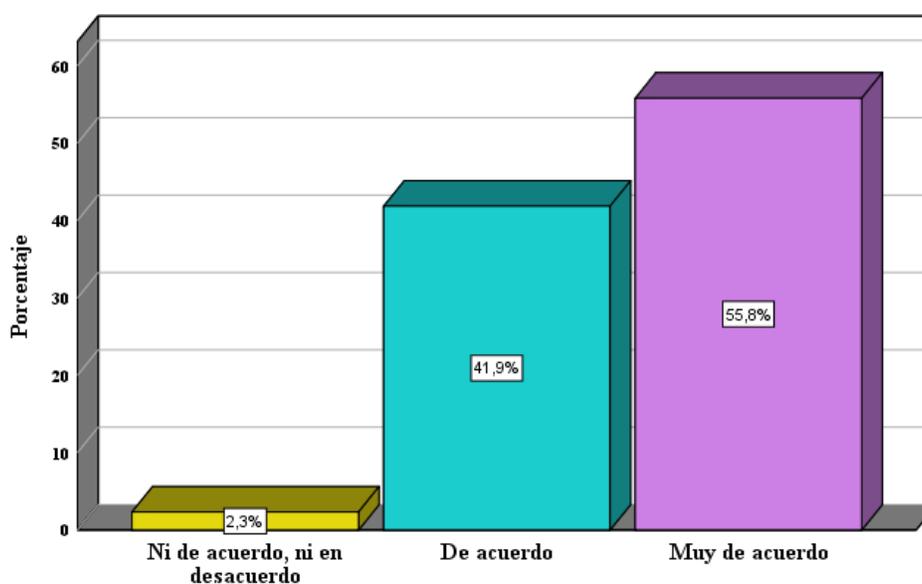


Figura 3. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 3.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 13 y su respectiva figura 3, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 41.9% opinaron estar de acuerdo y el 55.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más.

Tabla 14

¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	9,3	9,3	9,3
	De acuerdo	10	23,3	23,3	32,6
	Muy de acuerdo	29	67,4	67,4	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

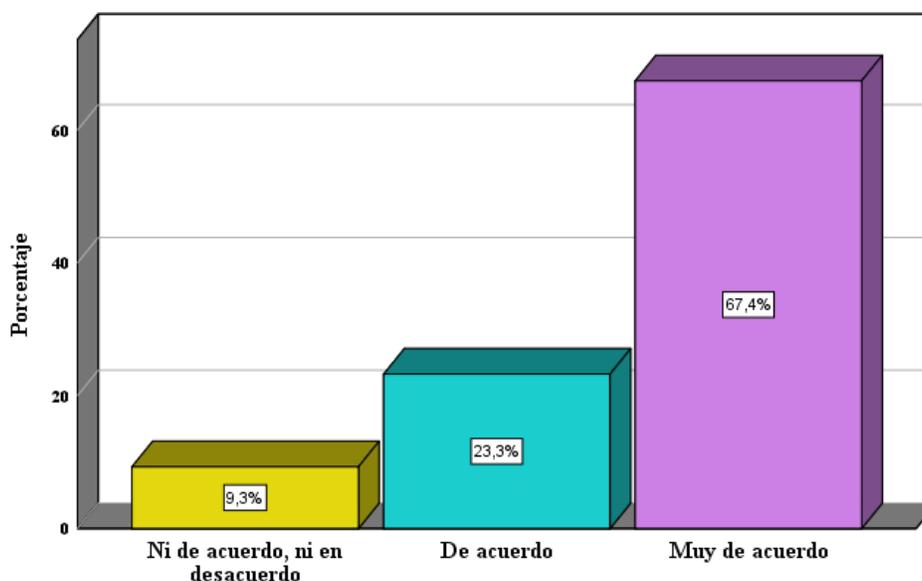


Figura 4. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 4.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 14 y su respectiva figura 4, se puede deducir que el 9.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 23.3% opinaron estar de acuerdo y el 67.4% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (90.7%) de los encuestados consideran que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento.

Tabla 15

¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	20	46,5	46,5	46,5
Muy de acuerdo	23	53,5	53,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

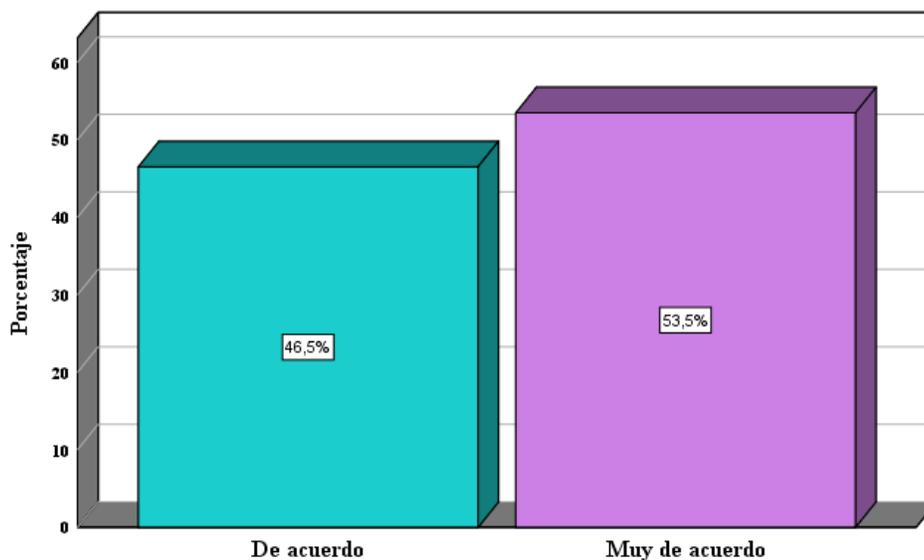


Figura 5. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 5.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 15 y su respectiva figura 5, se puede deducir que el 46.5% opinaron estar de acuerdo y el 53.5% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias.

Tabla 16

¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	34,9
Muy de acuerdo	28	65,1	65,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

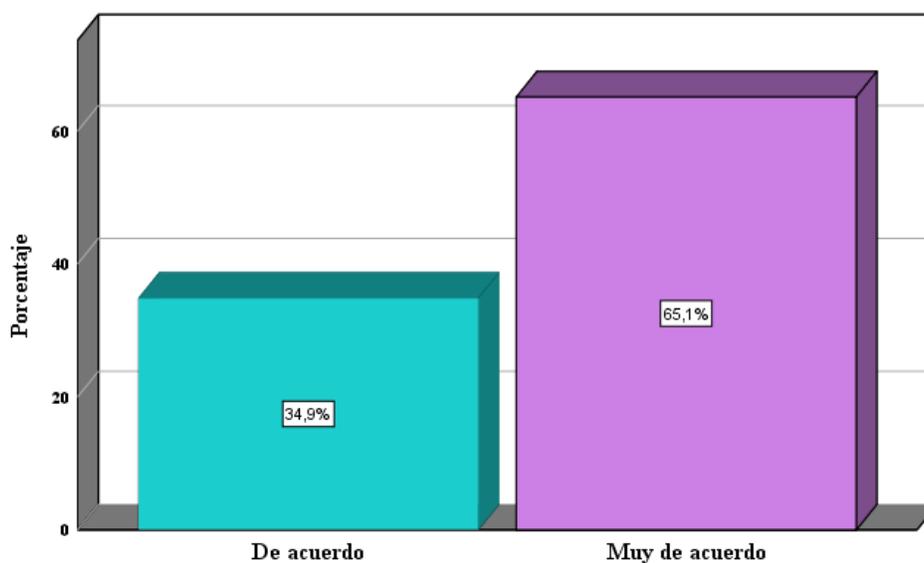


Figura 6. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 6.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 16 y su respectiva figura 6, se puede deducir que el 34.9% opinaron estar de acuerdo y el 65.1% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente.

Tabla 17

¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	34,9
Muy de acuerdo	28	65,1	65,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

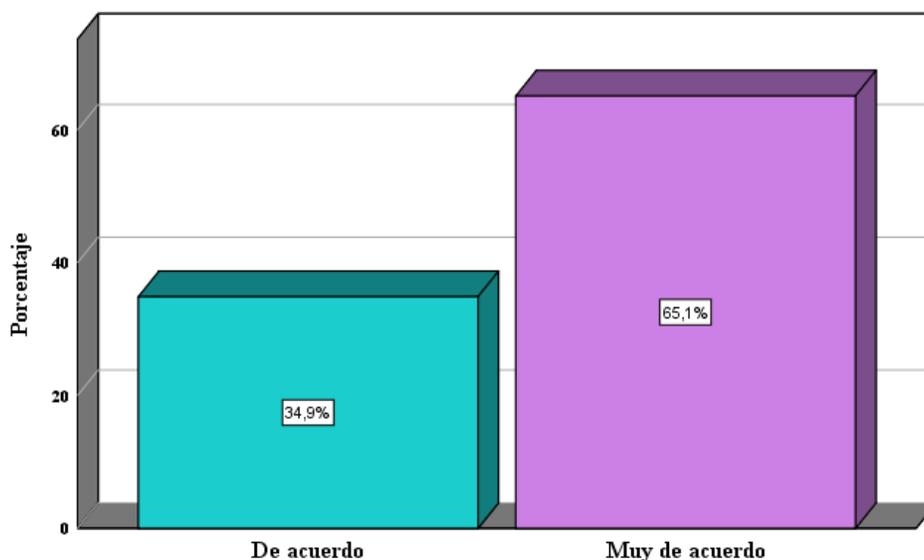


Figura 7. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 7.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 17 y su respectiva figura 7, se puede deducir que el 34.9% opinaron estar de acuerdo y el 65.1% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que cumplen con el país, cuando declaran y pagan sus obligaciones tributarias mensuales.

Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Conocimiento Tributario

Tabla 18

¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	21	48,8	48,8	51,2
	Muy de acuerdo	21	48,8	48,8	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

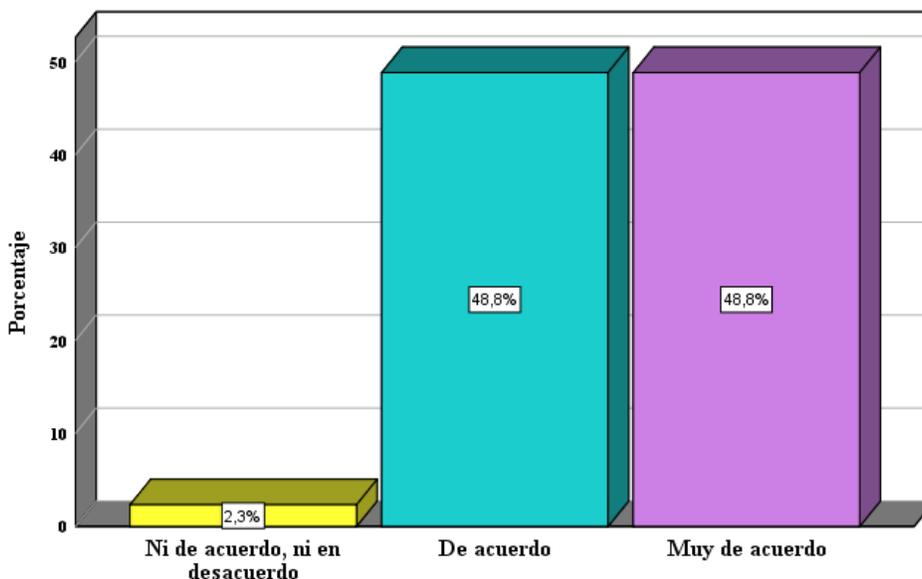


Figura 8. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 8.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 18 y su respectiva figura 8, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 48.8% opinaron estar de acuerdo y el 48.8% afirman estar muy de acuerdo. Por

lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.6%) de los encuestados consideran que son buenos empresarios al cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 19

¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	15	34,9	34,9	37,2
Muy de acuerdo	27	62,8	62,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

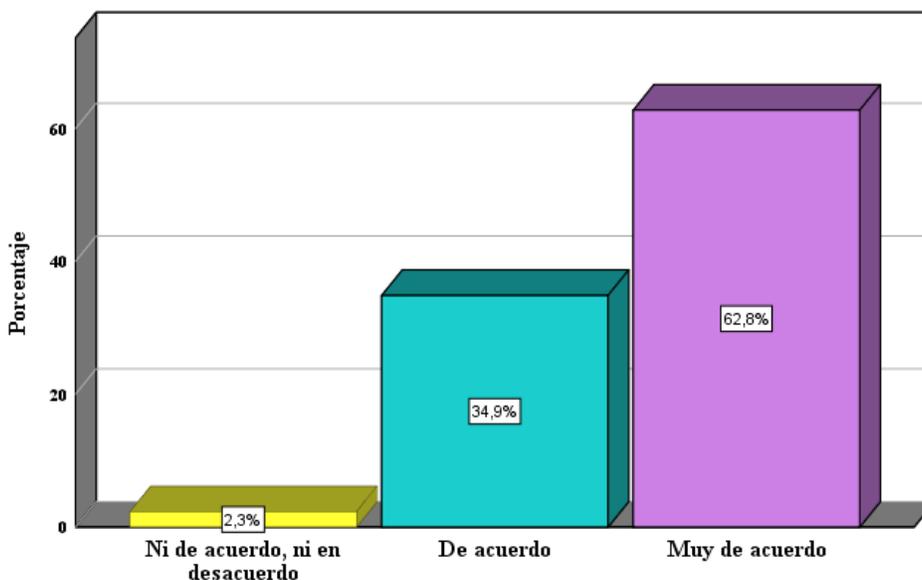


Figura 9. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 9.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 19 y su respectiva figura 9, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 34.9% opinaron estar de acuerdo y el 62.8% afirman estar muy de acuerdo. Por

lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyentes.

Tabla 20

¿Considera usted que SUNAT le brinda información certera y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	30,2	30,2	30,2
	Muy de acuerdo	30	69,8	69,8	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

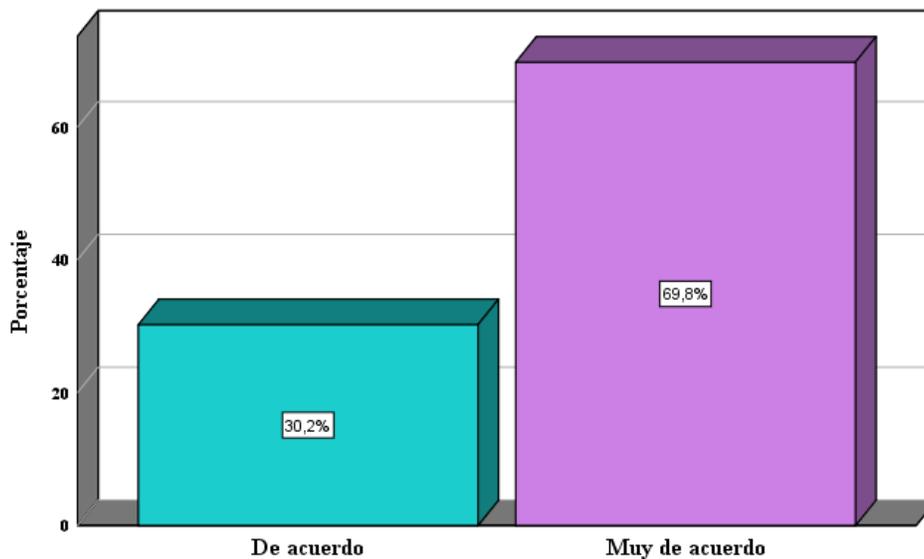


Figura 10. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 10.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 20 y su respectiva figura 10, se puede deducir que el 30.2% opinaron estar de acuerdo y el 69.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría de los encuestados consideran que SUNAT les brinda información certera y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 21

¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
De acuerdo	11	25,6	25,6	30,2
Muy de acuerdo	30	69,8	69,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

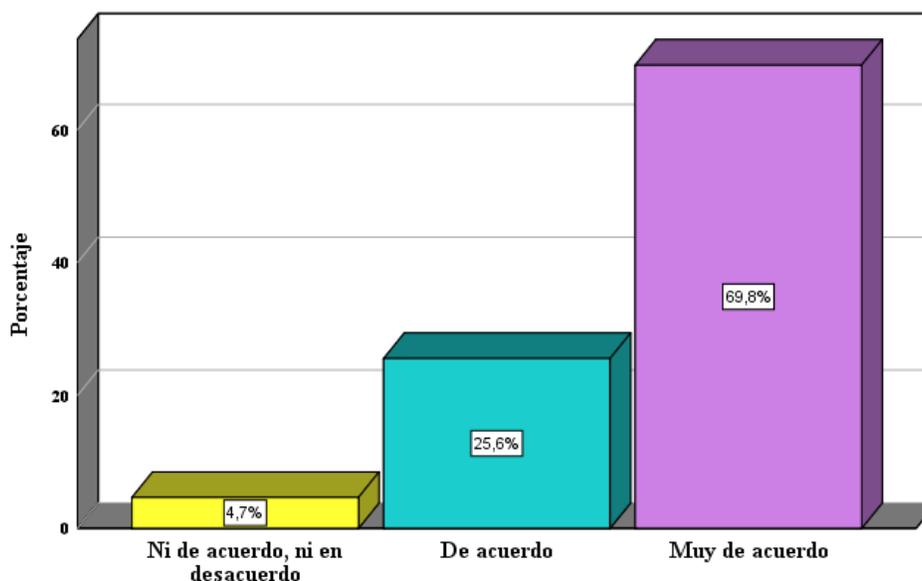


Figura 11. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 11.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 21 y su respectiva figura 11, se puede deducir que el 4.7% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 25.6% opinaron estar de acuerdo y el 69.8% afirman estar muy de

acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (95.4%) de los encuestados consideran que cuentan con toda la información necesaria para ser buenos contribuyentes.

Tabla 22

¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	20	46,5	46,5	48,8
Muy de acuerdo	22	51,2	51,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

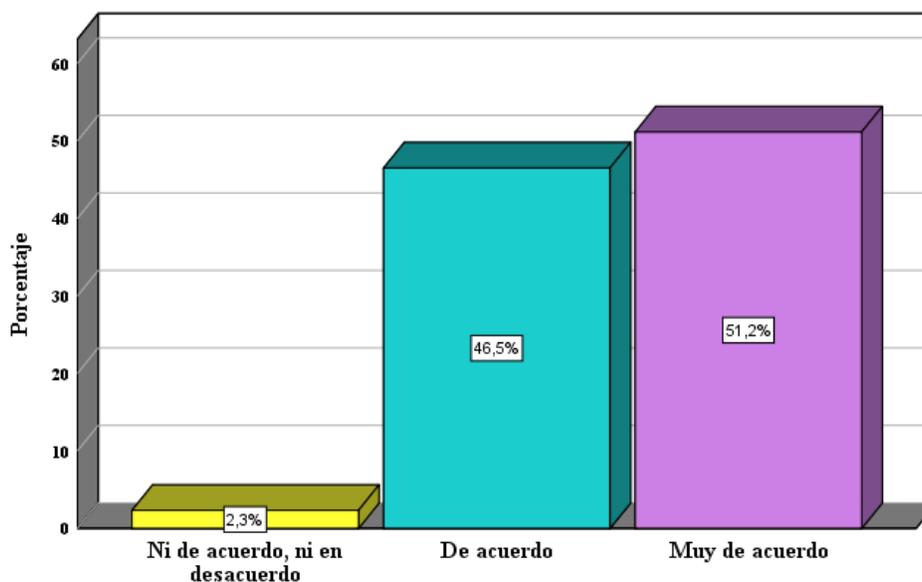


Figura 12. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 12.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 22 y su respectiva figura 12, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 46.5% opinaron estar de acuerdo y el 51.2% afirman estar muy de

acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que pagar impuestos es un compromiso que tienen con el Estado.

Tabla 23

¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
	De acuerdo	15	34,9	34,9	41,9
	Muy de acuerdo	25	58,1	58,1	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

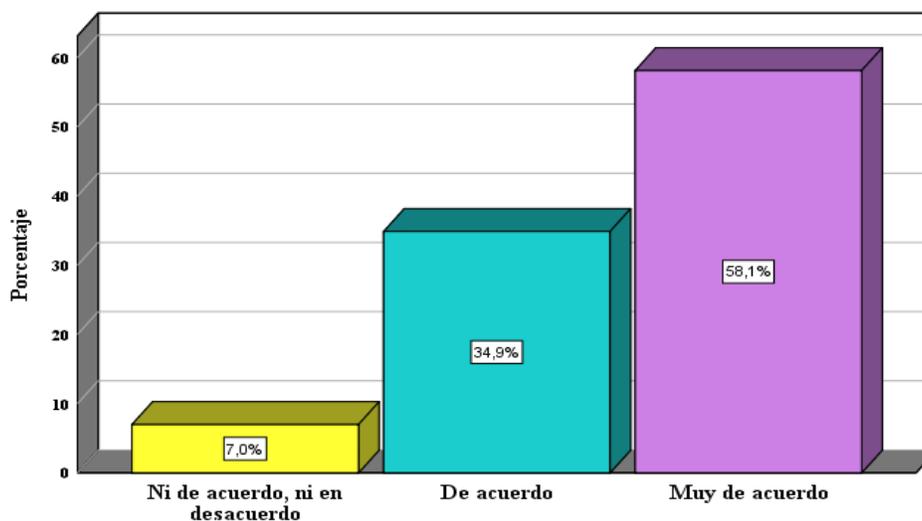


Figura 13. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 13.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 23 y su respectiva figura 13, se puede deducir que el 7.0% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 34.9% opinaron estar de acuerdo y el 58.1% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (93%) de los encuestados consideran que

están comprometidos con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos.

Tablas de frecuencia y figuras de la dimensión: Conciencia Tributaria

Tabla 24

¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	16	37,2	37,2	39,5
	Muy de acuerdo	26	60,5	60,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

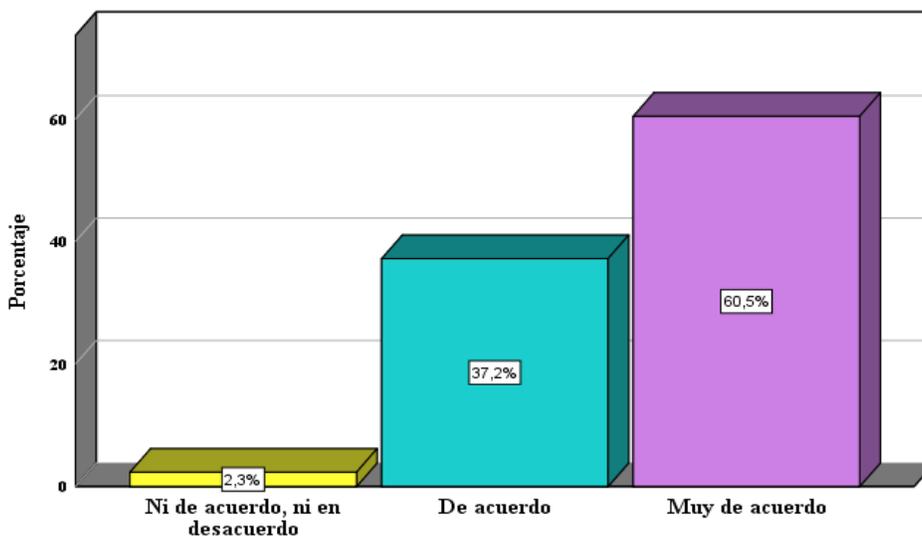


Figura 14. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 14.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 24 y su respectiva figura 14, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 37.2% opinaron estar de acuerdo y el 60.5% afirman estar muy de

acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.7%) de los encuestados consideran que se sienten desmotivados al momento de pagar sus impuestos.

Tabla 25

¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	1	2,3	2,3	4,7
	Muy de acuerdo	41	95,3	95,3	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

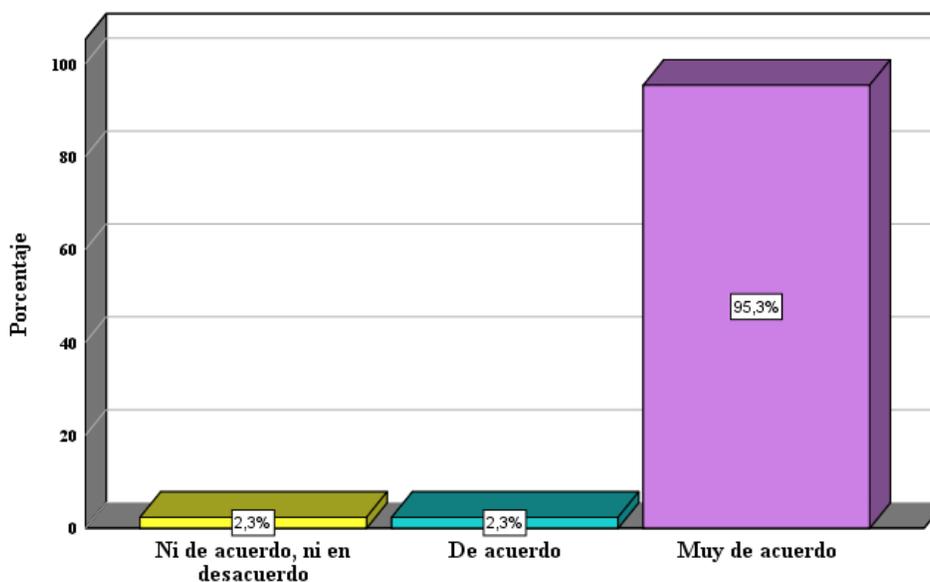


Figura 15. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 15.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 25 y su respectiva figura 15, se puede deducir que el 2.3% afirmaron estar ni de acuerdo, ni es desacuerdo, mientras tanto el 2.3% opinaron estar de acuerdo y el 95.3% afirman estar muy de

acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que la mayoría (97.6%) de los encuestados consideran que se encuentran motivados por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tabla 26

¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	21	48,8	48,8	48,8
Muy de acuerdo	22	51,2	51,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

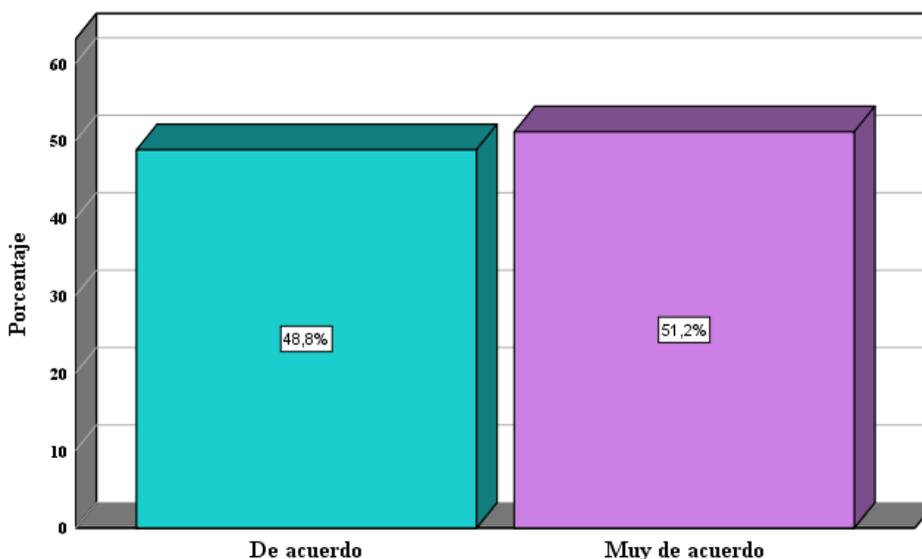


Figura 16. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 16.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 26 y su respectiva figura 16, se puede deducir que el 48.8% opinaron estar de acuerdo y el 51.2% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez.

Tabla 27

¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	13	30,2	30,2	30,2
	Muy de acuerdo	30	69,8	69,8	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

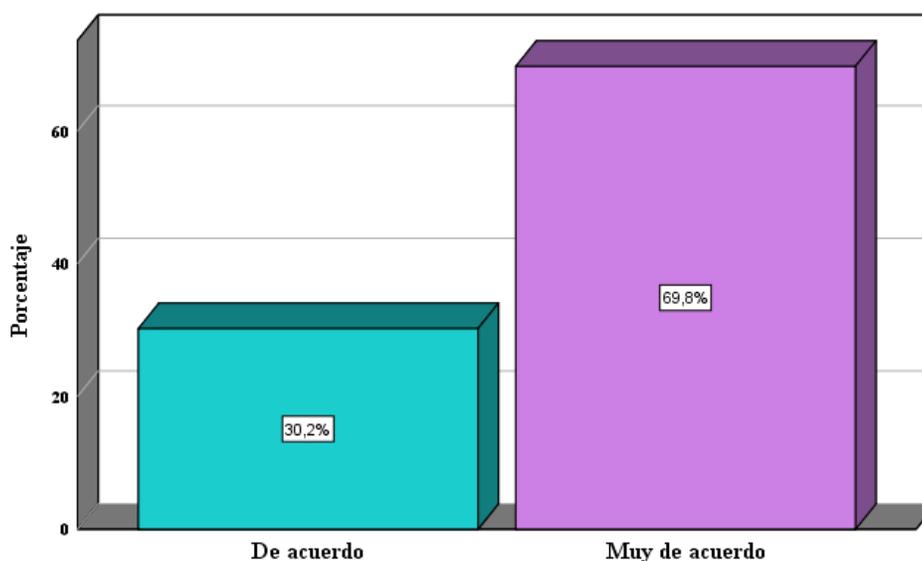


Figura 17. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 17.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 27 y su respectiva figura 17, se puede deducir que el 30.2% opinaron estar de acuerdo y el 69.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que

estarían predispuestos a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos.

Tabla 28

¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	46,5	46,5	46,5
	Muy de acuerdo	23	53,5	53,5	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

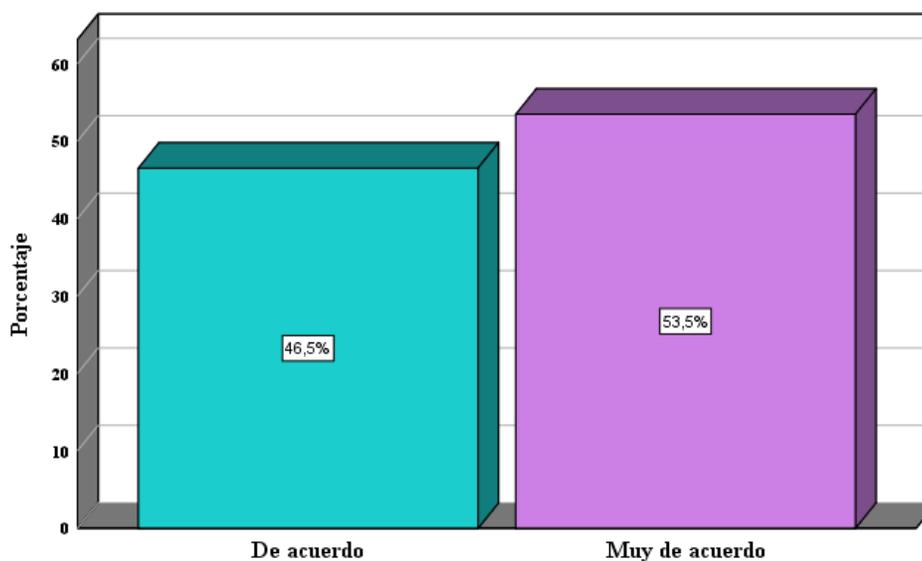


Figura 18. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 18.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 28 y su respectiva figura 18, se puede deducir que el 46.5% opinaron estar de acuerdo y el 53.5% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público.

Tabla 29

¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De acuerdo	19	44,2	44,2	44,2
Muy de acuerdo	24	55,8	55,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS IBM STATICS Version 26.0

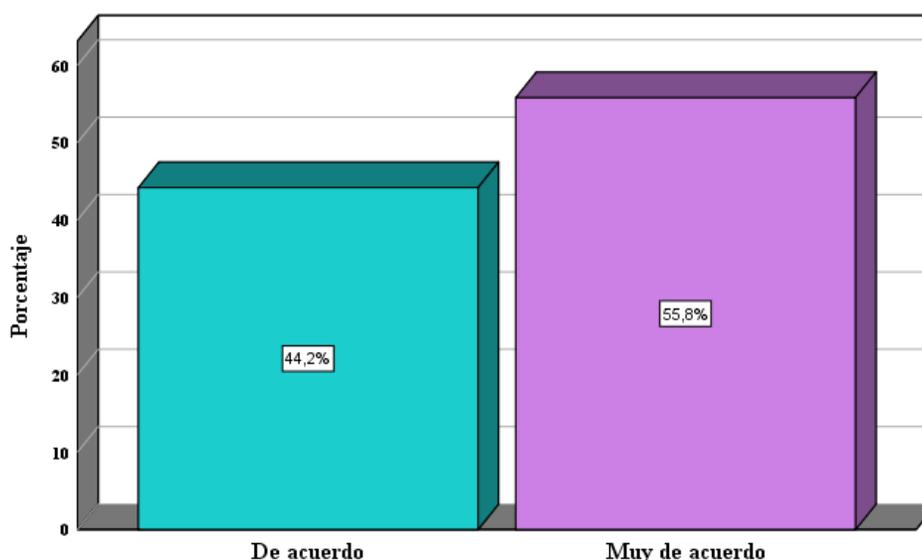


Figura 19. Representación gráfica de los resultados de la pregunta N° 19.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos respecto a la pregunta realizada, representados en la tabla 29 y su respectiva figura 19, se puede deducir que el 44.2% opinaron estar de acuerdo y el 55.8% afirman estar muy de acuerdo. Por lo tanto, podemos concluir que todos los encuestados consideran que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En la presente investigación, se tuvo como objetivo general describir la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020; de acuerdo a las características se pretendía buscar lo siguiente:

Dimensión 1: Valores Tributarios, en relación a la dimensión Valores Tributarios, la cual consta de 3 indicadores que son: “sin valores tributarios”, “valores tributarios débiles” y “valores tributarios fuertes”; y de acuerdo a la implicancia metodológica se determinó que el 62% en promedio de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo en que es muy importante cumplir con sus obligaciones tributarias, lo cual significa declarar y pagar los impuestos como corresponde, ya que sin valores tributarios, no se contribuye con el desarrollo del país; además de ser ilegal no cumplir con las mismas. Por otro lado, consideran que evadir las obligaciones tributarias es incorrecto. De acuerdo a la implicancia teórica, se determinó que este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por la autora Chavez y Tadeo (2014) en su tesis denominada “Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo, de la Universidad Nacional del Centro del Perú”, en el que señala que el 89% de los encuestados considera que al pagar sus impuestos, contribuyen con el desarrollo del país, lo cual hace referencia a que cuentan con sólidos valores tributarios. Así mismo, este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por los autores Guerrero y Zapata (2020) en su tesis denominada “La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Piura”, en el que señala que el 53.3% de los encuestados manifiestan estar muy de acuerdo en que se debería estar comprometido con sus pagos como buen contribuyente. Por otro lado, el resultado es similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por la autora Zambrano (2019) en su tesis denominada “Aspectos de Cultura Tributaria que Afectan la Gestión del Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Neiva”, en el que señala que el 90% de los encuestados manifiesta que si observaran en su entorno, que ciertos

contribuyentes practican malos valores tributarios; y como consecuencia, evaden impuestos, estos no lo replicarían. Así mismo, este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por el autor Arévalo (2015) en su tesis denominada “Análisis de la Evolución de la Cultura Tributaria en el Ecuador y su Incidencia en la Elusión del Impuesto a la Renta en las Personas Naturales No Obligadas a Llevar Contabilidad, Habitantes en el Sector Norte de Guayaquil en la Parroquia Tarqui”, en el que señala que el 56% manifiesta que siempre declaran todos sus ingresos que generan de manera mensual y anual, a fin de pagar el impuesto a la renta que corresponda. Por tal razón, de acuerdo a la implicancia práctica, se puede concluir que es muy importante para los empresarios contar con sólidos valores tributarios que les permitan cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias, para de esta manera continuar contribuyendo con el desarrollo del país. En cuanto a las limitaciones que se nos presentaron en el trabajo de campo, una de ellas fue que los empresarios en primera instancia, mostraban su desconfianza al facilitar información solicitada en la investigación, debido a que el estudio no proviene de una entidad oficial del Estado. En ese sentido, se recalcó que los fines son educativos y que se trataba de una investigación anónima y confidencial.

Dimensión 2: Conocimientos Tributarios, en relación a la dimensión “Conocimientos Tributarios”, la cual consta de 3 indicadores que son: “Comportamiento Tributario”, “Información Tributaria” y “Compromiso Tributario”; y de acuerdo a la implicancia metodológica se determinó que el 60% en promedio de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo en que cuentan con toda la información necesaria para cumplir con sus obligaciones tributarias y lograr un buen comportamiento como contribuyente, lo cual nace del compromiso que se tiene con el Estado y con la sociedad. De acuerdo a la implicancia teórica, se determinó que este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por el autor Laurencio (2019) en su tesis denominada “La cultura tributaria y su influencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las ferreterías del mercado central de Huánuco, 2019”, en el que señala que el 65% de los

encuestados manifestaron conocer acerca de las normas de tributación, lo cual les permitirá cumplir con sus obligaciones tributarias como buenos contribuyentes. Así mismo, este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por el autor Apaza (2018) en su tesis denominada “La cultura tributaria y la formalización de las empresas mineras en el Perú, 2018”, en el que señala que un 86% de los encuestados manifestaron que cuentan con un adecuado conocimiento tributario, lo cual les permite cumplir con sus responsabilidades tributarias y; a su vez, origina su compromiso ante el fisco. Por otro lado, el resultado es similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por la autora Jara (2016) en su tesis denominada “Cultura tributaria fiscal en busca del cumplimiento voluntario”, en el que señala que el 67% de los encuestados manifiestan que cuentan un adecuado con conocimiento tributario para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Por tal razón, de acuerdo a la implicancia práctica, se puede concluir que es muy importante que los contribuyentes cuenten con sólidos conocimientos tributarios que les permitan cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias, para lo cual el rol que juega la Administración Tributaria en la consecución de este objetivo, es muy determinante, pues esto depende de la adecuada orientación e información que la SUNAT brinde a todo el universo de contribuyentes, sin importar si son MEPECOS o PRICOS. En cuanto a las limitaciones, debido a la pandemia, la encuesta fue virtual y no presencial, ocasionando que el tiempo de espera en obtener las respuestas en su totalidad, se prolongue más de lo esperado.

Dimensión 3: Conciencia Tributaria, en relación a la dimensión “Conciencia Tributaria”, la cual consta de 3 indicadores que son: “Motivación Intrínseca”, “Actitud Tributaria” y “Percepción Tributaria”; y de acuerdo a la implicancia metodológica se determinó que el

64% en promedio de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo con que cuentan con la actitud y motivación necesaria para cumplir con sus obligaciones tributarias; a fin de que el Estado continúe haciendo un buen uso de los recursos recaudados, mientras que la información referida al gasto ejecutado, sea totalmente transparente y difundida en la sociedad. De acuerdo a la implicancia teórica, se determinó que este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por el autor Huari (2016) en su tesis denominada “La Cultura Tributaria y la Evasión Tributaria en el Arrendamiento de Predios en el Centro Poblado La Joya - Provincia De Tambopata”, en el que señala que el 99% de los encuestados se encuentran motivados a cumplir con el pago de tributos que se les atribuye, debido a que perciben que cumplir con sus responsabilidades tributarias, son necesarias para tener mejores servicios públicos. Así mismo, este resultado es muy similar al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por el autor Tortolero (2017) en su tesis denominada “La Cultura Tributaria en el Pago del Impuesto sobre Inmuebles Urbanos en el Municipio Valencia del Estado Carabobo durante el Año 2016”, en el que señalaron que el 85% de los encuestados son conscientes respecto a la importancia que representa la recaudación de impuestos para el gasto público y el impacto en la sociedad. Por otro lado, el resultado coincide en similitud al presentado, aunque en otra dimensión espacial y temporal, por los autores De la Torre, Miguél y Padilla (2019) en su tesis denominada “La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia”, en el que se señaló que el 68% de encuestados perciben que el Estado hace un buen manejo de los recursos obtenidos a través de la recaudación de tributos. Por tal razón, de acuerdo a la implicancia práctica, se puede concluir que es muy importante para los empresarios actuar en base a una adecuada conciencia tributaria frente al cumplimiento con

sus obligaciones tributarias, la cual les permitirá manejar sus negocios de manera responsable, solidaria y con desprendimiento social, tomando en consideración el significado de su contribución para el Estado y para el país. Finalmente, debido a la limitación que se nos presentó en obtener los documentos solicitados para realizar nuestra investigación en una sola empresa (tales como vigencia de poderes y DNI del representante legal), decidimos ampliar nuestro universo de estudio considerando 48 negocios del sector belleza ubicados en una galería comercial del Centro de Lima.

4.2. Conclusiones:

De acuerdo al objetivo general de nuestra investigación, el cual fue “Describir la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020”, podemos concluir que los resultados que obtuvimos en nuestro estudio, nos indican lo relevante que es para este tipo de negocios, concientizarse con una adecuada cultura tributaria que les garantice el óptimo cumplimiento de sus obligaciones tributarias como contribuyentes.

En relación a la dimensión “Valores Tributarios”, cuyo objetivo específico fue “Describir los valores tributarios que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020”, explica que cuando los contribuyentes no tienen valores tributarios, o los tienen pero de una manera muy débil, no podrán cumplir adecuadamente con sus obligaciones tributarias, cayendo en algunos casos en la tentación de evadir impuestos o de no cumplir adecuadamente con estos por desconocimiento o intencionalmente. Mientras que, cuando los contribuyentes cuentan con sólidos valores tributarios, no se expondrán a caer en las situaciones antes mencionadas, y por el contrario, cumplirán adecuadamente con la declaración y pago oportuno de sus obligaciones tributarias, contribuyendo de esa manera con el desarrollo del país. Tal como se demuestra en la presente investigación donde el 62% de los encuestados reafirman contar con estos valores tributarios.

En relación a la dimensión “Conocimientos Tributarios”, cuyo objetivo específico fue “Describir el conocimiento tributario que tienen los comerciantes del sector belleza de una

galería comercial del centro de Lima, 2020”, se puede concluir que los empresarios que cuentan con sólidos conocimientos tributarios, desempeñan un buen comportamiento como buenos contribuyentes, los cuales pueden ser a causa de educarse a través de cursos, capacitaciones u otros similares sobre normas tributarias. Además, cabe resaltar que la educación en materia tributaria en los centros educativos, genera que los niños y jóvenes que se encuentran en formación, puedan crear conciencia respecto a la importancia de estar bien informados y de estar comprometidos a no incurrir en ilegalidades. Por otro lado, es importante contar con la orientación correspondiente por parte de la Administración Tributaria (SUNAT) y recibir información valedera y certera para cumplir con sus obligaciones tributarias. Tal como se demuestra en la presente investigación donde el 60% de los encuestados reafirman contar con sólidos conocimientos tributarios.

En relación a la dimensión “Conciencia Tributaria”, cuyo objetivo específico fue “Describir cómo es la conciencia tributaria que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de Lima, 2020”, se puede concluir que los empresarios consideran importante contar con una adecuada conciencia tributaria para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual implica desarrollar primero y, de manera consciente, la responsabilidad que se tiene con la sociedad y con el Estado; derivándose de ella los deberes tributarios. Así mismo, consideran importante contar una buena actitud y motivación intrínseca, a fin de desempeñar el papel de un buen contribuyente sin necesidad de esperar medios coercitivos. Por otro lado, los empresarios consideran que es importante cumplir con las obligaciones tributarias, mientras que el Estado sea transparente en la ejecución del gasto público, a fin de continuar haciendo el uso debido de los recursos recaudados. Tal como se demuestra en nuestra investigación donde el 64% de los encuestados reafirman contar con conciencia tributaria.

REFERENCIAS

- Altamirano, Y., e Iberico, N. (2018). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de las MYPEs del sector confecciones en el Parque Industrial N° 1 de Huaycán - Ate, Lima 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Lima.
- Amasifuen, M. (2015). Importancia de la Cultura Tributaria en el Perú. *Accounting Power For Business volumen (1)*, p. 74.
- Apaza, R. (2018). *La Cultura Tributaria y la Formalización de las Empresas Mineras en el Perú* (Tesis de maestría). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Arévalo, D. (2015). *Análisis de la Evolución de la Cultura Tributaria en el Ecuador y su Incidencia en la Elusión del Impuesto a la Renta en las Personas Naturales No Obligadas a Llevar Contabilidad, Habitantes en el Sector Norte de Guayaquil en la Parroquia Tarqui* (Tesis de maestría). Instituto de Altos Estudios Nacionales, Universidad de Posgrado del Estado, Guayaquil.
- Armas, M. E., y Colmenares de Eziaga, M. (2009). Educación para el Desarrollo de la Cultura Tributaria. *RED-HECS, volumen (1)*, p.141.
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados: Enfoque para América Latina*. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias - CIAT (2008). Asamblea General del CIAT: *La Legitimación Social de la Política y La Cultura Tributaria* (42). Recuperado de

https://www.ciat.org/Biblioteca/AsambleasGenerales/2008/Espanol/asamblea_guatemala_2008_e-book.pdf

Castillo, S., y Castillo, P. (2016). Un acercamiento al estudio de la cultura tributaria desde la perspectiva socioeducativa. *Dominio de las Ciencias, volumen (2)*, p. 152.

Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del Coeficiente Alpha de Cronbach. *Avances en Medición, volumen (3)*, p. 17.

Chavez, M., & Tadeo, V. (2014). *Cultura Tributaria y el Cumplimiento de Obligaciones Tributarias en el Mercado Modelo de Huancayo* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.

Choquechua, S. (2016). *Cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de obligaciones tributarias de los empresarios de MYPEs en el Emporio Comercial Gamarra, periodo 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao, Callao, Perú.

De la Torre, I., Manguel, R., y Padilla, L. (2019). *La Importancia de la Implementación de la Cultura Tributaria en Colombia* (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Santa Marta - Colombia.

Guerrero, C., y Zapata, S. (2020). *La cultura tributaria y el cumplimiento de las obligaciones de los comerciantes de calzado del Mercado Modelo Piura, año 2020* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego, Piura.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México - México: McGraw W-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Huari, M. (2016). *La Cultura Tributaria Y La Evasión Tributaria En El Arrendamiento De Predios En El Centro Poblado La Joya - Provincia De Tambopata - 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Andina del Cusco, Puerto Maldonado - Perú.
- Jara, A. (2016). *Cultura Tributaria Fiscal en Busca del Cumplimiento Voluntario* (Tesis de maestría). Universidad de Cuenca y el Instituto de Altos Estudios Nacionales, Cuenca - Ecuador.
- Laurencio, J. (2019). *La Cultura Tributaria y su Influencia en el Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de las Ferreterías del Mercado Central De Huánuco Periodo 2019* (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco - Perú.
- Marín, J., y Trauco, M. (2015). *Cultura Tributaria e Influencia en la Disminución de Infracciones más Frecuentes del Código Tributario por los Contribuyentes Régimen General SUNAT* (Tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- Monterrey, M. (2019). *Relación entre el Conocimiento Tributario la Cultura Tributaria en Gerentes Generales de Empresas Industriales Manufactureras del Callao 2019* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Muntané, J. (2010). Introducción a la Investigación Básica. *Revista Andaluza de Patología Digestiva, volumen (33)*, p. 221.
- Riveros, M. (2017). *Cómo se Debe Implementar la Cultura Tributaria en Colombia* (Tesis pregrado). Universidad Militar. Nueva Granada, Bogotá, Colombia.
- Rosales, J., y Gomez, L. (2019). *Cultura Tributaria y Obligaciones Tributarias en los Salones de Belleza en el Cercado De Lima* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao, Callao.

- Solórzano, D. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Recuperado el 2021, de Congreso de la República del Perú:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)
- SUNAT. (2012). *Programa de Cultura y Conciencia Tributaria (2)*. Recuperado el 2021.
- Taminchi, G. (2018). *Conocimiento tributario y cumplimiento de las obligaciones tributarias en las MYPES del Jr. Libertad cuadra n° 10 Pucallpa 2017* (Tesis de licenciatura). Universidad Privada de Pucallpa, Perú.
- 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* (Tesis de pregrado). Universidad de Carabobo, Venezuela.
- Zambrano, G. (2019). *Aspectos de Cultura Tributaria que Afectan la Gestión del Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Neiva* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Zamora, Y. (2018). La Evasión Tributaria y su Incidencia en la Economía del Ecuador, 2010-2014. *Quipukamayoc, volumen (26)*, p.14-15.

ANEXOS

ANEXO n.º 1. Matriz de Consistencia.

Título: CULTURA TRIBUTARIA EN LOS NEGOCIOS DEL SECTOR BELLEZA DE UNA GALERÍA COMERCIAL DEL CENTRO DE LIMA, 2020				
Autor (es):	Laura Diana Asquiere Gallardo			
PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES E INDICADORES		METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Variable: a) Cultura Tributaria		
¿Cómo es la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del Centro de Lima, 2020?	Describir la cultura tributaria en los negocios del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020.	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACION: La investigación es de tipo descriptiva, bajo el diseño no experimental, de corte transversal o transeccional y de enfoque cualitativo. TECNICAS E INSTRUMENTOS: <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Encuesta
		Valores Tributarios	Sin valores tributarios	
Valores tributarios débiles				
Valores tributarios fuertes				
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Conocimiento Tributario	Comportamiento Tributario	
¿Cuáles son los valores tributarios que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020?	Describir los valores tributarios que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020.		Información Tributaria	
			Compromiso Tributario	
¿Cuál es el nivel de conocimiento tributario que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020?	Describir el conocimiento tributario que tienen los comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020.		Conciencia Tributaria	
¿Cómo es la conciencia tributaria que tienen los	Describir la conciencia tributaria que tienen los			

comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020?	comerciantes del sector belleza de una galería comercial del centro de lima, 2020.		Actitud Tributaria	
			Percepción Tributaria	

ANEXO n.º 2. Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Cultura Tributaria (1)

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: VALORES TRIBUTARIOS							
	Indicador: Sin valores tributarios							
1	¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?	✓		✓		✓		<i>Retirar el término "algo"</i>
	Indicador: Valores Tributarios Débiles							
3	¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?	✓		✓		✓		
	Indicador: Valores Tributarios Fuertes							
5	¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	✓		✓		✓		
7	¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?	✓		✓		✓		<i>Considero no preciso "mensuales", sino de manera gral.</i>
	DIMENSIÓN 2: CONOCIMIENTO TRIBUTARIO							
	Indicador: Comportamiento Tributario							
8	¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?	✓		✓		✓		
	Indicador: Información Tributaria							
10	¿Considera usted que SUNAT le brinda información clara y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias??	✓		✓		✓		<i>Corregir el término "clara", debe ser "clarta".</i>
11	¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?	✓		✓		✓		
	Indicador: Compromiso Tributario							
12	¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?	✓		✓		✓		
13	¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 3: CONCIENCIA TRIBUTARIA							
Indicador: Motivación Intrínseca							
14	¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?	✓		✓		✓	
15	¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?	✓		✓		✓	
Indicador: Actitud Tributaria							
16	¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?	✓		✓		✓	
17	¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos ?	✓		✓		✓	
Indicador: Percepción Tributaria							
18	¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?	✓		✓		✓	
19	¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?	✓		✓		✓	

Observaciones:

Tomar en cuenta las sugerencias registradas.

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

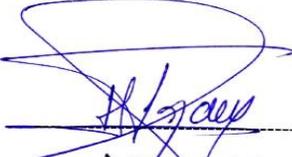
Apellidos y nombres del juez validador: **Vejarano García, Victoria Haydeé** DNI: 17860294

Especialidad del validador: Contadora Pública Colegiada
Auditor Independiente

17 de Febrero del 2021

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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


Firma del Experto Informante.
Especialidad

ANEXO n.º 3. Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Cultura Tributaria (2)

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: VALORES TRIBUTARIOS							
	Indicador: Sin valores tributarios							
1	¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?	✓		✓		✓		
	Indicador: Valores Tributarios Débiles							
3	¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?	✓		✓		✓		
	Indicador: Valores Tributarios Fuertes							
5	¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	✓		✓		✓		
7	¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: CONOCIMIENTO TRIBUTARIO							
	Indicador: Comportamiento Tributario							
8	¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?	✓		✓		✓		
	Indicador: Información Tributaria							
10	¿Considera usted que SUNAT le brinda información clara y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias??	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?	✓		✓		✓		
	Indicador: Compromiso Tributario							
12	¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?	✓		✓		✓		
13	¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?	✓		✓		✓		

DIMENSIÓN 3: CONCIENCIA TRIBUTARIA							
Indicador: Motivación Intrínseca							
14	¿Considera usted que se siente desmotivado al momento de pagar sus impuestos?	✓		✓		✓	
15	¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?	✓		✓		✓	
Indicador: Actitud Tributaria							
16	¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?	✓		✓		✓	
17	¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos ?	✓		✓		✓	
Indicador: Percepción Tributaria							
18	¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?	✓		✓		✓	
19	¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?	✓		✓		✓	

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador FRIAS GUEVARA ROBERTH

DNI: 08312356

Especialidad del validador. CPC. DOCTOR EN ADMINISTRACION

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

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

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

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

08 de Febrero del 2021



Firma del Experto Informante.

ANEXO n.º 4. Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Cultura Tributaria (3)

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	DIMENSIÓN 1: VALORES TRIBUTARIOS							
	Indicador: Sin valores tributarios							
1	¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?	X		X		X		
2	¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?	X		X		X		
	Indicador: Valores Tributarios Débiles							
3	¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?	X		X		X		
4	¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?	X		X		X		
	Indicador: Valores Tributarios Fuertes							
5	¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?	X		X		X		
6	¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?	X		X		X		
7	¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: CONOCIMIENTO TRIBUTARIO							
	Indicador: Comportamiento Tributario							
8	¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?	X		X		X		
9	¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?	X		X		X		
	Indicador: Información Tributaria							
10	¿Considera usted que SUNAT le brinda información clara y adecuada para cumplir con sus obligaciones tributarias??	X		X		X		
11	¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?	X		X		X		
	Indicador: Compromiso Tributario							
12	¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?	X		X		X		
13	¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?	X		X		X		

DIMENSIÓN 3: CONCIENCIA TRIBUTARIA							
Indicador: Motivación Intrínseca							
14	¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?	X		X		X	
15	¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?	X		X		X	
Indicador: Actitud Tributaria							
16	¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?	X		X		X	
17	¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos ?	X		X		X	
Indicador: Percepción Tributaria							
18	¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?	X		X		X	
19	¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?	X		X		X	

Observaciones: En mi opinión, el presente instrumento cumple mayoritariamente con los criterios de pertinencia, relevancia y claridad para los fines y objetivos de la investigación a realizar.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Acosta Mantilla, Edgardo Martin **DNI:** 08416821

Especialidad del validador: Contador Público Colegiado, Magíster en Docencia Universitaria y Asesor de Tesis.

28 de Febrero del 2021

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

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

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

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



Mg.CPC. Edgardo M. Acosta Mantilla

ANEXO n.º 5. Cuestionario

CUESTIONARIO DE CULTURA TRIBUTARIA

Edad: _____ Sexo: _____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará afirmaciones sobre la Cultura Tributaria. Lea cada una con mucha atención; luego, marque la respuesta que mejor lo describa con una **X** según corresponda. Recuerde, no hay respuestas buenas, ni malas. Conteste todas las preguntas con la verdad **OPCIONES DE RESPUESTA:**

- 5= Muy de acuerdo.
4= De acuerdo.
3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
2= En desacuerdo.
1= Muy en desacuerdo.

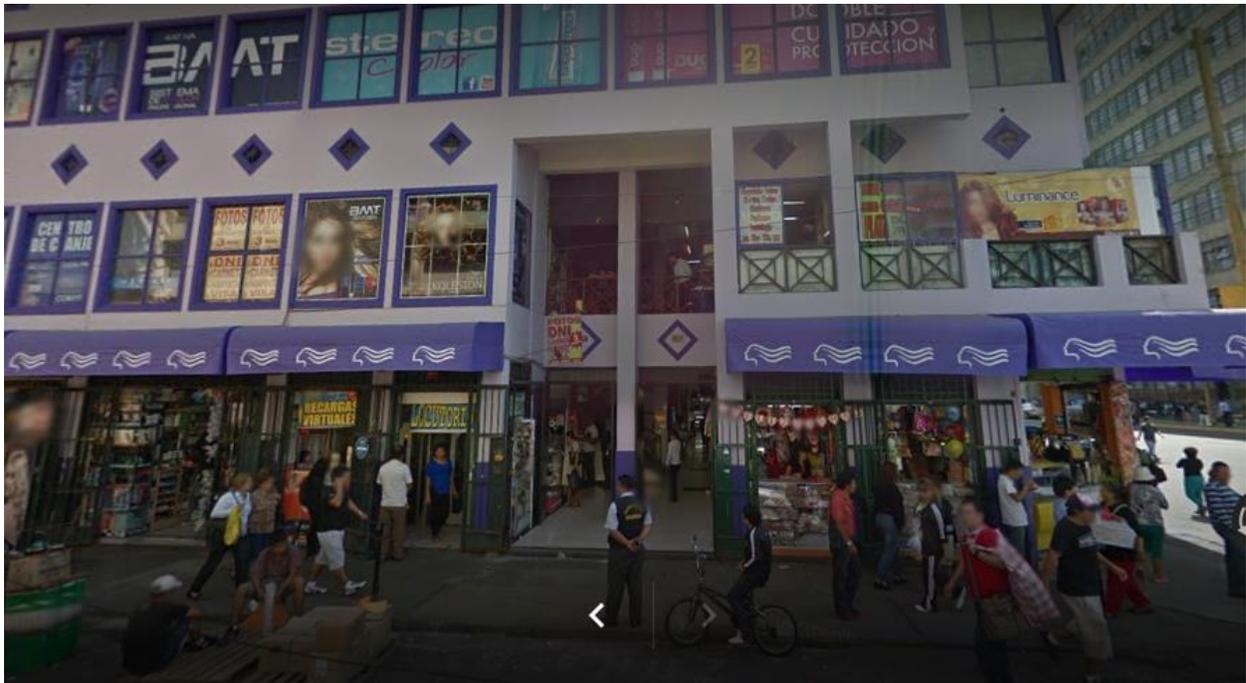
Nº ítem	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
1	¿Considera usted que una persona sin valores tributarios no contribuye con el desarrollo del país?					
2	¿Considera usted que evadir las obligaciones tributarias es algo incorrecto?					
3	¿Considera usted que los ciudadanos con valores débiles tienden a evadir más?					
4	¿Considera usted que los ciudadanos evaden impuestos por desconocimiento?					
5	¿Considera usted que es ilegal no cumplir con las obligaciones tributarias?					
6	¿Considera usted que es importante cumplir con sus obligaciones tributarias como contribuyente?					
7	¿Considera usted que cumple con el país, cuando declara y paga sus obligaciones tributarias mensuales?					
8	¿Considera usted que es un buen empresario al cumplir con sus obligaciones tributarias?					
9	¿Considera usted que la SUNAT reconoce su buen comportamiento como contribuyente?					
10	¿Considera usted que SUNAT le brinda información certera y valedera para cumplir con sus obligaciones tributarias??					
11	¿Considera usted que cuenta con toda la información necesaria para ser un buen contribuyente?					
12	¿Considera usted que pagar impuestos es un compromiso que tiene con el Estado?					
13	¿Está usted comprometido con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias en los plazos establecidos?					
14	¿Se encuentra usted motivado a compartir las buenas prácticas tributarias con la sociedad?					
15	¿Se encuentra usted motivado por la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias?					
16	¿Considera usted que el pago de sus impuestos reduce su capacidad de liquidez?					
17	¿Estaría usted predispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias voluntariamente si el Estado fuera un buen administrador de estos recursos ?					
18	¿Considera usted que el Estado debería ser transparente en la ejecución del gasto público?					
19	¿Considera usted que el Estado hace un buen uso de la recaudación tributaria?					

Gracias por completar el cuestionario

ANEXO n.º 6. Matriz de Datos - SPSS

Variable	CUESTIONARIO VARIABLE INDEPENDIENTE: CULTURA TRIBUTARIA																		
Nº / Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Número	Valores Tributarios							Gestión Cliente					Gestión de los Procesos Internos						
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
8	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	4
9	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4
10	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
11	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
12	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
14	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4
15	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
16	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
17	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
18	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
19	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
20	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
21	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
22	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
23	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
24	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
25	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
26	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
29	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
31	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
32	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
34	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
35	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5
36	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
38	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
41	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5
42	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5

ANEXO n.º 7. Fotos de la galería comercial del Centro de Lima



ANEXO n.º 8. Mapa de ubicación de la galería comercial del Centro de Lima

