

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**Cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en
comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo-
2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

Fiorella Elizabeht Bustillos Montenegro

ASESOR

Carlos Alberto Olivos Campos

<https://orcid.org/0000-0002-9512-6129>

Chiclayo, 2024

**Cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión
fiscal en comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de
Octubre, Chiclayo-2023**

PRESENTADA POR

Fiorella Elizabeht Bustillos Montenegro

A la Facultad de Contabilidad de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Pedro Jesus Cuyate Reque

PRESIDENTE

Rosita Catherine Campos Diaz

SECRETARIO

Carlos Alberto Olivos Campos

VOCAL

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios y a mi madre. A Dios, por ser mi guía y brindarme la fortaleza y sabiduría para culminar este proyecto. A mi querida madre, cuyo amor incondicional y apoyo constante han sido mi mayor inspiración y motivación para alcanzar este logro, gracias a su amor y a la fe que ha depositado en mí

Agradecimientos

En la culminación de esta investigación, deseo expresar mi profundo agradecimiento a Dios, quien ha guiado cada paso en mi camino y me ha otorgado la fuerza para alcanzar esta meta. A mi madre, por el amor, apoyo, motivación y sacrificio que me han permitido llegar hasta aquí. A mis queridos hermanos, cuya confianza en mí y aliento constante me han impulsado a esforzarme lo máximo.

Un especial agradecimiento a mi asesor Dr. Carlos Alberto Olivos Campos, por su orientación, conocimientos, experiencia y apoyo han sido fundamentales para lograr concluir con éxito el proyecto

Turnitin - Informe Final de Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

distancia.udh.edu.pe

Fuente de Internet

4%

2

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

3

1library.co

Fuente de Internet

1%

4

[Submitted to Universidad Cesar Vallejo](#)

Trabajo del estudiante

1%

5

idoc.pub

Fuente de Internet

1%

6

[Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote](#)

Trabajo del estudiante

1%

Índice

Resumen.....	10
Abstract	11
I. Introducción	12
II. Revisión de literatura	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases Teóricas científicas	17
2.2.1. Cultura Tributaria	17
2.2.2. Evasión Fiscal.....	22
2.2.3. Estrategias basadas en cultura tributaria para minimizar la Evasión Fiscal	26
III. Materiales y métodos.....	32
3.1. Tipo y nivel de investigación	32
3.2. Diseño de investigación	32
3.3. Población, muestra y muestreo.....	32
3.4. Criterios de selección.....	33
3.5. Operacionalización de variables.....	34
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
3.7. Procedimientos	36
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos	36
3.9. Matriz de consistencia	36
3.10. Consideraciones éticas.....	38
IV. Resultados y discusión	39
4.1. Resultados.....	39
4.1.1. Identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023	42
4.1.2. Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023	45

4.1.3. Determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023	51
4.1.4. Establecer estrategias basadas en la cultura tributaria para minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023.....	58
4.2. Discusión	67
V. Conclusiones	70
VI. Recomendaciones.....	72
VII. Referencias.....	73
VIII. Anexos.....	79

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	32
Tabla 2. Matriz de consistencia	35

Lista de Figuras

Figura 1. Género.....	39
Figura 2. Edad.....	39
Figura 3. Estado Civil.....	40
Figura 4. Grado de instrucción.....	40
Figura 5. Tiempo del negocio	41
Figura 6. Ingresos mensuales.....	41
Figura 7. Inscripción en el RUC	42
Figura 8. Acogimiento a Régimen Tributario.....	42
Figura 9. Régimen Tributario inscrito.....	43
Figura 10. Conocimiento de los requisitos para la inscripción al régimen tributario.....	43
Figura 11. Información brindada por SUNAT con respecto a los regímenes tributarios.....	44
Figura 12. Conocimiento de los tributos que existen en el país.....	45
Figura 13. Conocimiento de emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas realizadas .	45
Figura 14. Conocimiento de las ventajas de emitir comprobantes de forma voluntaria.....	46
Figura 15. Conocimiento acerca del sistema “SUNAT Operaciones en Línea” (SOL)	46
Figura 16. Conocimiento de informar y actualizar sus datos ante la SUNAT	47
Figura 17. Motivación para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT	47
Figura 18. Charla de educación tributaria dictadas por la SUNAT.....	48
Figura 19. Cumplimiento de las normas tributarias de forma voluntaria	48
Figura 20. La responsabilidad en el pago de impuestos contribuye con la disminución de la evasión	49

Figura 21. La honestidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias contribuye con la disminución de la evasión.....	49
Figura 22. El compromiso tributario contribuye con el desarrollo del país.....	50
Figura 23. Los tributos en el Perú son excesivos y no van con la realidad de nuestro país.....	51
Figura 24. Motivo por el cual no paga sus tributos.....	52
Figura 25. El contribuyente debe pagar sus tributos de acuerdo al nivel de ingresos.....	52
Figura 26. Cumplimiento de sus declaraciones juradas de impuestos mensuales conforme al cronograma de declaraciones.....	52
Figura 27. Cumplimiento con el pago de sus impuestos mensuales conforme al cronograma de pagos.....	52
Figura 28. Conocimiento de que el incumplimiento de su obligación tributaria conlleva a una sanción tributaria.....	53
Figura 29. Conocimiento de las infracciones y sanciones administrativas tributarias por SUNAT.....	53
Figura 30. Es importante pagar los tributos para el desarrollo del país.....	54
Figura 31. La recaudación de los tributos es destinada a sectores como educación, salud o actividades estatales en beneficio de la población.....	54
Figura 32. Los recursos recaudados por el Estado son distribuidos equitativamente.....	55
Figura 33. Visitas de verificación y comprobación de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT.....	55
Figura 34. Notificaciones previas de la SUNAT antes de realizar su fiscalización.....	56
Figura 35. La fiscalización permite el incremento de la recaudación tributaria.....	56

Resumen

Uno de los primordiales factores que se interpone en la obtención de ingresos por parte del Estado es la evasión tributaria, pues el Perú ha dejado de recaudar hasta S/ 33,000 millones al año a causa de ello. En este sentido, la presente investigación tuvo como propósito determinar la cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo-2023. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal, nivel descriptivo, con un enfoque mixto y de tipo aplicada. Como técnica para la recopilación de datos, se empleó la encuesta mediante un cuestionario con preguntas claras, concisas y concretas, para identificar el régimen tributario, el nivel de cultura tributaria y evasión fiscal. También se empleó la técnica de la observación a través de una revisión documental en cuanto a las estrategias basadas en cultura tributaria. Se determinó que, los comerciantes del sector abarrotero poseen un nivel bajo de cultura tributaria, puesto que tienen un limitado conocimiento, conciencia y valores en cuestiones tributarias; asimismo, se evidenció que existe un alto nivel de evasión fiscal. Se concluye que la cultura tributaria y estrategias contribuyen a minimizar los altos índices de evasión fiscal, pues, al establecer estrategias que aporten conocimientos sobre temas tributarios, ayuda a educar fiscalmente a los comerciantes, de modo que, asuman sus obligaciones de forma responsable y voluntaria; con el fin de que tomen conciencia y contribuyan con dicha disminución, para así mejorar los ingresos del Estado y el desarrollo del país

Palabras clave: cultura tributaria, evasión fiscal, estrategias, obligaciones tributarias

Abstract

One of the main factors that stands in the way of the State obtaining income is tax evasion, since Peru has stopped collecting up to S/ 33,000 million a year because of it. In this sense, the purpose of this research was to determine the tax culture and strategies to reduce tax evasion in grocery merchants at Mercado 9 de Octubre, Chiclayo-2023. The research design was non-experimental, transversal, descriptive level, with a mixed and applied approach. As a technique for data collection, the survey was used through a questionnaire with clear, concise and specific questions, to identify the tax regime, the level of tax culture and tax evasion. The observation technique was also used through a documentary review regarding strategies based on tax culture. It was determined that merchants in the grocery sector have a low level of tax culture, since they have limited knowledge, awareness and values on tax issues; Likewise, it was evident that there is a high level of tax evasion. It is concluded that the tax culture and strategies contribute to minimizing the high rates of tax evasion, since, by establishing strategies that provide knowledge about tax issues, it helps to educate merchants fiscally, so that they assume their obligations responsibly and voluntarily; in order to raise awareness and contribute to this decrease, in order to improve the income of the State and the development of the country

Keywords: tax culture, tax evasion, strategies, tax obligation

I. Introducción

Una de las preocupaciones para todos los gobiernos es la evasión tributaria, pues este es un problema común, pero no insignificante, debido a que es un obstáculo mundial que debilita la estructura económica de los gobiernos, y a pesar de que el tema es muy estudiado, no ha podido ser erradicado del todo.

La presente investigación es importante porque permite tener un referente sobre cómo la cultura tributaria contribuye a disminuir los altos índices de evasión fiscal, además de ello, establecer estrategias que logre mejorar el nivel de conocimientos tributarios y ayude a educar fiscalmente a los comerciantes; de modo que, asuman sus obligaciones de forma responsable y voluntaria, con el fin de mejorar el desarrollo del país.

Paredes & García (2021) indica que, en la sociedad ecuatoriana, la cultura tributaria contribuye de manera significativa a disminuir la evasión fiscal, pues al fortalecer la conciencia tributaria de los ciudadanos lograría que cuatro de cada diez personas cumplan con sus obligaciones fiscales. Sin embargo, *Cabrera, Sánchez, Cachay, & Rosas (2021)* indican que, en Perú, muchas personas con negocios, no cuentan con un claro conocimiento acerca de los tributos, por ello, las personas cada vez más evitan pagar sus tributos; lo cual ocasiona que el nivel de evasión e informalidad sea mayor; como se observa en el Diario *Perú21 (2022)*, en donde la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) comunicó recientemente que el país ha dejado de recaudar S/ 33,000 millones al año, debido a la evasión y elusión fiscal, lo que representa el 4,3% del PBI. No obstante, otra causa que le resta ingresos al fisco, es la informalidad, dejando de recaudar hasta S/ 4,200 millones anualmente. Dicho ello, a nivel local, el mercado Moshoqueque no es ajeno a esta situación, pues según *Vásquez (2019) en el Diario La República*, el 80% de los habitantes de dicho mercado no cumplen con sus obligaciones fiscales.

El objeto de estudio son los comerciantes del sector abarrotero del Mercado 9 de octubre, en donde se observó que muchos de ellos no cuentan con los conocimientos en temas tributarios, creen que es más beneficioso no tributar, no solo con el fin de evadir impuestos, sino de no someterse a diversos trámites, los cuales le son dificultosos les resulta difíciles, costosos y toma tiempo; asimismo, la desconfianza de que los recursos no sean utilizados adecuadamente. Ante lo señalado, el planteamiento del problema fue: *¿Cómo la cultura tributaria y estrategias contribuye*

en la disminución de la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo -2023?

La cultura tributaria es un conjunto de visiones cruzadas, que forman un entramado de discursos, actitudes, creencias, valores y posiciones de los actores, sobre el panorama tributario **Montiel, Peña, & Martínez (2020)**. Y la evasión fiscal según el **Ministerio de Economía y Finanzas (2016)**, es el hecho de sustraerse el pago de un tributo, así como toda acción u omisión violatoria de las normativas tributarias, con la intención de reducir la carga tributaria, ya sea en su totalidad o parcialmente

En tal sentido, diferentes autores en sus investigaciones muestran que la evasión tributaria tiene distintos factores, por ejemplo, **Quispe, Arellano, Negrete, Rodríguez, & Vélez (2020)**, el cual menciona que uno de sus factores es la escasa cultura tributaria en la sociedad. Por otro lado, otro estudio realizado por **Rosas & Castro (2016)**, indica que el cumplir oportunamente con las obligaciones tributarias, depende en gran medida del nivel de conciencia que tengan los individuos en cuanto a participar del deber de contribuir con el pago de impuestos. Para ello, **Villasmil & Fandiño (2019)** señala que es necesario la adopción de estrategias orientadas a formar una cultura tributaria, con el fin de sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia del cumplimiento de las obligaciones que en materia tributaria se requiere cumplir.

En cuanto a los objetivos de la investigación, en primer lugar, ***se identificó el régimen tributario*** que se encuentran los comerciantes, en donde gran parte de ellos, no se encuentran inscritos en ninguno, es decir, sus ingresos percibidos, no están siendo declarados conforme a la normativa, posteriormente, ***se identificó el nivel de cultura tributaria*** de los comerciantes, donde se evidenció que poseen un nivel bajo de cultura tributaria. Por otro lado, ***se determinó el nivel de evasión fiscal*** de los comerciantes, en donde se observó que, el nivel de evasión fiscal es alta, pues muy pocos de ellos tienen responsabilidad de pago y declaran sus tributos correctamente y por último ***se estableció estrategias*** basadas en la cultura tributaria, aportando conocimientos base sobre temas tributarios, facilitándoles a cumplir a los comerciantes con sus deberes y obligaciones para así minimizar los índices de evasión fiscal.

Respecto a los resultados obtenidos, muestran que, la cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes se sitúa en un nivel bajo, y el nivel de evasión fiscal es alto. Dicho ello, la cultura tributaria y estrategias contribuyen a minimizar los altos índices de evasión fiscal, pues, al

fortalecer la cultura tributaria en los comerciantes, facilita el cumplimiento de sus responsabilidades fiscales, lo que a su vez conduce a una reducción de la evasión fiscal y al incremento de la recaudación de los tributos por parte del Estado

La presente investigación se compone de varios capítulos. En primer lugar, el Capítulo I aborda la introducción; siguiendo en el Capítulo II, donde se desarrolla la Revisión de Literatura, que abarca todos los aspectos relacionados con el tema de investigación; continuando con el Capítulo III, denominado Materiales y Métodos, donde se detalla el tipo de enfoque de investigación que se empleará en este trabajo; siguiendo el Capítulo IV, el cual se enfoca en los Resultados obtenidos a partir de las encuestas analizadas durante el trabajo de campo; posteriormente, el Capítulo V, la Discusión de Resultados, cuyo fin es analizar y contrastar los hallazgos de la investigación y finalmente, se presentan las Conclusiones y Recomendaciones, que sintetizan todo lo investigado.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Ortiz (2020) en su estudio cuyo objetivo principal es analizar el nivel de cultura tributaria que poseen los comerciantes del Cantón Eloy Alfaro, Provincia de Esmeraldas. El estudio tuvo un enfoque de carácter cuantitativo – cuantitativo de corte descriptivo, para tal efecto se usó el método inductivo y deductivo. La muestra constó de 101 comerciantes y la técnica de investigación empleada para recolectar los datos fue la encuesta. Los resultados han posibilitado identificar el nivel de conocimientos y educación fiscal de los contribuyentes ubicados en el Cantón Eloy Alfaro. A partir de estos resultados, se concluye que los comerciantes a pesar de tener un nivel de educación medio, carecen de cultura tributaria debido a factores como el desconocimiento de temas tributarios, así como la falta de tiempo, recursos, etc. De este modo, se aplica un plan de acción en el que se mejore la cultura fiscal, su conocimiento y compromiso de pago del comerciante a través de una serie de capacitaciones, con el fin de erradicar altos índices de evasión fiscal.

En Ecuador, el estudio realizado por *González, Tartabull, & Barzola (2020)* tuvo como objetivo principal el elaborar un plan de capacitación fiscal para las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad que influya en el desarrollo de la cultura y correcta práctica tributaria. Para el levantamiento de la información, se efectuó un estudio de campo, donde se aplicó una encuesta de 10 preguntas a los contribuyentes y una guía de entrevista dirigida a dos especialistas en el área de tributación. Los resultados han posibilitado en definir los componentes clave del plan de capacitación que mejoraría la cultura tributaria de los contribuyentes. Se concluye que los contribuyentes poseen débil conocimiento respecto a sus obligaciones tributarias, es decir, desconocen cuáles son sus obligaciones tributarias, cómo efectuar el pago de impuestos de manera correcta y en qué formularios deben realizarlo. A todo ello, se diseñó un plan de capacitación que proporcione a los contribuyentes toda la información tributaria necesaria para que adquieran una mayor conciencia tributaria, con el fin de que manejen buenos hábitos en la práctica tributaria para el acatamiento de obligaciones fiscales. No obstante, el éxito de esta iniciativa dependerá del empeño y compromiso que tengan los contribuyentes y de esta manera disminuir los niveles de evasión fiscal.

Perú, *Romero & Colmerares (2021)* en su investigación donde tuvieron como propósito principal analizar la evasión tributaria, la informalidad y la cultura de no pago de los contribuyentes

en el Perú. El estudio tuvo un enfoque cualitativo – descriptivo, pues se hizo una revisión documental exhaustiva de diversos artículos, revistas científicas, entre otros, a nivel local, nacional e internacional respecto a la evasión tributaria y cultura tributaria en el Perú. Los resultados muestran que los contribuyentes tienen diferentes motivos para evitar o evadir sus impuestos. Por ello, se concluye el principal problema que limita el gasto público es en el Perú, es el incumplimiento tributario. De acuerdo a los documentos discutidos sobre evasión fiscal, en su totalidad coinciden en que las causas de esta conducta negativa de los contribuyentes, son temas como la carencia de cultura tributaria, la corrupción, un sistema tributario poco, entre otros. Es por ello que, el Estado debe tomar medidas y acciones que demuestre que se está trabajando por el bien común de los ciudadanos y puedan sentirse satisfechos. Por otro lado, se determinó que existen diversos motivos por los cuales conlleva a los comerciantes evitar sus responsabilidades, uno de ellos es que muchos peruanos que emprenden sus negocios, carecen de cultura tributaria; lo cual implica que las personas inconscientemente evadan impuestos.

Hinojosa (2019) en su investigación realizada cuyo objetivo es determinar cómo la cultura tributaria contribuye a aumentar los ingresos de los comerciantes ubicados en el mercado modelo de Chachapoyas, período 2018. La investigación fue de tipo descriptivo. La muestra de la investigación constó de 149 comerciantes y se empleó un muestreo no probabilístico intencional. La técnica empleada fue la encuesta, por la cual se obtuvieron y recolectaron los datos. Los resultados muestran que la cultura tributaria si contribuye en el aumento de los ingresos de los vendedores, se concluye que el tener cultura tributaria ayudará a incrementar los ingresos de los vendedores, pues el ser comerciantes formales tiene muchos beneficios de hacer crecer sus negocios, contar con una amplia cartera de clientes; y eso generará mayor confianza al entregar comprobantes de pago, y, por ende, podrá tener convenios con instituciones tanto públicas como privadas

Ordoñez & Chapoñan (2020) en su estudio cuyo objetivo principal fue determinar cómo la cultura tributaria se relaciona con las obligaciones tributarias de los comerciantes ubicados en el distrito de Las Pirias. El estudio tuvo un diseño experimental, transversal, pues no se manipuló ninguna variable y la información fue recolectada en un solo período de tiempo; y el nivel fue descriptivo. La muestra de estudio consistió en 80 comerciantes de dicho distrito. Para la recopilación de información se usó la técnica de la encuesta, mediante un cuestionario con 20

preguntas. Como resultado, se encontró que existe una relación positiva de la cultura tributaria con el cumplimiento de las obligaciones fiscales, por ello, se concluyó que ambas variables si se relacionan entre sí, pues al optimizar la cultura tributaria, mayor será el nivel de cumplimiento de las obligaciones. Asimismo, se observó que los contribuyentes del distrito, no cumplen con sus deberes tributarios que le corresponden y no cuentan con la información necesario sobre las sanciones tributarios que podría causarle por evadir impuestos.

Ramirez & Ramirez (2021) en su estudio tuvo como propósito determinar cómo se relaciona la cultura tributaria y la evasión fiscal por parte de los contribuyentes del sector abarrotes, ubicados en el Distrito de Amarilis, en el Mercado de Abastos de Paucarbamba. Este estudio consistió en un diseño no experimental, transversal, nivel descriptivo, con un enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. La muestra de estudio constó de 36 comerciantes en donde se consideraron únicamente los puestos abiertos. Para recopilar la información se usó la técnica de la encuesta a mediante un cuestionario que contienen preguntas claras y específicas. Como resultado, se obtuvo que la cultura tributaria tiene una correlación positiva significativa con la evasión fiscal de 0,735; por ello, se concluye que la cultura tributaria sí repercute significativamente en la evasión fiscal; pues mediante la encuesta se determinó que de los comerciantes del sector abarrotes no poseen los conocimientos claros en cuanto a los tributos y las leyes que las rige, ni poseen conocimiento acerca de los comprobantes de pago. Todo ello, debido a que no reciben ninguna orientación y comunicación por parte de la SUNAT, ocasionando que no cuenten con la información necesaria; por tanto, no cumplen con sus obligaciones de tributar.

2.2. Bases Teóricas científicas

2.2.1. Cultura Tributaria

Según SUNAT (2020) es el conjunto de conocimientos, actitudes, percepciones, valores y prácticas de conducta por los miembros de una población o de un grupo social, respecto de la tributación. El desarrollar cultura tributaria empuja a cumplir voluntariamente los deberes fiscales correspondientes. (Montiel, Peña, & Martínez, 2020)

2.2.1.1. Conocimientos tributarios

Según Estrada (2014), es el conjunto de creencias, saberes, costumbres, pautas de comportamientos y hábitos, en donde se expresa la vida de un pueblo en determinado espacio y tiempo

Tributos: De acuerdo a SUNAT (2020), los tributos son ingresos públicos a favor del Estado, originadas por el cumplimiento del pago obligatorio por parte de los contribuyentes, el cual es establecido por las autoridades públicas para la realización de sus fines y no establezca sanciones por actos ilícitos.

Impuesto: Son tributos cuyo hecho imponible no produce una compensación directa a favor del contribuyente por parte del Estado. (SUNAT, 2020)

Contribución: Son tributos cuyo hecho imponible consiste en obtener un beneficio a favor del contribuyente, a través de la realización de un servicio u obra pública (SUNAT, 2020)

Tasa: Es el tributo cuyo hecho imponible se basa en la prestación de un servicio público u otras actividades que conlleva una contraprestación por parte del Estado (SUNAT, 2020)

Inscripción en el Registro único de Contribuyentes: Consiste en un registro realizado por SUNAT, donde abarca información personal sobre los contribuyentes, como: nombre o razón social, domicilio del pago del impuesto, número telefónicos, actividad a la cual se dedica, entre otros. Asimismo, este RUC contiene 11 dígitos y es único, el cual debe ser empleado en todos los trámites realizados ante la SUNAT, pues es la forma de identificación como contribuyente. (SUNAT, 2020)

Regímenes Tributarios: Se determina la forma del pago de impuestos y los niveles del monto a pagar. Se puede optar por cualquier régimen, de acuerdo al tamaño y tipo de negocio que se realice. (SUNAT, 2020). Son los siguientes

Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS): Es establecido solamente a personas naturales; es decir para comerciantes pequeños que generen rentas de 3era categoría, como bodegas, puestos de mercados, ferreterías, entre otras, y cumplan los requerimientos establecidos. Este es un régimen sencillo, el cual consta de un solo pago mensual sobre el

Impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas, incluyendo el Impuesto de Promoción Municipal. (SUNAT, 2020)

Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER): Es establecido para personas jurídicas y naturales, donde generen ingresos de 3era categoría por actividades comerciales, industriales y de servicios, cabe destacar que existen ciertas actividades que no están autorizadas en este régimen. (SUNAT, 2020)

Régimen MYPE Tributario (RMT): Este régimen es establecido en particular para las MYPE, es decir, micro y pequeñas empresas brindándoles cláusulas mucho más sencillas para el cumplimiento con sus deberes tributarios con el fin de incentivar su crecimiento. (SUNAT, 2020)

Régimen General (RG): Este tipo de régimen comprende a personas naturales y jurídicas, es decir, a todo tipo de contribuyentes, pues no contiene limitaciones de actividades o total de ingresos; por tanto, deberán cumplir con mayores deberes tributarios. (SUNAT, 2020)

Emisión y entrega de Comprobante de pago: Según Paredes & Narváez (2019) es el documento que da constancia de la prestación de servicios y entrega de bienes. Pueden ser emitidos de dos modos: De modo electrónico. Por ejemplo, factura electrónica y recibo por honorarios electrónico y físico.

Tipos de Comprobantes de pago: Según Paredes & Narváez (2019) existen diversos modelos de comprobantes de pago, dependiendo de la operación o actividad que se realice. Estas son algunas de ellas.

Factura: Este comprobante se debe emitir en transacciones entre personas o empresas, la cual para efectos tributarios sirve para acreditar su costo o gasto y pueda realizar su declaración por año. Asimismo, el sustentar el pago del IGV, da derecho a ejercer un crédito a favor, es decir, un crédito fiscal (Paredes & Narváez, 2019)

Factura electrónica: Este comprobante, el cual se emite a través de un sistema electrónico, efectuada por el contribuyente. Asimismo, mediante estos sistemas también se realizan notas de crédito y débito. (Paredes & Narváez, 2019)

Boleta de venta: Este comprobante es entregado a los consumidores finales por operaciones realizadas. Además, a comparación con la factura, no es utilizado para efectos tributarios, pues no acredita ningún costo o gasto (*Paredes & Narváez, 2019*).

Ticket: Este comprobante es entregado a los consumidores finales por operaciones realizadas, el cual es emitido solo en moneda nacional y al igual que la boleta de venta no es utilizada para efectos tributarios. (*Paredes & Narváez, 2019*)

Recibo por honorarios: Este documento es considerado como comprobante de pago, el cual lo emite las personas naturales independientes por cualquier servicio, actividad, oficio o profesión que realicen o se dediquen (*Paredes & Narváez, 2019*)

Informar y actualizar datos ante la SUNAT: Según SUNAT (2020), es de suma importancia tener en cuenta que, para realizar cambios de datos en el RUC, se debe comunicar a la SUNAT dichos cambios, tales como:

- ✓ Residencia del pago de tributos
- ✓ Impuestos afectos
- ✓ Cambios en la fecha del inicio de actividades
- ✓ Deterioro o pérdida/extravío de comprobantes de pago
- ✓ Cambios en la fecha del registro o cancelación de tributos
- ✓ Suspensión o cierre de la actividad económica

Asimismo, según la Plataforma digital única del Estado Peruano (2021) dan ciertos requisitos para realizar dichos cambios

Requisitos:

- ✓ DNI o Carné de Extranjería
- ✓ Contar con RUC
- ✓ Tener registrado tu usuario y clave SOL.
- ✓ Ir al Formulario 2127, el cual consiste en una solicitud para la modificación de Datos, ya sea, para cambiarse a algún otro régimen tributario o suspender temporalmente sus actividades.

2.2.1.2. Conciencia tributaria

Es definido como el sentido común que poseen las personas para ejercer posición frente al tributo. Además, está conformada por el conjunto de creencias y actitudes de los ciudadanos que motivan la disposición de contribuir con el pago de tributos de manera voluntaria. (SUNAT / Instituto Aduanero y Tributario, 2012).

Motivación para el cumplimiento tributario: De acuerdo a Solórzano (2011), es la motivación intrínseca de cumplir con el pago de impuestos, se refiere a las creencias y actitudes de los individuos, los cuales motivan voluntariamente a contribuir, disminuyéndose la tolerancia al fraude, a través de los valores y virtudes de cada persona.

Educación Tributaria: Según Estrada (2014), son las acciones dirigidas a las personas, para sensibilizar, concientizar, informar y formar; promoviendo formas de actuar y actitudes positivas frente a la tributación; es decir, contribuyendo voluntariamente para el bienestar social de todos. También se la define como el proceso de enseñanza – aprendizaje, donde se transmiten y aprenden conocimientos, hábitos, valores y comportamientos de las personas.

Cumplimiento de las normas tributarias: Según Alva (2020), consiste en cumplir con las reglas que norman o regulan los tributos establecidos por ley de los contribuyentes. Por ello, al efectuar voluntariamente las obligaciones tributarias, formales y sustanciales de dichos contribuyentes, es el acto por el cual ayuda a contribuir al logro de sus objetivos y propósitos del Estado y mejorar el desarrollo del país.

2.2.1.3. Valores tributarios:

Son las actitudes y comportamientos que poseen los individuos frente al cumplimiento de deberes y obligaciones tributarias y su responsabilidad con el Estado, los cuales están directamente relacionados con los valores de cada persona. Por ello, para que exista una cultura tributaria basada en valores, es necesario promover a los ciudadanos valores como la honestidad, responsabilidad y compromiso. (Armas & Colmenares, 2009)

Responsabilidad: Es hacerse cargo del cumplimiento de las obligaciones fiscales. Asimismo, es sensibilizar a los ciudadanos sobre su responsabilidad de cumplir con las leyes, normas,

obligaciones aun cuando otros no lo realicen, esto hará que asuman sus compromisos de manera voluntaria en su trabajo como contribuyente. (Armas & Colmenares, 2009)

Honestidad: Es la responsabilidad para cumplir con las obligaciones conforme a lo establecido en la normativa legal, respetando los valores humanos y reforzando su comportamiento moral y social. (Armas & Colmenares, 2009)

Compromiso tributario: El compromiso es un factor relevante en el comportamiento tributario que incide en las decisiones de las personas. Asimismo, el compromiso además de promover el acatamiento tributario por parte de los contribuyentes y poder reducir la tentación de evadir impuestos, también se debe llevar a cabo acciones que contribuyan a la población y promuevan el bienestar común. (Barberan, Bastidas, Romero & Peña, 2020)

2.2.2. Evasión Fiscal

Es la eliminación o aminoración de un monto tributario por parte de quienes obligatoriamente deben pagarlo, no lo hacen, logrando tal resultado por medio de comportamientos violatorios, infringiendo la ley. También puede ser definido como el incumplimiento total o parcial por parte de los contribuyentes; es decir, con el fin de no declarar, no pagar o pagar menos cantidad, oculta todo o parte de los hechos que da lugar a una obligación tributaria. (Camargo, 2005). La evasión tributaria puede ser de dos formas:

Evasión Involuntaria: Es la que resulta del error o del desconocimiento del contribuyente respecto al contenido de las normas tributarias; por ende, es sancionado administrativamente, más no penalmente. Es por ello, que la Administración Tributaria tendrán que poner más atención a ellos, que por este motivo evaden y es probable que obtengan mayores facilidad o reducción en sus pagos y puedan cumplir con su deber como contribuyente. (Echaiz & Echaiz, 2014).

Evasión Voluntaria: Es la que resulta de una clara intención de incumplir con las normas tributarias, en la que no solamente se exige la corrección y el pagar la deuda tributaria, sino que hasta incluso puede ser sancionada penalmente. (Echaiz & Echaiz, 2014).

2.2.2.1. Obligaciones tributarias

Es la relación establecida por la ley, entre el acreedor y el deudor tributario, es decir, donde el contribuyente está obligado a pagar un monto determinado a favor del Estado. (*Artículo 1° del Código Tributario*).

Cumplimiento tributario: Se basa en respetar y cumplir las obligaciones en materia tributaria, es decir, presentando correctamente dentro de los plazos establecidos la información exacta, completa y veraz para la adecuada determinación del pago de obligaciones tributarias, en la declaración jurada de tributos por parte de los contribuyentes. (*SUNAT, 2020*)

Vínculo tributario: Según el artículo 17 de la Ley General Tributaria, es el conjunto de deberes, obligaciones, y derechos ocasionados por la aplicación de los tributos.

Sanción tributaria: Según Panta (2022) es la consecuencia de las infracciones que comete el contribuyente por incumplir las obligaciones tributarias. En otras palabras, son diversos castigos impuestos por SUNAT a los contribuyentes por infringir o violar la normatividad tributaria. Los tipos de sanciones según Panta (2022) son:

Multa: Son sanciones monetarias que en su mayoría se imponen de acuerdo a la UIT - Unidad Impositiva tributaria o de los ingresos.

Comiso de Bienes: Son sanciones que afectan a los bienes de los contribuyentes, consiguiendo incluso retirados de su posesión y pasa a estar bajo la custodia de la SUNAT hasta que se acredite que están en su poder o posesión.

Cierre Temporal de Establecimientos: Este tipo de sanción prohíbe realizar cualquier tipo de actividad comercial por un tiempo determinado en el establecimiento sancionado. Su aplicación tiene una vigencia máxima de 10 días hábiles.

Detención Temporal de Vehículos: Este tipo de sanción perjudica directamente la posesión o propiedad de un vehículo, la cual es retirada del tránsito por un periodo dado, permaneciendo en un almacén designado por SUNAT hasta que se acredite dicha propiedad. Su aplicación tiene una vigencia máxima de 30 días.

Colocación de Carteles, letreros y sellos: Este tipo de sanciones son adicionales a las anteriores, en donde la SUNA notifica sobre la infracción de no cumplir con el pago de impuestos.

Cese de licencias, permisos, entre otros.

2.2.2.2. Recaudación Tributaria

Es la recaudación oportuna y eficaz de los ingresos tributarios. El cual tiene por objeto entregar el dinero recaudado al Estado, de tal forma que este disponga de recursos y cumpla con sus objetivos planteados. (SUNAT / Instituto Aduanero y Tributario, 2012).

Desarrollo del país: Es la capacidad que tiene un país para desenvolverse en el ámbito que le corresponde, como la economía, política, cultura y el área social, con el fin de experimentar un crecimiento y se desarrolle económicamente que le permita ser autosuficiente. (Coll, 2020)

Destino de los tributos: Según la Tesorería General de la República (2015) los impuestos son pagos obligatorios provenientes de los contribuyentes, el cual exige el Estado con el fin de financiar parte del gasto público del Gobierno, para la ejecución de obras y servicios a la ciudadanía. Los fondos derivados del pago de impuestos, poseen 2 objetivos primordiales:

- Proporcionar recursos al Estado para garantizar el crecimiento y desarrollo del país
- Conseguir los recursos necesarios y ejecutar proyectos que tiene el Estado, destinado a la satisfacer las necesidades básicas de la población, pues el Estado tiene como función principal el velar por el bienestar del país, brindándoles obras y servicios básicos de calidad, como educación, vivienda, salud, seguridad, etc.

Recursos recaudados Los primordiales impuestos que recauda y administra la SUNAT son:

Impuesto a la renta (IR): Es un tributo que se determina por año y grava las rentas derivadas del trabajo, del capital o de los dos. En el Perú existen 5 categorías de renta: la primera categoría es producida por el arrendamiento de inmuebles, la segunda categoría producida por el capital, la tercera categoría que provienen de capital más trabajo, en esta se encuentra los regímenes tributarios, la cuarta categoría que son generadas por el trabajo en forma independiente y por último la quinta categoría que son generadas por el trabajo en forma dependiente. (SUNAT, 2020).

Impuesto general a las ventas (IGV): Es el primordial impuesto al consumo, que grava la compra de bienes y servicios que todo ciudadano realiza diariamente; además de ello, este es asumido por el consumidor final como tal, y generalmente suele estar integrado en el importe de compra de los productos o servicios o adquiridos. (SUNAT, 2020).

Impuesto selectivo al consumo: Es un tributo que grava determinados bienes como, por ejemplo, los cigarrillos, bebidas alcohólicas y combustible. El propósito de este impuesto es desalentar o evitar su consumo excesivo mediante el incremento de los precios de dichos productos, puesto que causan daños, tanto a la persona, como al medio ambiente. (SUNAT, 2020).

2.2.2.3. Fiscalización Tributaria

Es la inspección, verificación control y comprobación respecto a los tributos, la cual es realizada por la Administración tributaria sin que el contribuyente lo solicite, en donde verificará y comprobará que estos mismos, estén cumpliendo con sus obligaciones tributarias correctamente. (SUNAT / Instituto Aduanero y Tributario, 2012)

Verificación y comprobación: Su función principal de la fiscalización tributaria es comprobar y verificar que los contribuyentes estén cumpliendo y determinando sus obligaciones de manera correcta y apropiada; además de ello, en caso detecte alguna irregularidad o negligencia la Administración tributaria debe ser modificada dicha determinación mediante de una Resolución de determinación, Resolución de multa y Orden de pago. (Verona, 2019)

Notificación previa fiscalización: El proceso de fiscalización inicia cuando se emite un aviso al sujeto, a través de una carta presentada por el funcionario responsable a efectuar la inspección. El primer requerimiento; puede realizarse en el lugar de residencia del contribuyente, en el domicilio en donde lleva a cabo sus actividades. Además, pueden solicitarse otros documentos en el transcurso del proceso de fiscalización, y para esto, la Administración tributaria emitirá otros requerimientos. (Verona, 2019)

Fiscalización: Según Camargo (2005), la función fiscalizadora es el conjunto de tareas, acciones y medidas encaminadas por la administración tributaria, incentivando el cumplir con los deberes tributarios por parte de los contribuyentes. El objetivo de la inspección es lograr voluntariamente

que ellos cumplan con dichas obligaciones o corregir los errores o inexactitudes en las declaraciones en caso de descubrieran o también en caso si no presentarán debidamente. Pues el limitado conocimiento de las normativas tributarias y la poca conciencia que poseen los comerciantes conllevan a actividades evasivas que deben corregirse a través de procesos de fiscalización

2.2.3. Estrategias basadas en cultura tributaria para minimizar la Evasión Fiscal

Según Contreras (2013) la estrategia son un conjunto de acciones a tomar para alcanzar los objetivos y metas determinados a un largo plazo. En este sentido, de acuerdo a *OECD (2021)*, en su informe abarca todas aquellas acciones encaminadas a cultivar una cultura de cumplimiento en materia tributaria, entre ellas están:

2.2.3.1. Educación tributaria básica a los contribuyentes

Transmitiendo nuevas competencias y conocimiento, formando a los contribuyentes (OECD, 2021)

Talleres: Los talleres hacen posible brindar formación y capacitación práctica y detallada sobre ciertos aspectos fiscales específicos, pero su preparación requiere de mucho esfuerzo si se quiere lograr el máximo impacto. Dado que los talleres de manera presencial requieren muchos recursos y solamente llegan a un número limitado de personas y empresas, es muy importante asegurarse que se centren en los temas y los participantes adecuados. Asimismo, las consultas a los contribuyentes y la indagación sobre su comportamiento pueden proporcionar información muy valiosa para planificar el programa de los talleres, puesto que, cuando se consulta a los contribuyentes se les da oportunidad de describir las carencias de lo que creen que son brechas en la educación fiscal para los ciudadanos. Además, el entablar colaboraciones eficaces puede ampliar el alcance y el impacto de los programas. Entre las iniciativas más prácticas destaca la colaboración con entidades educativas, que pueden brindar espacio para la realización de talleres, lo cual es particularmente importante cuando este tipo de eventos se organizan en lugares remotos. La colaboración con asociaciones puede ser de suma importancia para promover la comunicación con los contribuyentes y ganarse su confianza. (OECD, 2021)

Seminarios en línea: Los seminarios en línea permiten ofrecer programas de manera más eficiente, pero reducen las oportunidades de conocer e interactuar con los asistentes. Por lo tanto, al realizar

estos seminarios, resulta aún más importante averiguar sobre los temas que se han de tratar. Una ventaja sobre estos seminarios en línea es que puede lograr el alcance más amplio posible, es decir, puede llegar a más personas, debido a los múltiples canales de comunicación. Hoy en día, las plataformas de video como YouTube o las redes sociales pueden tener un potencial mucho mayor para llegar a los destinatarios, especialmente cuando el objetivo educar a grupos que no conozcan mucho sobre el sistema fiscal. Asimismo, otra ventaja que posee estos, es la vida útil mucho más larga que los talleres y pueden ser más accesibles, pues una vez grabados pueden cargarse en la web y ser vistos de manera reiterada, lo que los hace significativamente más duraderos que un taller que se imparte en una sola ocasión. Por eso, vale la pena invertir en la edición de los seminarios en línea para hacerlos más accesibles, por ejemplo, agregando subtítulos o doblando el audio a otros idiomas. (OECD, 2021).

Establecer diálogos en materia fiscal: El diálogo entre las autoridades tributarias y los contribuyentes enfatiza un aprendizaje de doble sentido. Si bien es cierto, en todos los talleres se destaca el valor de la información obtenida a partir de las respuestas de los asistentes, asimismo, el diálogo entre la administración tributaria y las empresas tiene como fin primordial conocer la opinión de los contribuyentes y tratar de mejorar esa comprensión mutua. Mientras los talleres tradicionales enfatizan en ofrecer conocimientos, este tipo de diálogo se enfoca en la ética fiscal. Un ejemplo de ello, es en Ruanda, el Director General de la Agencia Tributaria lleva a cabo diálogos en materia fiscal en sectores empresariales de cada provincia de forma periódica. Este tipo de iniciativas, a diferencia de las otras iniciativas mencionadas anteriormente, que se enfocan principalmente en aumentar los conocimientos, mientras que este tipo de diálogos en materia fiscal tiene como fin fortalecer la percepción de que los contribuyentes reciben un trato justo, lo que a su vez fortalece la ética. (OECD, 2021)

2.2.3.2. Comunicación en materia tributaria con fines de sensibilizar a los contribuyentes:

Referente a los impuestos, tales como, el pago de impuestos, los plazos, los deberes, obligaciones y derechos de los contribuyentes; además, la forma en cómo se utilizan y destina estos ingresos tributarios. (OECD, 2021)

Campañas informativas:

Mejorar el conocimiento de los contribuyentes mediante la difusión de información a un público más extenso. Pues, en diversos países se evidenció que muchos de los contribuyentes desconocen sus deberes y derechos tributarios; debido al difícil acceso a la información fiscal, lo cual ocasiona que no cumplan con el pago de sus impuestos. Por ello, estas campañas, se pueden realizar mediante el uso de diversos medios de comunicación, tales como: contactando a los contribuyentes a través de centros de atención telefónica o de las redes sociales con el fin de explicarles sobre los impuestos. Asimismo, otra forma para llegar a diferentes contribuyentes es por medio de radio o programas de televisión. (OECD, 2021).

Mejorar el cumplimiento expresando en qué se utilizan los ingresos recaudados. Si bien es cierto, las obligaciones son importantes, pero aparte de ellas, es necesario que la administración tributaria enfatice en cómo se utilizan, distribuye o destina los ingresos tributarios. Pues, el brindar y enseñar a los contribuyentes sobre el uso que les dan a los impuestos, ayuda a cambiar la manera en que ellos lo perciben. Asimismo, se debe concienciar a los contribuyentes, de tal forma que actúen de manera más cooperativa en que el pago de obligaciones que le corresponden, beneficia a todos y cada uno de los ciudadanos, incluidos ellos mismos. Por ejemplo, una de las acciones que se debería realizar es el crear un apartado en un sitio web explicando sobre el uso que se le da al dinero pagado de los contribuyentes y sus beneficios. Este puede adoptarse de diferentes maneras, ya sea en textos o gráficos, pero que se dicha información sea lo más comprensible y entendible posible para ellos. (OECD, 2021).

Reducir la informalidad cambiando la conducta del público en general. Con el fin de frenar la economía informal y mejorar el cumplimiento tributario, la administración tributaria por medio de diversas campañas de comunicación puede dirigirse a los contribuyentes, para garantizar que actúen de manera adecuada, es decir, incentivando a los pequeños negocios y tiendas a utilizar el RUC, cumplir con el pago de sus impuestos a tiempo y a emitir boletas, facturas u otro. Además, existen muchas campañas diferentes, algunas de las cuales incluyen mecanismos para impulsar a los contribuyentes a realizar ciertos comportamientos o conductas, tales como recopilar recibos o facturas reclamar da derecho a participar en loterías o conseguir una disminución de la cuota a pagar. Estas campañas aspiran a frenar o reducir la informalidad, haciendo que los contribuyentes

hagan lo que las autoridades no pueden hacer, es decir, ir a diversos lugares y revisar miles de recibos en un plazo muy breve. (OECD, 2021).

Construir relaciones sólidas y positivas con los contribuyentes

Acercarse a los contribuyentes: Hacer que los impuestos sean parte del día a día, así los contribuyentes se sentirán más cerca de la administración tributaria. Por ejemplo, produciendo programas de televisión donde hablen sobre los tributos. Otra forma es a través de las redes sociales, llegando a un público más joven, o distribuyendo revistas entre los hogares para las personas que no tienen acceso o desconoce sobre las herramientas digitales. (OECD, 2021).

Organizar eventos para reunir a los contribuyentes respecto a la tributación: De acuerdo a la OECD (2021), los eventos organizados por la Administración tributaria dependen mucho según el país y de los recursos disponibles. Durante estos eventos, se busca entablar y brindar un ambiente amigable que facilite dialogar abiertamente con los contribuyentes. Tales eventos pueden diseñarse de acuerdo al público dirigido, es decir, ya se trate de un grupo de emprendedores o para padres de familia y sus niños. Las actividades más comunes, son:

- ✓ Conferencias ofrecidas por altos funcionarios, explicando su punto de vista del país y su papel que desempeña la tributación.
- ✓ Charlar en un entorno amigable y relajado con los contribuyentes
- ✓ Premiar a los contribuyentes que hayan cumplido con sus obligaciones tributarias y a los funcionarios por su destacable labor
- ✓ Concursos o juegos para público infantil
- ✓ Distribución de publicaciones y folletos hechos por la Administración tributaria,

Comunicación a medida

Comunicarse con sectores específicos de contribuyentes. Una estrategia de gran ayuda al contribuyente para cumplir adecuadamente con sus obligaciones, es el dirigirse hacia ellos, a través de grupos específicos, como, por ejemplo, contribuyentes nuevos recién registrados o nuevos emprendedores, brindándoles toda la información necesaria, capacitándolos sobre la declaración de impuestos, para que tengan conocimiento respecto a cómo y cuánto lo que han de declarar. (OECD, 2021).

Impulsar el cumplimiento utilizando análisis conductuales. Es tipo de análisis ayudan a aumentar el impacto de los mensajes a los contribuyentes, como, por ejemplo, las cartas de recordatorio al deudor, el cambiando o modificando el formato estándar de estas, para simplificarlas y agregar otros mensajes como marcos normativos sociales o normas minoritarias, son medios efectivos para alentar a los deudores a cumplir con el pago de sus deudas, lo que también condujo a incremento en los ingresos tributarios para el Estado. (OECD, 2021).

Utilizar técnicas de investigación etnográfica para mejorar la metodología de divulgación: Este método brinda una visión valiosa para conocer las necesidades que poseen los contribuyentes en grupos específicos. Esto permite acceder a información detallada que no se puede obtener a través de datos cuantitativos, en este caso, se puede utilizar, un análisis profundo sobre la economía informal o resaltar las necesidades más importantes de los contribuyentes en ciertos grupos específicos, esto será de gran ayuda, pues brindará toda la información necesaria sobre el comportamiento de ellos. (OECD, 2021).

2.2.3.3. *Brindar asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes para que cumplan con sus deberes tributarios.*

Asistencia en el uso de las herramientas y servicios digitales

Ayudar a emplear las nuevas herramientas y servicios digitales a los contribuyentes: Con el paso de los años, la tecnología cada vez ha ido avanzando más, lo que ha hecho que la Administración tributaria de diversos países pongan en manifiesto nuevas herramientas y servicios digitales. Por ello, es necesario que ellos orienten y comuniquen a los contribuyentes sobre la disponibilidad de las nuevas herramientas y servicios digitales, y además de ello, enseñarles sobre cómo emplearlos para su beneficio y les sirva de ayuda. (OECD, 2021).

Destacar o enfatizar los beneficios de las nuevas herramientas y servicios y cómo emplearlos: De acuerdo a la OECD (2021), es necesario explicarles a los contribuyentes sobre el por qué es importante utilizar dichas herramientas y servicios y cómo usarlos, es decir, anunciándoles sobre lo rápido y sencillo es acceder a la información a través de estas herramientas; así como también el beneficio que le traería el conocer y poner en práctica dichas herramientas,

puesto que, les facilitaría mucho más el trabajo. Las Administraciones tributarias de diversos países disponen de muchas oportunidades para demostrar los beneficios sobre las estas nuevas herramientas y servicios; algunas de estas son:

- ✓ **Crear y publicar vídeos:** Una herramienta muy común donde se puede difundir la información detallada y apropiada sobre cómo usar las nuevas herramientas y servicios es a través del sitio web o YouTube de la Administración tributaria
- ✓ **Crear y orientar la comunicación escrita.** Las autoridades tributarias muchas veces conocen qué sector de la población se verá afectado por una nueva herramienta o servicio y, por lo general, saben cómo ponerse en contacto con ellos. Por ello, las guías o folletos donde se explique cómo emplear dichas herramientas y servicios nuevos, logran ser muy efectivos cuando se quiere llegar a un gran número de personas, ya sea, por vía correo electrónico, postal, o a través de terceros.
- ✓ **Proporcionar a los contribuyentes versiones de demostración** de las nuevos servicios y herramientas es una forma efectiva de demostrar sus beneficios, mientras permite que los contribuyentes prueben dichas herramientas.

Apoyar a los contribuyentes con el cumplimiento de sus obligaciones y a conseguir las subvenciones y prestaciones correspondientes: Como se mencionó anteriormente, muchas administraciones tributarias de diversos países de Latinoamérica, están adaptando mayores herramientas y servicios digitales, estas facilitan a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones, principalmente por quienes han crecido en la nueva era, que es la era digital. Dicho ello, no es posible manejar las nuevas herramientas y servicios digitales en todos los aspectos relacionados con las obligaciones tributarios, en particular las nuevas por parte de los contribuyentes, pues estos pueden tener algunas dudas sobre ello, ya sea de cómo cumplirlas e informarlas o también no conozcan sobre los beneficios a los que tendrían derecho. Por otro lado, si bien es cierto, es posible que parte de una población se sientan excluidas respecto a la tecnología, por ello, es de suma importancia que las autoridades tributarias, como organismo al servicio de la ciudadanía deberían prestar mayor atención a quienes les resulta difícil lidiar fácilmente con la tecnología digital. (OECD, 2021).

III. Materiales y métodos

3.1. Tipo y nivel de investigación

Enfoque:

La presente investigación es de *enfoque mixto*, pues contiene un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo en una misma investigación; *cuantitativo* porque las variables se miden en un contexto determinado; en este caso, medir el nivel de cultura tributaria y evasión fiscal, cuyas mediciones obtenidas se analizan empleando métodos estadísticos; y *cualitativo* porque se hará una revisión documental en cuanto a las estrategias basadas en cultura tributaria para disminuir la evasión fiscal.

Tipo:

Es de *tipo aplicada* pues busca el desarrollo de un conocimiento técnico con una aplicación inmediata para dar solución a una situación determinada. (Escudero Sánchez & Cortez Suárez, 2017)

Niveles:

El nivel de la investigación *es descriptivo*, porque se basa en observar y describir el comportamiento de una población sin manipular ninguna variable y tampoco la búsqueda de causa efecto. (Arias & Covinos, 2021).

3.2. Diseño de investigación

El tipo de diseño que se empleó es *no experimental, transversal*. Es *no experimental*, puesto que, la investigación se realiza en la investigación la manipulación de sus variables, observándose sus acontecimientos en un contexto natural, para posteriormente examinarlos; *es de tipo transversal* puesto que recolecta datos en periodo único, cuyo fin es describir y analizar las variables y su ocurrencia en un tiempo determinado. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

3.3. Población, muestra y muestreo

La *población y muestra* de la presente investigación son las mismas, y consta de 40 comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre.

3.4. Criterios de selección

El criterio de selección son los comerciantes del sector abarrotes que se encuentran dentro del Mercado 9 de Octubre

3.5.Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Título de investigación	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica e Instrumento	Objetivos Específicos
Cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023	Cultura Tributaria	Conocimiento Tributario	Inscripción en el Registro único de Contribuyentes	Encuesta	Identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo - 2023
			Regímenes tributarios		
			Emisión y entrega de comprobantes de pago		
			Informar y actualizar datos ante la SUNAT		
		Conciencia Tributaria	Motivación para el cumplimiento tributario		
			Educación tributaria		
			Cumplimiento de las normas tributarias		
		Valores Tributarios	Responsabilidad con los pagos tributarios		
			Honestidad en cumplimiento de obligaciones tributarias		
	Compromiso tributario				
	Evasión Fiscal	Obligaciones Tributarias	Cumplimiento tributario	Encuesta	Determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023
			Vínculo tributario		
			Sanción tributaria		
Recaudación Tributaria		Desarrollo del país			
		Destino de los tributos			
		Recursos recaudados			

		Fiscalización Tributaria	Verificación y comprobación		
			Notificación previa fiscalización		
			Fiscalización		
Estrategias basadas en cultura tributaria	Educación cívica - tributaria a los contribuyentes		Talleres	Análisis documental	Establecer estrategias basadas en la cultura tributaria para minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023
			Seminarios en línea		
			Establecer diálogos en materia fiscal		
	Comunicación en materia tributaria con fines de sensibilización		Campañas informativas		
			Construir relaciones sólidas y positivas con los contribuyentes		
			Comunicación a medida		
	Brindar asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes		Asistencia en el uso de las herramientas y servicios digitales		
			Apoyar a los contribuyentes con el cumplimiento de sus obligaciones		

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizará *dos tipos de técnicas*, con sus respectivos instrumentos. La primera *técnica es la encuesta*, cuyo instrumento será un *cuestionario* con preguntas claras, concisas y concretas, la cual será aplicada a los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023, para identificar el nivel de cultura tributaria y evasión fiscal. La segunda *técnica es la observación* y será aplicada a través del *análisis documental*, la cual permitirá recoger información sobre estrategias basadas en cultura tributaria que ayuden a disminuir los índices de evasión fiscal.

3.7. Procedimientos

Respecto al *procedimiento de los datos*, se visitará a los comerciantes del mencionado mercado con el fin de obtener la información necesaria para el desarrollo de esta investigación. Asimismo, mediante la técnica de la encuesta, se aplicará el cuestionario a los comerciantes para conocer su nivel de cultura tributaria y el nivel de evasión que existe en dicho mercado. Por otro lado, a través del análisis documental se procederá a recopilar la documentación necesaria sobre las estrategias de cultura tributaria.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

En cuanto al *procesamiento de datos*, una vez aplicada la encuesta a los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, se utilizó el KR-20 para la validación de los instrumentos, posteriormente se realizó los cuadros estadísticos y gráficos correspondientes, para luego analizar dicha información obtenida. De igual manera para el análisis documental, habiéndose recolectado la información y realizado dicho análisis documental, se pasará la información obtenida en dicha investigación a un Word para así poder analizarla.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 2.

Matriz de consistencia

<i>Tema de investigación: Cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023</i>				
<i>Problema principal</i>	<i>Objetivo Principal</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables</i>	
¿Cómo la cultura tributaria y estrategias contribuye en la disminución de la evasión fiscal en los comerciantes abarrotes del Mercado 9 de Octubre -2023?	Determinar la cultura tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023	La cultura tributaria y las estrategias si contribuyen en la disminución de la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023	<i>Variable 1:</i> Cultura Tributaria	
			<i>Variable 2:</i> Evasión Fiscal	
			<i>Variable 3:</i> Estrategias	
	<i>Objetivos específicos</i>		<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>
	Identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo - 2023		<i>Conocimiento Tributario</i>	<i>Variable 1:</i> Cultura Tributaria
	Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo - 2023			Inscripción en el Registro único de Contribuyentes
				Regímenes tributarios
				Emisión y entrega de comprobantes de pago
Determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023	<i>Conciencia Tributaria</i>	Informar y actualizar datos ante la SUNAT		
		Motivación para el cumplimiento tributario		
		Educación tributaria		
Establecer estrategias basadas en la cultura tributaria para	<i>Valores Tributarios</i>	Cumplimiento de las normas tributarias		
		Responsabilidad con los pagos tributarios		

	minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo - 2023		Honestidad en cumplimiento de obligaciones tributarias
			Compromiso tributario
		<i>Variable 2: Evasión Fiscal</i>	
		Obligaciones Tributarias	Cumplimiento tributario
			Vinculo tributario
			Sanción tributaria
		Recaudación Tributaria	Desarrollo del país
			Destino de los tributos
			Recursos recaudados
		Fiscalización Tributaria	Verificación y comprobación
			Notificación previa fiscalización
			Fiscalización
		<i>Variable 3: Estrategias</i>	
		Educación cívica - tributaria a los contribuyentes	Talleres
			Seminarios en línea
			Establecer diálogos en materia fiscal
		Comunicación en materia tributaria con fines de sensibilización	Campañas informativas
			Construir relaciones sólidas y positivas con los contribuyentes
			Comunicación a medida

			<p>Brindar asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes</p>	<p>Asistencia en el uso de las herramientas y servicios digitales</p>
				<p>Apoyar a los contribuyentes con el cumplimiento de sus obligaciones</p>
Enfoque, tipo, nivel y diseño investigación	Población, muestra, muestreo	Procedimiento y procesamiento de datos		
<p>Enfoque: Mixto Tipo: Aplicada Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental, transversal</p>	<p>Población y muestra son las mismas, y está conformada por 40 comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023</p>	<p>Respecto al procedimiento de los datos, se visitará a los comerciantes del mencionado mercado con el fin de obtener la información necesaria para el desarrollo de esta investigación. Asimismo, mediante la técnica de la encuesta, se aplicará el cuestionario a los comerciantes para conocer su nivel de cultura tributaria y el nivel de evasión que existe en dicho mercado. Por otro lado, a través del análisis documental se procederá a recopilar la documentación necesaria sobre las estrategias de cultura tributaria</p>		
		<p>En cuanto al procesamiento de datos, una vez aplicada la encuesta a los comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de octubre, se utilizó el KR-20 para la validación de los instrumentos, posteriormente se realizó los cuadros estadísticos y gráficos correspondientes, para luego analizar dicha información obtenida. De igual manera para el análisis documental, habiéndose recolectado la información y realizado dicho análisis documental, se pasará la información obtenida en dicha investigación a un Word para así poder analizarla</p>		

Fuente: Elaboración Propia

3.10. Consideraciones éticas

La información presentada en la presente investigación es confidencial, motivo por el cual no puede ser utilizada para otros fines que no estén relacionados estrictamente con funciones académicas

IV. Resultados y discusión

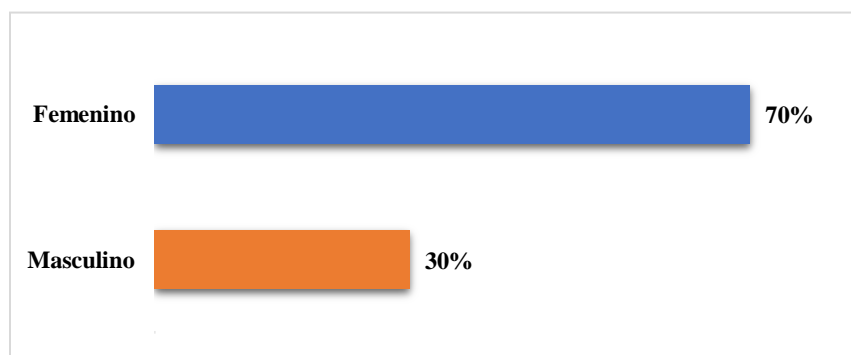
4.1. Resultados

En los gráficos que se presentan a continuación, se reflejan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de Octubre, sobre el nivel de cultura tributaria y el nivel de evasión que existe en dicho mercado. Por otro lado, a través del análisis documental se recopiló la documentación necesaria sobre las estrategias de cultura tributaria.

Datos

Figura 1

Género

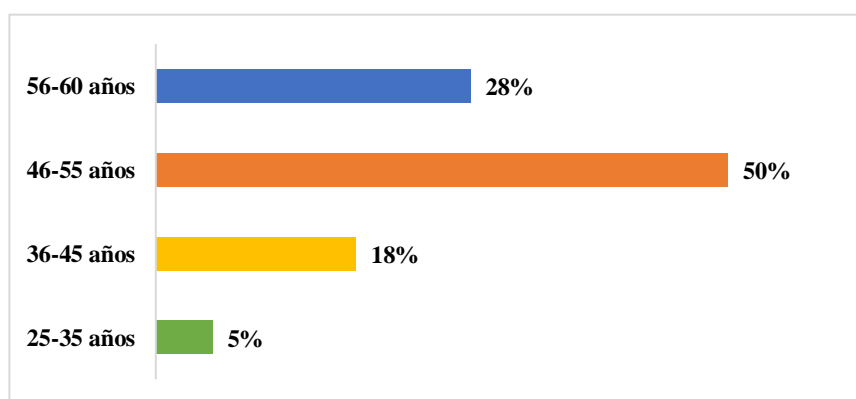


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, el 70% de los encuestados pertenecen al género femenino, mientras que el 30% son género masculino. Dichos resultados reflejan que gran parte de los comerciantes son mujeres

Figura 2

Edad

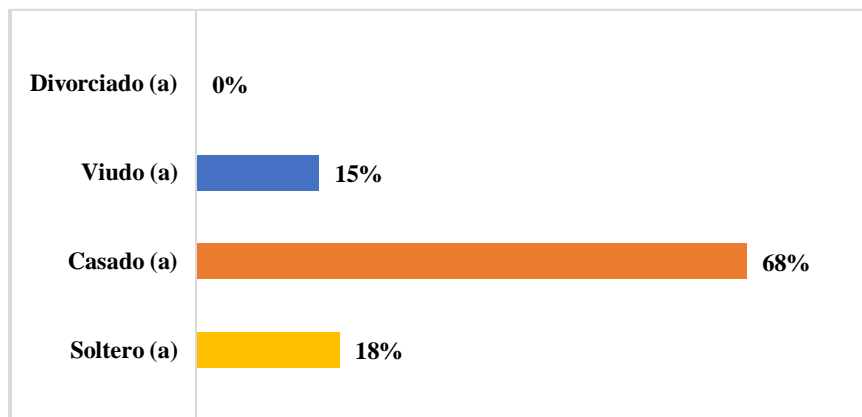


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 50% se encuentran dentro del rango de 46-55 años, siguiéndole con un 28% entre 56-60 años, con un 17% entre 36-45 años y por último 5% entre 25-35 años. Estos resultados reflejan que gran parte de los comerciantes son adultos.

Figura 3

Estado Civil

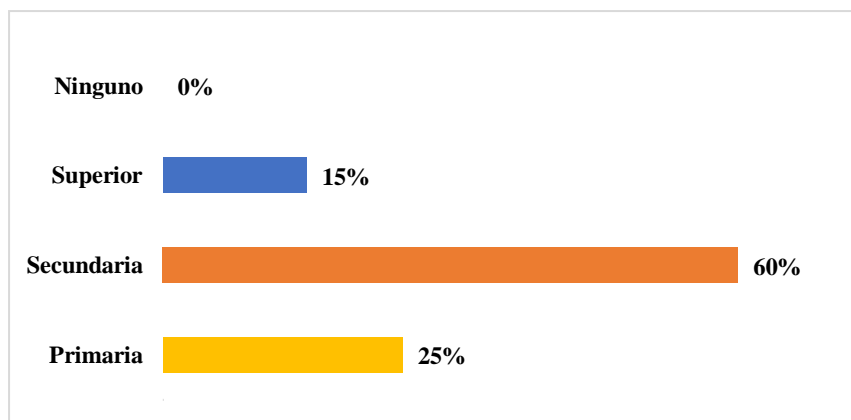


Fuente: Elaboración Propia

Según se evidencia en el gráfico, del total de encuestados, el 68% son casados, el 17% son solteros, y por último el 15% son viudos. Estos resultados reflejan que gran parte de los comerciantes son casados.

Figura 4

Grado de instrucción

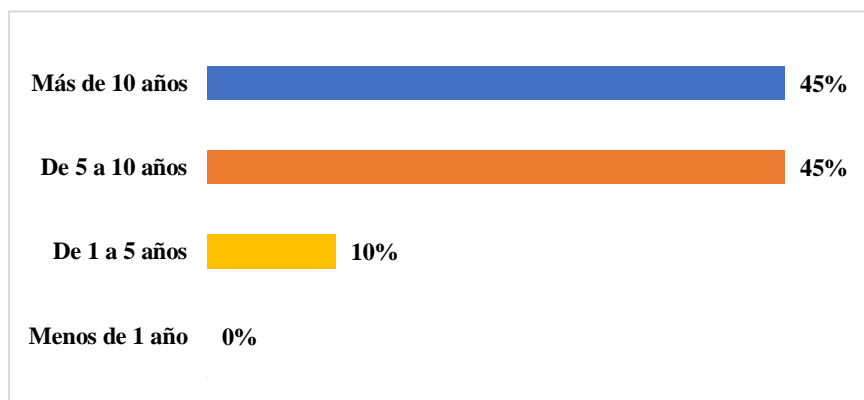


Fuente: Elaboración Propia

Según se evidencia en el gráfico, del total de encuestados, el 60% han logrado culminar su secundaria, mientras que el 25% solo tiene primaria completa y el 15% han logrado obtener un nivel académico superior.

Figura 5

Tiempo del negocio

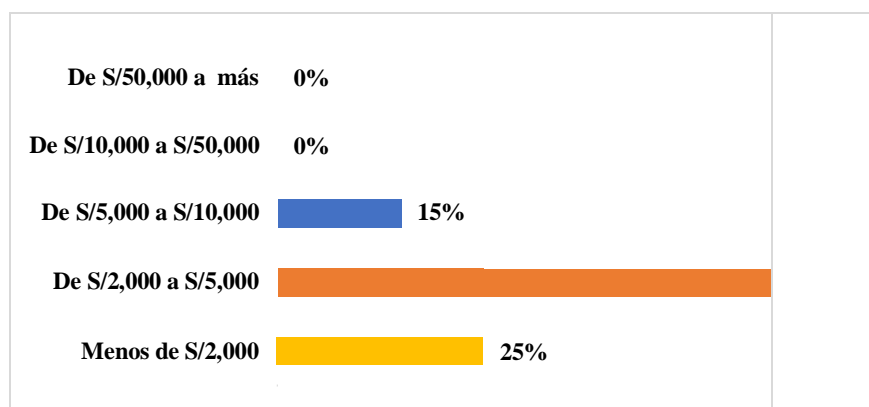


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 45% tiene entre 5 a 10 años en su negocio, el otro 45% tiene más de 10 años, y el 10% tiene entre 1 a 5 años. Estos resultados reflejan que gran parte de los encuestados tienen entre 5 a más de 10 años en su negocio.

Figura 6

Ingresos mensuales



Fuente: Elaboración Propia

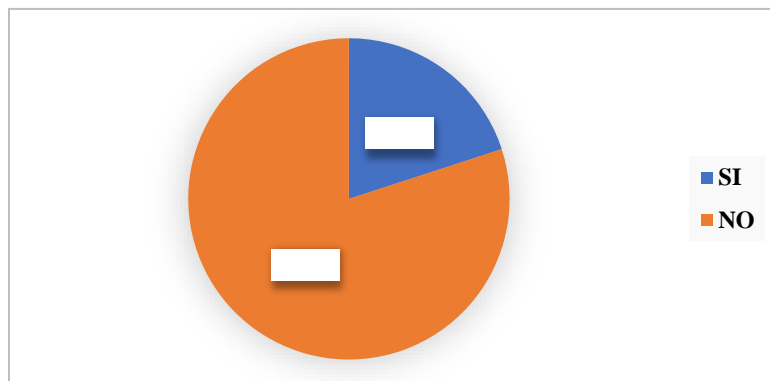
Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 60% obtiene un total de ingresos mensuales en su negocio entre S/2,000 a S/5,000, siguiéndole con un 25% ingresos

mensuales menor de S/2,000 y el 15% entre S/5,000 a S/10,000. Estos resultados reflejan que gran parte de los encuestados obtienen entre S/2,000 a S/5,000 de ingresos mensuales en su negocio.

4.1.1. Identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023

Figura 7

Inscripción en el RUC

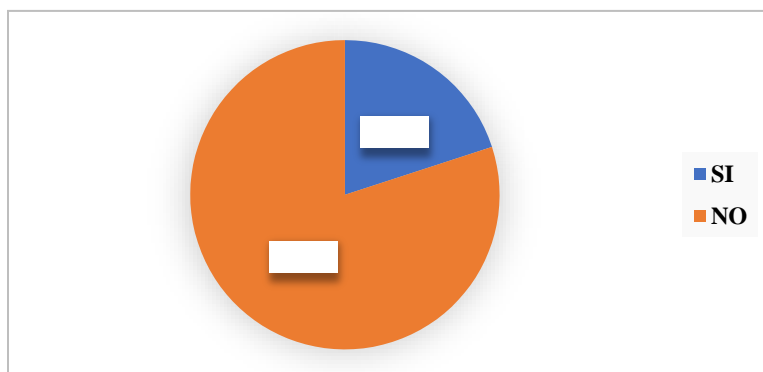


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de los encuestados, el 20% están inscritos en el RUC, mientras que 80% no cuentan con dicho registro

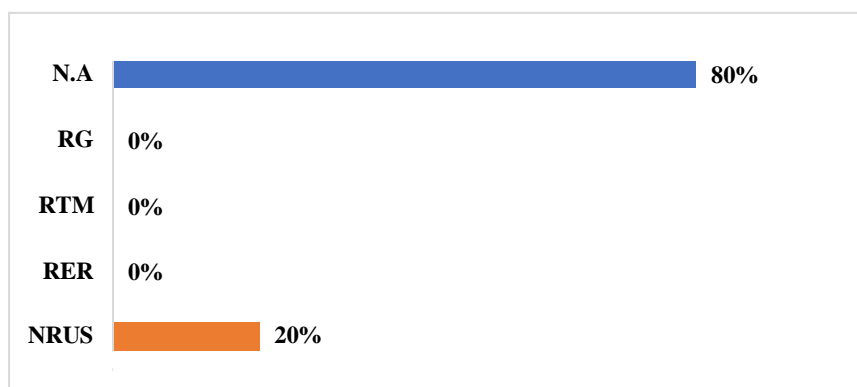
Figura 8

Acogimiento a Régimen Tributario

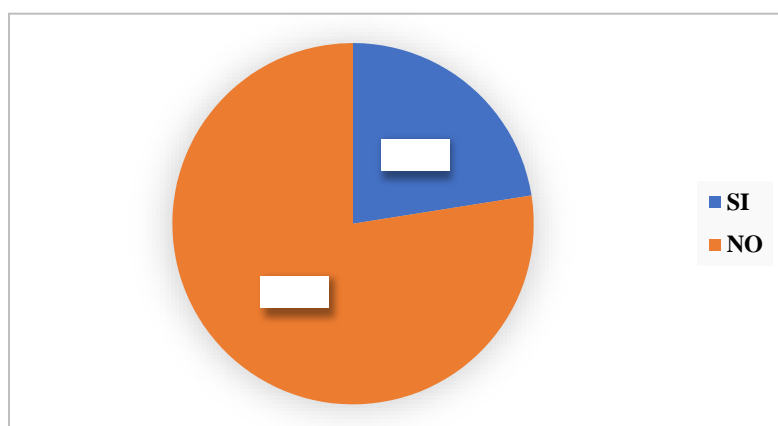


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de los encuestados, el 20% se encuentran inscritos en algún régimen tributario, mientras que el 80% no se encuentran acogidos.

Figura 9*Régimen Tributario inscrito***Fuente:** Elaboración Propia

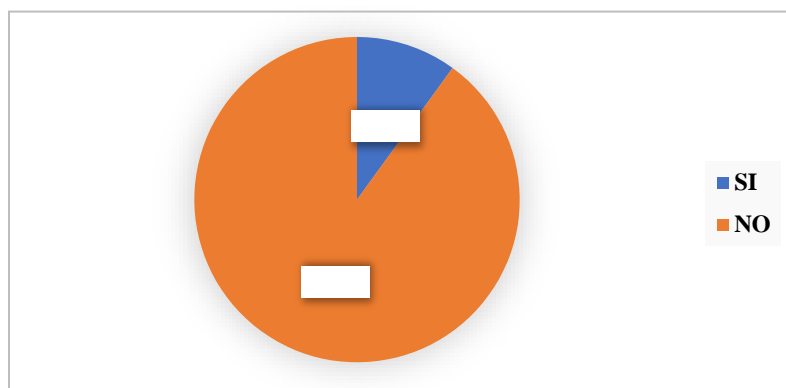
Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 20% están acogidos en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), mientras que el 80% no se encuentran inscritos.

Figura 10*Conocimiento de los requisitos para la inscripción al régimen tributario***Fuente:** Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 78% no conoce sobre los requisitos para inscribirse en algún régimen tributario, mientras que el 22% si conoce. Estos resultados reflejan que gran parte de los encuestados desconocen cuáles son los requisitos para inscribirse en algún régimen tributario.

Figura 11

Información brindada por SUNAT con respecto a los regímenes tributarios



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 90% no ha recibido información con respecto a los regímenes tributarios por parte de la SUNAT, mientras que a un 10% si recibió información por parte de SUNAT respecto a dichos regímenes. Estos datos reflejan que gran parte de los encuestados indican no haber recibido información por parte de SUNAT sobre los regímenes tributarios.

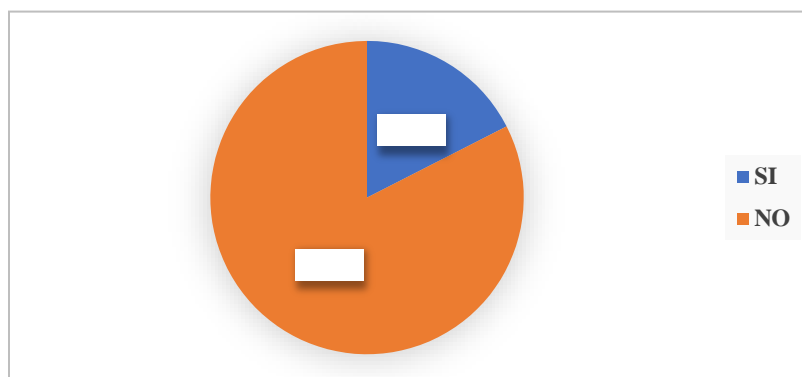
Comentario general:

Respecto al primer objetivo, se identificó el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre. Con base a los resultados recabados de la encuesta realizada, se constató que, del total de encuestados, solo el 20% cuentan con RUC y se encuentran registrados en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), mientras que el 80% no se encuentran inscritos en ninguno, es decir, sus ingresos percibidos, no están siendo declarados conforme a la normativa. Además, el 78% de los encuestados desconocen cuáles son los requisitos para inscribirse en algún régimen tributario y el 90% manifiestan no haber recibido información por parte de SUNAT sobre los regímenes tributarios, lo que hacen que tengan un escaso conocimiento respecto a ello.

4.1.2. Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023

Figura 12

Conocimiento de los tributos que existen en el país

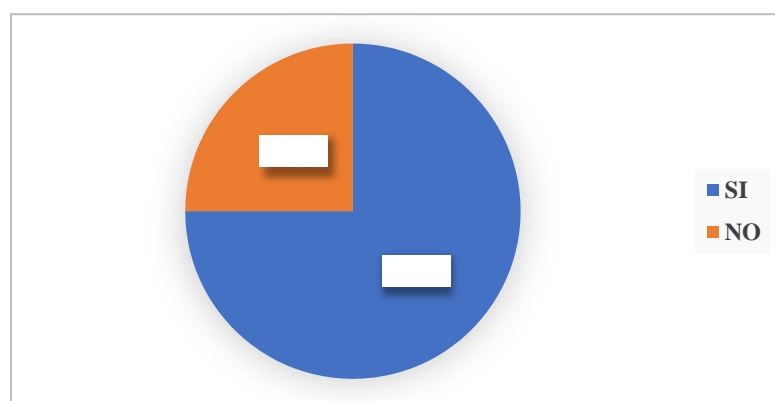


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 83% no conocen acerca de los tributos que existen en el país, mientras que el 17% sí. Estos datos reflejan que gran parte de los encuestados tienen un escaso conocimiento respecto a los tributos que existen en el país

Figura 13

Conocimiento de emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas realizadas

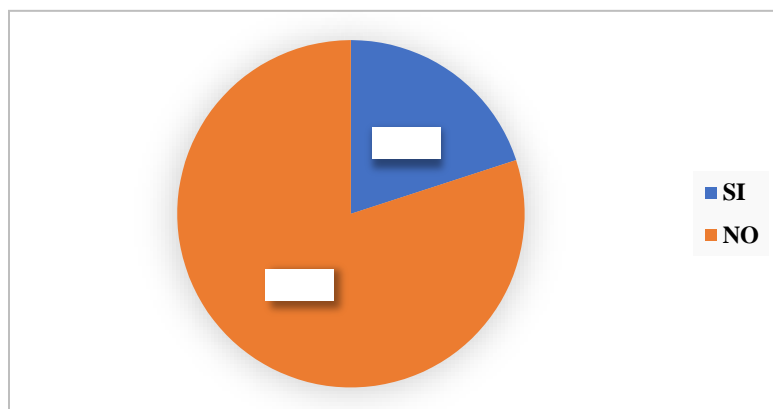


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, el 75% de los encuestados tienen conocimientos que debe emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas que realizan, mientras que el 25% desconocen.

Figura 14

Conocimiento de las ventajas de emitir comprobantes de forma voluntaria

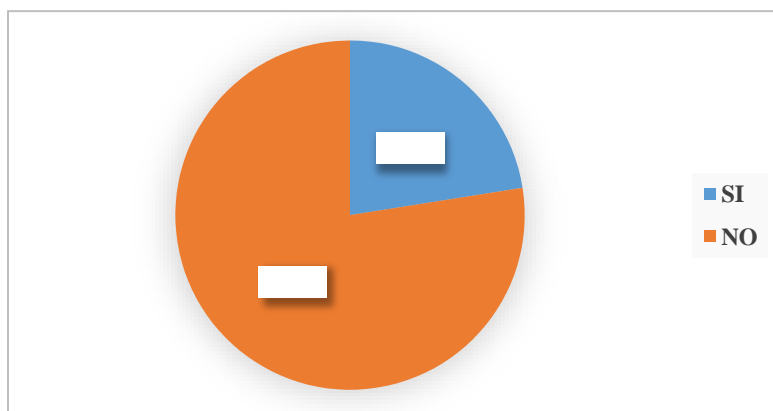


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 80% desconoce sobre las ventajas de emitir comprobantes de forma voluntaria, mientras que el 20% si conoce dichas ventajas. Estos datos reflejan que gran parte de los encuestados no poseen un claro conocimiento acerca de las ventajas que existe al emitir comprobantes de pago de manera voluntaria.

Figura 15

Conocimiento acerca del sistema "SUNAT Operaciones en Línea" (SOL)

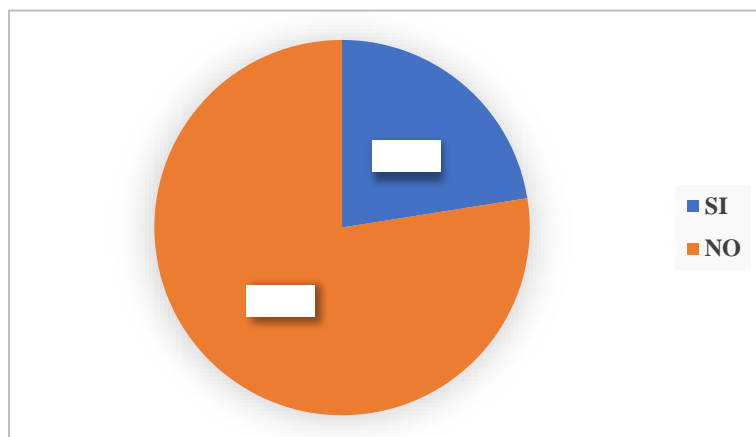


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 78% no conocen acerca del sistema SUNAT Operaciones en Línea (SOL), mientras que un 22% si conoce sobre ello.

Figura 16

Conocimiento de informar y actualizar sus datos ante la SUNAT

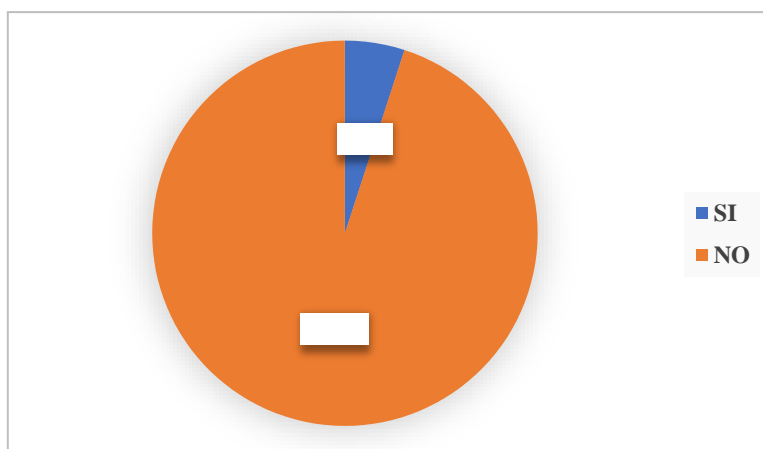


Fuente: Elaboración Propia

Según se evidencia en el gráfico, del total de encuestados, el 78% tienen conocimiento que deben informar y actualizar sus datos ante la SUNAT, mientras que el 22% desconoce.

Figura 17

Motivación para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT

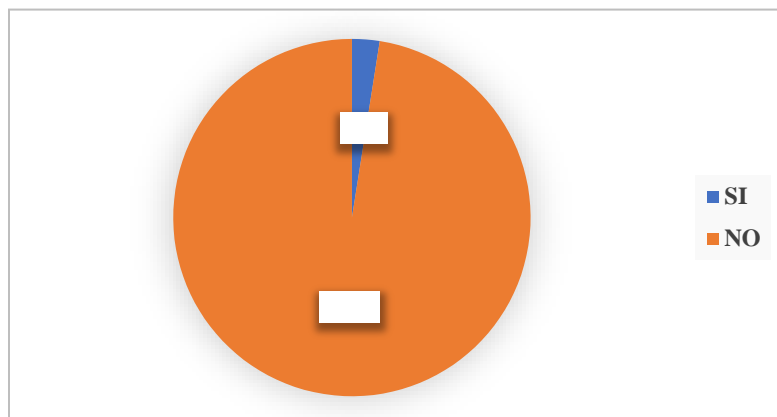


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 95% no ha recibido ninguna motivación para el acatamiento de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT, mientras, que el 5% si ha recibido alguna motivación.

Figura 18

Charla de educación tributaria dictadas por la SUNAT

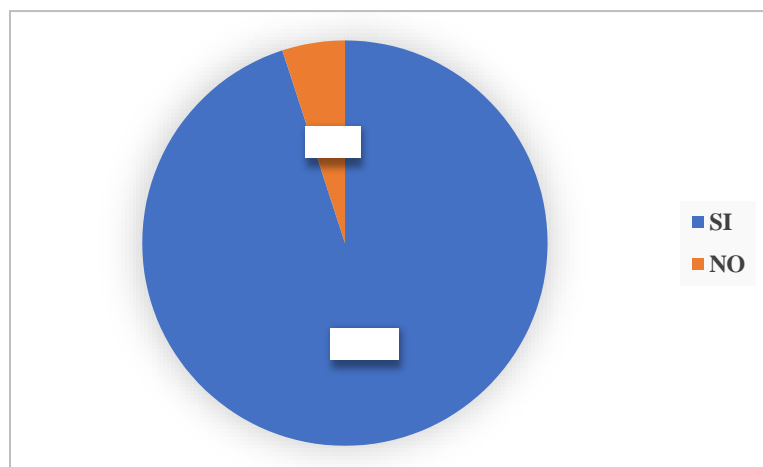


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 98% manifiestan no haber recibido ninguna charla de educación tributaria por parte de la SUNAT, mientras que el 2% si recibió alguna vez una charla

Figura 19

Cumplimiento de las normas tributarias de forma voluntaria

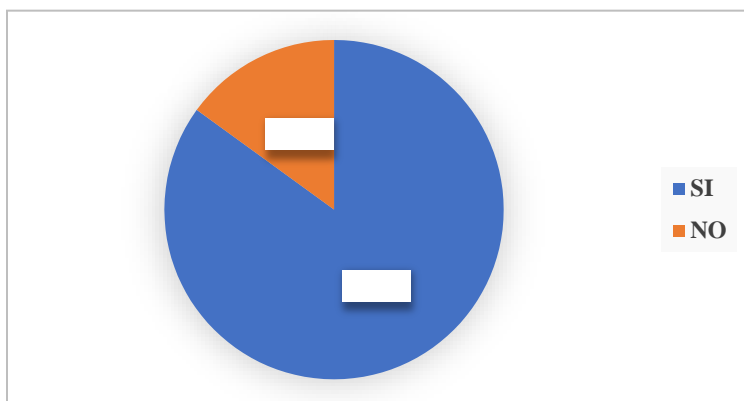


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 95% señalan que, el cumplimiento de las normas debe ser de manera voluntaria, mientras que el 5% no comparte la opinión de que deba ser voluntariamente.

Figura 20

La responsabilidad en el pago de impuestos contribuye con la disminución de la evasión

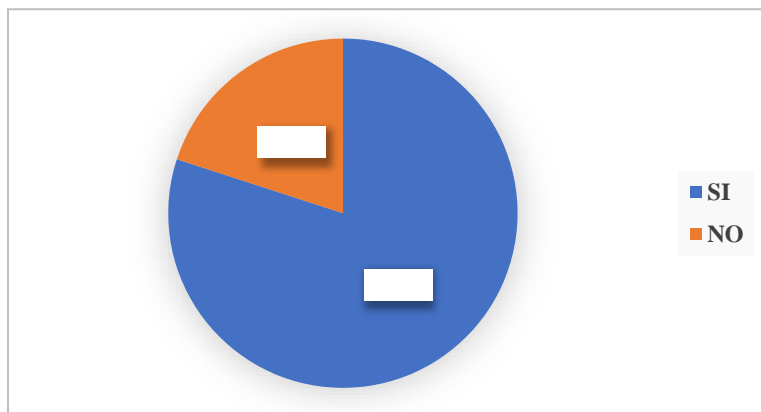


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 85% sostienen que asumir la responsabilidad en el pago de impuestos contribuye a disminuir la evasión tributaria, mientras que el 15% no. Estos resultados reflejan que gran parte de los comerciantes consideran que siendo responsable con el pago de sus tributos podrían contribuir a disminuir los altos índices de evasión

Figura 21

La honestidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias contribuye con la disminución de la evasión



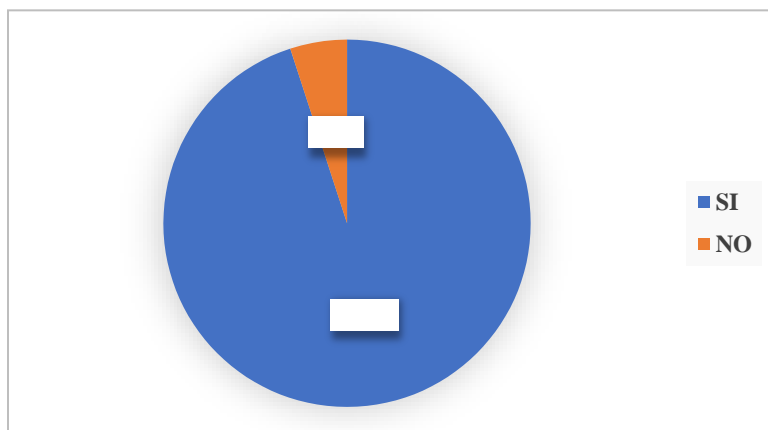
Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, el 80% de los encuestados sostienen que, la honestidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias contribuye a reducir la evasión

tributaria, mientras que el 20% no. Estos resultados reflejan que gran parte de los encuestados creen que siendo honestos con el pago de sus tributos podrían ser un factor clave para mitigar los altos índices de evasión

Figura 22

El compromiso tributario contribuye con el desarrollo del país



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 95% indica que, el compromiso tributario ayuda con el desarrollo del país, mientras que el 5% no. Estos resultados reflejan que gran parte de los encuestados consideran que el tener un compromiso tributario sería beneficioso para el progreso del país.

Comentario general

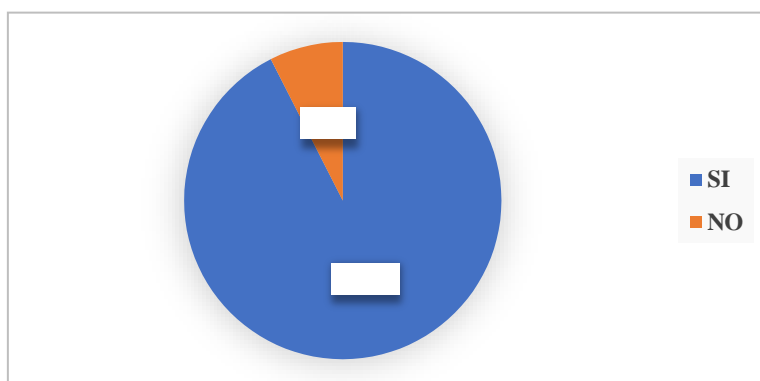
Respecto al segundo objetivo, se identificó el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre. Con base a los resultados recabados de la encuesta realizada, se pudo observar que, en cuanto a conocimientos tributarios, dichos comerciantes poseen un escaso conocimiento, puesto que, el 83% no conocen acerca de los tributos que existen en el país, asimismo, el 75% comerciantes tienen conocimientos que debe emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas realizadas, sin embargo no lo realiza, pues el 80% desconoce las ventajas que existe el entregar comprobantes de pago de manera voluntaria. Además, el 78% no conocen acerca del sistema SUNAT Operaciones en Línea (SOL) y tampoco tienen conocimiento que debe informar y actualizar sus datos ante la SUNAT. En cuanto a conciencia

tributaria, el 98% de los comerciantes manifiestan no haber recibido ninguna charla de educación tributaria por parte de la SUNAT, así como tampoco han recibido motivación alguna por parte de la SUNAT para cumplir con sus obligaciones tributarias. Además, el 95% creen que el cumplimiento de las normas debería ser de manera voluntaria, sin embargo, no cumplen voluntariamente. Por último, en cuanto a valores tributarios, el 85% de los comerciantes creen que siendo responsables y honestos con el pago de sus tributos podrían contribuir a disminuir los altos índices de evasión, asimismo, el 95% sostiene que el compromiso tributario contribuye con el progreso del país

4.1.3. Determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023

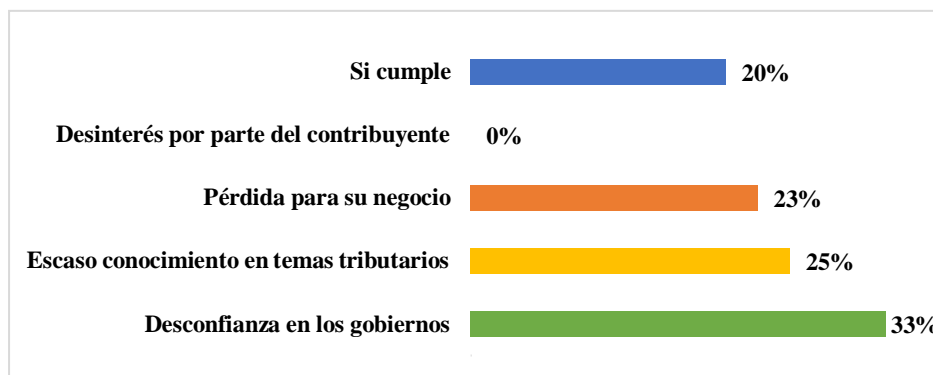
Figura 23

Los tributos en el Perú son excesivos y no van con la realidad de nuestro país

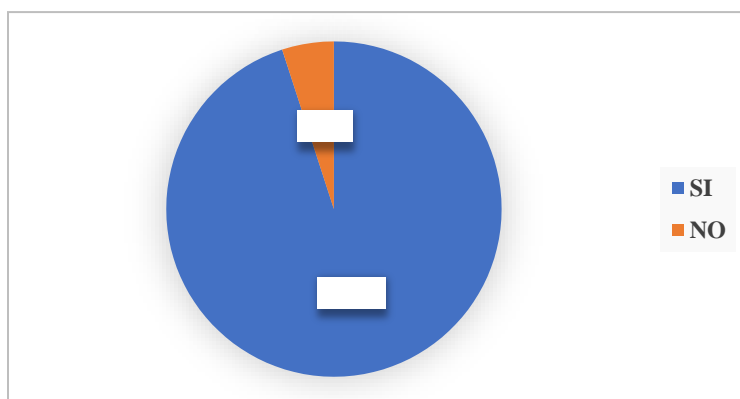


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 92% considera que los tributos en el Perú son elevados y no se ajustan a la realidad de nuestro país, mientras que el 8% considera que no son excesivos.

Figura 24*Motivo por el cual no paga sus tributos***Fuente:** Elaboración Propia

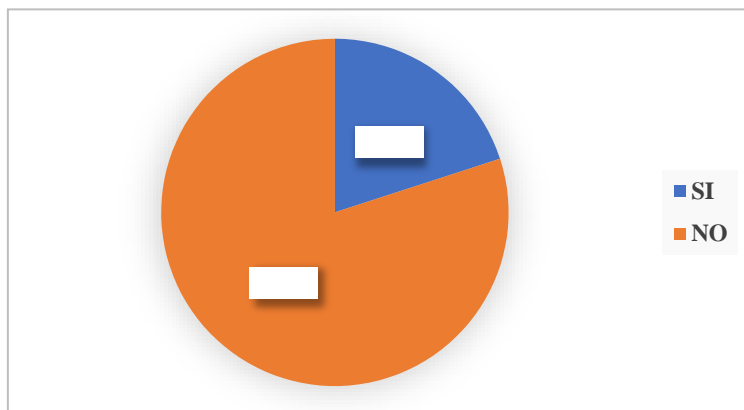
Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 32% indican que el motivo por el cual no pagan sus tributos son por la desconfianza en los gobiernos, el 25% por el escaso conocimiento en temas tributarios, el 23% porque consideran que es una pérdida para su negocio y el 20% si cumple con el pago de sus tributos

Figura 25*El contribuyente debe pagar sus tributos de acuerdo al nivel de ingresos***Fuente:** Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, el 95% de los encuestados considera que el contribuyente deber pagar sus impuestos en proporción a su nivel de ingresos, mientras que el 5% piensa lo contrario.

Figura 26

Cumplimiento de sus declaraciones juradas de impuestos mensuales conforme al cronograma de declaraciones

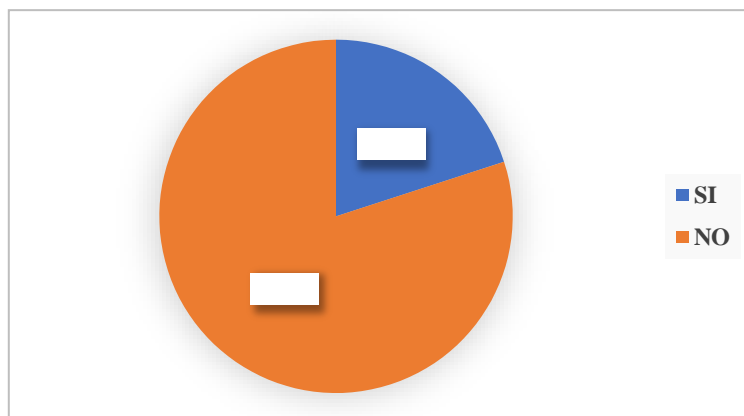


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 20% presentan sus declaraciones juradas de impuestos mensuales acorde al cronograma establecido, mientras que el 80% no cumple

Figura 27

Cumplimiento con el pago de sus impuestos mensuales conforme al cronograma de pagos

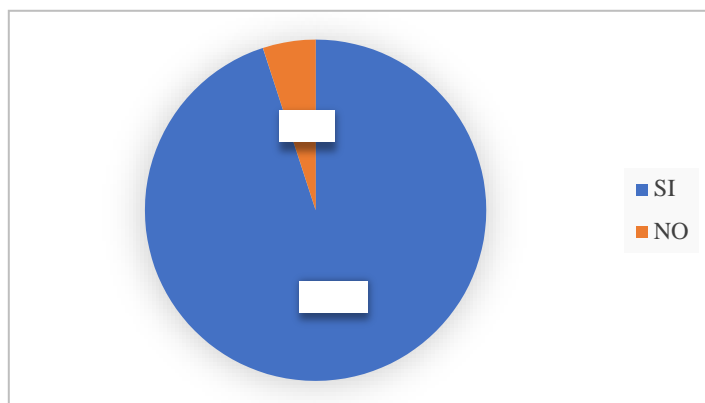


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 20% realizan el pago de sus impuestos mensuales de acuerdo al cronograma establecido, mientras que el 80% no cumple.

Figura 28

Conocimiento de que el incumplimiento de su obligación tributaria conlleva a una sanción tributaria

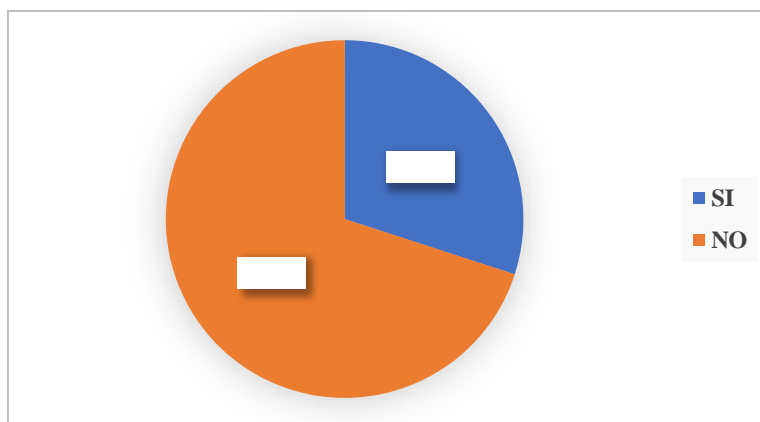


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 95% de los encuestados saben que el no cumplir con sus obligaciones tributarias conlleva a una sanción tributaria, mientras que el 5% no sabe. Estos resultados reflejan que, a pesar de que los comerciantes son conscientes de las consecuencias de no cumplir con sus responsabilidades, continúan sin pagar sus tributos.

Figura 29

Conocimiento de las infracciones y sanciones administrativas tributarias por SUNAT

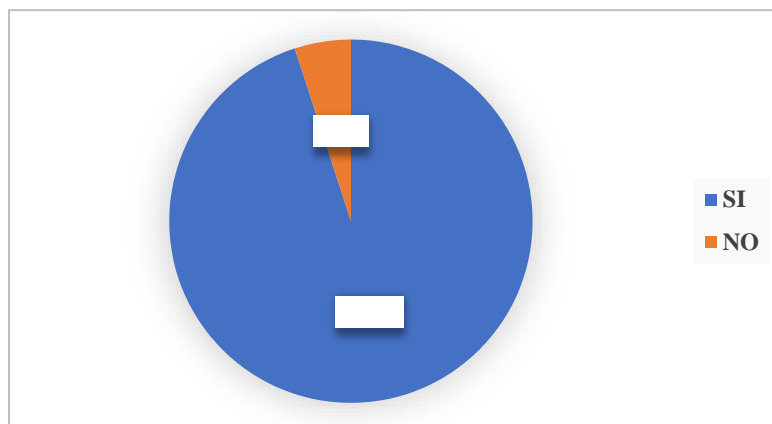


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 70% desconoce cuáles son las infracciones y sanciones administrativas tributarias por SUNAT, mientras que el 30% si conoce.

Figura 30

Es importante pagar los tributos para el desarrollo del país

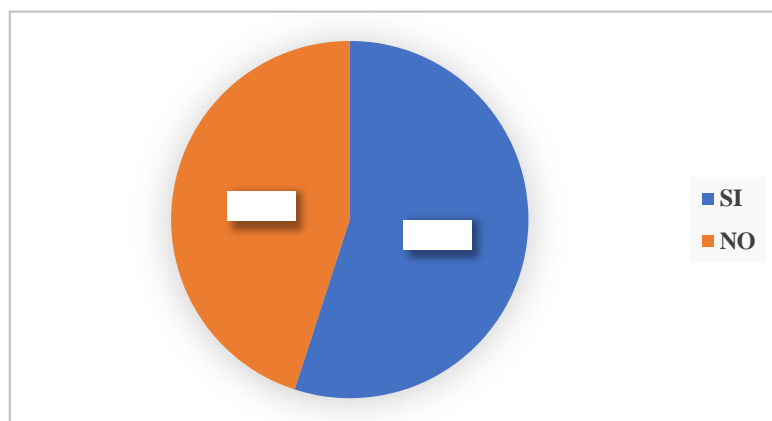


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 95% cree que es crucial pagar los tributos para contribuir al progreso del país, mientras que el 5% no cree que es importante.

Figura 31

La recaudación de los tributos es destinada a sectores como educación, salud o actividades estatales en beneficio de la población

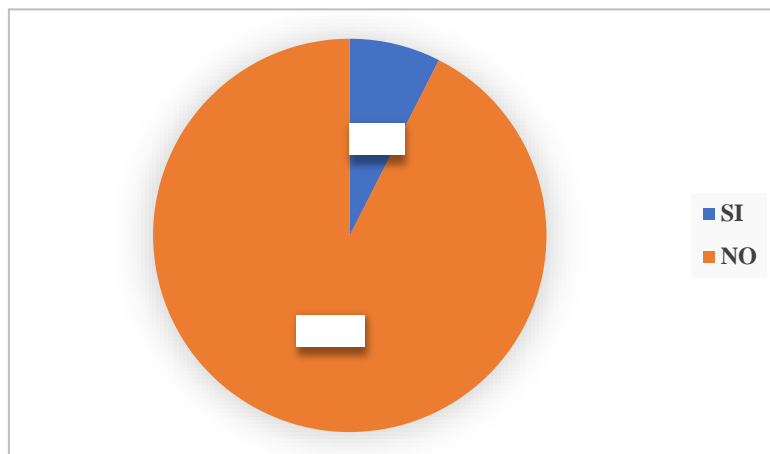


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 55% cree que la recaudación de los impuestos es designada a áreas como salud, educación u otras actividades estatales en beneficio de la población, mientras que el 45% cree que los tributos recaudados no son destinados a la población.

Figura 32

Los recursos recaudados por el Estado son distribuidos equitativamente

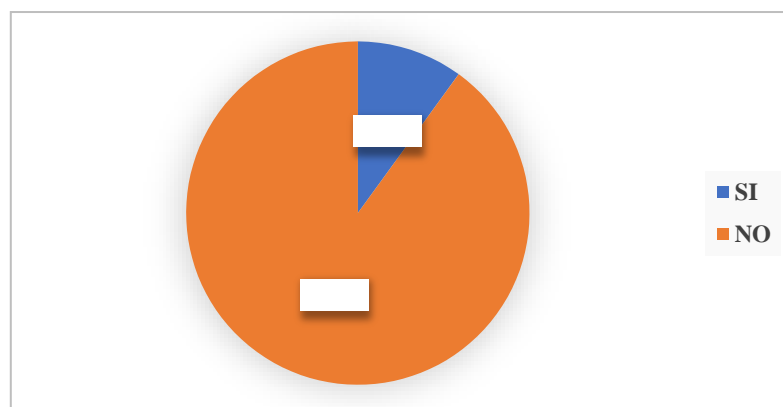


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 93% no cree que los recursos recolectados por el Estado son distribuidos de manera justa a la población, mientras que el 7% cree que sí lo son.

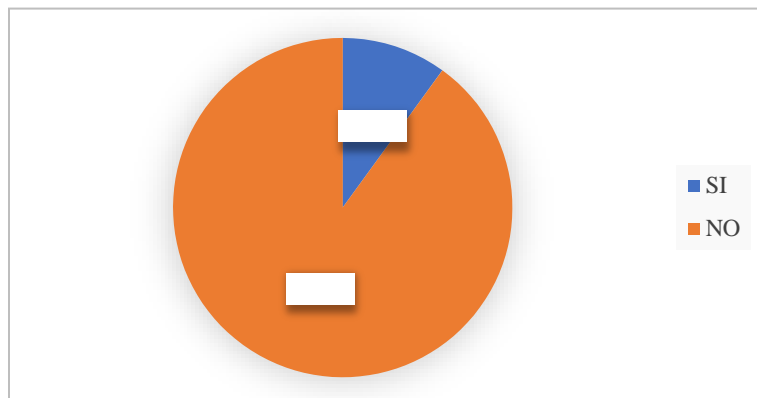
Figura 33

Visitas de verificación y comprobación de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT

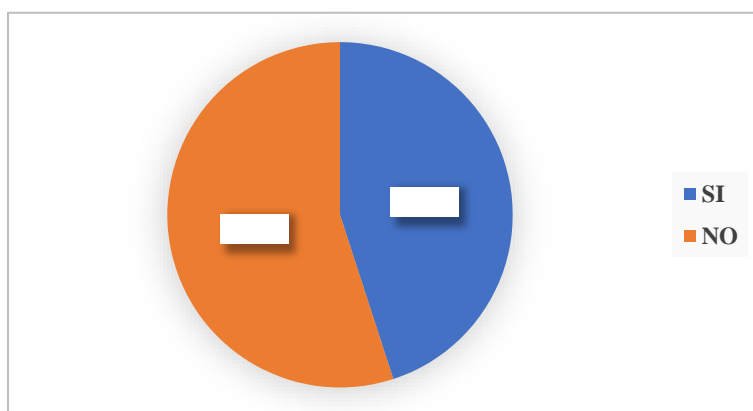


Fuente: Elaboración Propia

Según se aprecia en el gráfico, del total de encuestados, el 90% manifiesta no haber recibido alguna visita de verificación y comprobación de sus deberes tributarios por parte de la SUNAT, mientras que el 10% si recibió

Figura 34*Notificaciones previas de la SUNAT antes de realizar su fiscalización***Fuente:** Elaboración Propia

Como se observa en el gráfico, del total de encuestados, el 90% manifiesta no haber recibido notificaciones previas por parte de SUNAT antes de realizar su fiscalización mientras que el 10% si recibió.

Figura 35*La fiscalización permite el incremento de la recaudación tributaria***Fuente:** Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico, del total de encuestados, el 55% no cree que la fiscalización permita el aumento de la recaudación tributaria, mientras que el 45% si cree que ayude a incrementar la recaudación

Comentario general:

Respecto al tercer objetivo, se determinó el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre. Con base a los resultados recabados de la encuesta realizada, se observó que, el nivel de evasión es alta, en cuanto a obligaciones tributarias, el 20% de los comerciantes presentan sus declaraciones juradas de impuestos mensuales acorde al cronograma establecido, mientras que el 80% no lo hace. Pues, el 32% indican que el motivo por el cual no pagan sus tributos es por la desconfianza en los gobiernos, el 25% por el escaso conocimiento en temas tributarios, el 23% porque consideran que es una pérdida para su negocio y el 20% si realizan el pago de sus tributos. Por otro lado, el 95% reconoce que el no cumplir con las obligaciones tributarias conlleva a una sanción tributaria, sin embargo, siguen sin pagar sus tributos. En cuanto a la recaudación tributaria, el 55% cree que la recaudación de los impuestos se destina a áreas como la salud, educación u otras actividades estatales en beneficio de la población, mientras que el 45% cree que no. Asimismo, el 95% de los comerciantes considera crucial pagar los tributos para el progreso del país, sin embargo, el 93% opina que los recursos recaudados por el Estado no se distribuyen justamente a la población. Por último, en cuanto a la fiscalización tributaria, el 90% manifiesta no haber recibido alguna visita de verificación y comprobación de sus deberes tributarias por parte de la SUNAT y tampoco haber recibido notificaciones previas antes de realizar su fiscalización. Asimismo, el 55% cree que la fiscalización no contribuye al aumento de la recaudación tributaria, mientras que el 45% cree que sí ayude a dicho incremento.

4.1.4. Establecer estrategias basadas en la cultura tributaria para minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de octubre, Chiclayo – 2023

En base a la realidad del entorno evaluado, se han considerado establecer estrategias basadas en la cultura tributaria a fin de colaborar para minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre. De acuerdo a lo obtenido, se observó que los ingresos percibidos por los comerciantes, no están siendo declarados conforme a la normativa, pues muchos de ellos, no cuentan con un Registro Único de Contribuyente (RUC) y no se encuentra inscritos en algún régimen tributario. Todo ello, se debe al escaso conocimientos en temas tributarios, así como también la desconfianza en los gobiernos y pérdida para su negocio.

De esta manera, para el apropiado cumplimiento de las obligaciones tributarias, es importante brindar estrategias que aporten conocimientos base sobre temas tributarios, ayudando a educar fiscalmente a los comerciantes, facilitándoles a cumplir con sus deberes y obligaciones; con el fin de que tomen conciencia y por ende contribuyan a disminuir los índices de evasión fiscal, para así mejorar los ingresos del Estado. Para ello, se han considerado establecer las siguientes estrategias:

Educación cívica – tributaria a los contribuyentes

Consiste en establecer una sólida educación tributaria, fundamentada en principios, donde se proporcione gratuitamente información clara y accesible para todos los contribuyentes, en este contexto, se hace un llamado a profesionales, docentes, funcionarios, comprometidos con el progreso de su país, para proporcionar enseñanza de una manera más interactiva, que impulsen la participación de cada vez más ciudadanos. Pues, se evidenció que muchos de ellos no cuentan con un claro conocimiento de tributos, y mucho menos han recibido motivación alguna para el cumplir con sus obligaciones o alguna charla de educación tributaria por parte de SUNAT. Es por ello, que para realizar esta estrategia se propone establecer convenios con instituciones educativas, tanto públicas como privadas, e incluso con el con el propio Estado, con el fin de promover la tributación como un componente integral de la sociedad.

El desarrollo de esta estrategia es el siguiente:

Problemática: No cuentan con un claro conocimiento de tributos, y mucho menos han recibido motivación alguna para el acatamiento de sus obligaciones o charla de educación tributaria por parte de SUNAT.

Objetivo: Promover la cultura tributaria para realizar el pago y la declaración de tributos de manera correcta

Actividades:

- ✓ Se propone la selección de jóvenes con formación universitaria en Contabilidad para previamente capacitarlos en SUNAT y luego asignarlos a instruir a los comerciantes

sobre temas tributarios. Esto se consideraría un requisito para completar sus estudios y obtener un certificado por su contribución en este trabajo.

- ✓ El estudiante que logre asesorar de manera efectiva al menos a un comerciante, brindándole información completa sobre sus obligaciones, responsabilidades y beneficios fiscales, acompañándolo en cada etapa de sus trámites, será merecedor de un reconocimiento especial otorgado por SUNAT.
- ✓ Requerir a los estudiantes participantes de la capacitación, a presentar críticas, proyectos, informes y cualquier otra información relacionada con su experiencia vivida en el mercado, con el fin de mejorar las estrategias

Recursos necesarios:

- ✓ **Equipos:** Laptop, proyector, micrófonos
- ✓ **Materiales:** Volantes, folletos, lapiceros y hojas bond

Responsable: Estudiantes de contabilidad de universidades y personal de la SUNAT

Participantes: Comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre

Tiempo estimado: Se efectuará durante un año y dentro de los últimos ciclos académicos de la carrera de Contabilidad

Temas a tratar:

Conocimientos tributarios

- ✓ Tributos
 - ¿Qué son los tributos?
 - ¿Cuántos tipos de tributos existen?
 - ¿Puede sostenerse el Estado con recursos distintos a los impuestos?
 - ¿Puede haber exoneraciones en el pago de los tributos?
- ✓ Inscripción en el RUC
 - ¿Qué es el RUC?
 - ¿Qué información nos proporciona el RUC?
 - ¿Qué es la clave SOL?
- ✓ Comprobantes de pago

- ¿Qué es un comprobante de pago?
- ¿Cuáles son los tipos de comprobantes de pago?
- ¿Por qué es importante exigir el comprobante de pago?
- ¿Qué beneficios se obtiene al pedir comprobantes de pago?
- ✓ Regímenes Tributarios

Valores tributarios

- ✓ ¿En qué valores se fundamenta la cultura tributaria?
 - Responsabilidad
 - Honestidad
 - Compromiso tributario

Sanciones tributarias

- ✓ ¿Cuáles son las infracciones y sanciones administrativas tributarias por SUNAT?

Recaudación Tributaria

- ✓ Destino de los tributos
- ✓ Recursos recaudados

Fiscalización tributaria

- ✓ Procedimiento de fiscalización

Comunicación en materia tributaria con fines de sensibilización

Consiste en brindar comunicación en materia tributaria con fines de sensibilizar a los contribuyentes referente a los impuestos, tales como, el pago de impuestos, los plazos, los deberes, obligaciones y derechos de los contribuyentes; además, la forma en cómo se utilizan y destina estos ingresos tributarios, entre otros. Pues, se evidenció que muchos de los contribuyentes desconocen sus deberes y derechos tributarios; debido al difícil acceso a la información fiscal, lo cual ocasiona que no cumplan con el pago de sus impuestos. Además, si bien es cierto, las obligaciones son importantes, pero aparte de ellas, es necesario que la Administración Tributaria enfatice en cómo se utilizan, distribuye o destina los ingresos tributarios, pues, el brindar y enseñar a los

contribuyentes sobre el uso que les dan a los impuestos, ayuda a cambiar la manera en que ellos lo perciben. El desarrollo de esta estrategia es el siguiente:

Problemática: Existe un débil conocimiento en temas tributarios y el trabajo de la SUNAT por parte de los comerciantes, lo que origina una percepción negativa y una actitud de rechazo hacia la tributación, sin tener el conocimiento de los beneficios que podrían obtener tributando correctamente

Objetivo: Orientar e informar a los comerciantes sobre asuntos tributarios y sus obligaciones correspondientes con el Estado

Actividades:

- ✓ Promover campañas de orientación y charlas acerca de las responsabilidades tributarias de los contribuyentes durante los primeros seis meses posteriores a su registro en el Registro Único de Contribuyentes con el fin de ayudarlos a adaptarse paulatinamente a que realicen sus declaraciones y pagos voluntariamente, y para ello, es fundamental establecer convenio con universidades y la Administración Tributaria. Toda la información deberá ser proporcionada de manera presencial o por medios electrónicos.
- ✓ Verificar el grado de cumplimiento de los contribuyentes en relación a sus obligaciones tributarias mediante visitas amigables, aprovechando para mantenerlos informados sobre las últimas actualizaciones en cuestiones tributarias que les afecten y ayudando a resolver sus dudas
- ✓ Luego de monitorear a cada contribuyente, enfocarse en brindar retroalimentaciones permitiéndoles aplicar los conocimientos adquiridos, esto puede llevarse a cabo a través de concursos con sus premios respectivos. Además, con el fin de fomentar un continuo aprendizaje, se sugiere que esta capacitación se imparta de manera dinámica y con horarios flexibles que se ajusten a los comerciantes.
- ✓ Por último, impulsar a los contribuyentes a recopilar información sobre temas tributarios, con el fin de obtener más beneficios para su negocio y obsequiándoles pequeños premios para recordarles todo lo que han aprendido.

Recursos necesarios:

- ✓ **Equipos:** Laptop, proyector, micrófonos
- ✓ **Materiales:** Volantes, obsequios, lapiceros y hojas bond

Responsable: La Administración Tributaria SUNAT

Participantes: Comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de Octubre

Tiempo estimado: 6 meses

Temas a tratar:

- ✓ ¿Qué es tributación?
- ✓ ¿Qué es tributo?
- ✓ ¿Qué tipos de tributos hay?
- ✓ Beneficios por tributar
- ✓ Consecuencias por no tributar
- ✓ ¿Qué es impuesto?
- ✓ ¿Para qué sirven los impuestos?
- ✓ ¿Por qué hay que pagar impuestos?
- ✓ ¿Todos debemos pagar impuestos?
- ✓ ¿Qué es la SUNAT?
- ✓ ¿Cuál es la finalidad de la SUNAT?
- ✓ ¿Cuáles son los principales impuestos que recauda la SUNAT?
- ✓ Destino de los tributos
- ✓ Formalización de un negocio
- ✓ Regímenes tributarios
- ✓ Fiscalizaciones
- ✓ Tributación en el Estado
- ✓ Facilidad de pagos – fraccionamiento

Ofrecer asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes

Simplicidad en temas tributarios

Consiste en brindar información de manera clara y sencilla a los contribuyentes respecto a la formalización, tales como lo requisitos para formalizarse e inscribirse en el Nuevo Régimen único Simplificado (NRUS) el cual es el que más de adecua a sus necesidades. Todo ello, con el fin de frenar la economía informal y mejorar el cumplimiento tributario, la administración tributaria por medio de diversas campañas de comunicación puede dirigirse a los contribuyentes, para garantizar que actúen de manera adecuada, es decir, incentivando a los pequeños negocios y tiendas a utilizar el RUC, cumpliendo con el pago de sus impuestos a tiempo y a emitir boletas, facturas u otro. El desarrollo de esta estrategia es el siguiente:

Problemática: Desconocimiento respecto a la formalización, tales como lo requisitos para formalizarse e inscribirse en el Nuevo Régimen único Simplificado (NRUS)

Objetivo: Instruir a los comerciantes de forma clara y sencilla sobre los trámites o procedimientos a efectuar para formalizar su negocio con el fin de reducir la informalidad

Actividades:

- ✓ Visitar a los comerciantes con el propósito de motivarlos a formalizarse, como promoviendo el crecimiento de sus negocios, enseñándoles sobre los beneficios y ventajas que brinda SUNAT por ser formal y estar al día con sus pagos. Dichas visitas pueden ser realizadas por estudiantes universitarios de la carrera de Contabilidad y la SUNAT
- ✓ Después de la primera visita, se informará a los comerciantes, a través de volantes o dípticos, que se efectuará una actividad de formalización, donde se proporcionará información sobre los pasos necesarios para obtener un RUC, el tiempo y requisitos para conseguirlo de forma sencilla.
- ✓ Por último, preguntar a los comerciantes si tienen alguna duda con respecto al cumplimiento de sus deberes tributarios, proporcionándoles la orientación adecuada para aclarar cualquier inquietud que puedan tener.

Recursos necesarios:

- ✓ **Equipos:** Proyector, laptop, micrófonos
- ✓ **Materiales:** Folletos, Volantes, lapiceros y hojas bond

Responsable: La Administración Tributaria SUNAT

Participantes: Comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de Octubre

Tiempo estimado: 6 meses

Temas a tratar:

Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus)

1. Condiciones del NRUS

- ¿Quiénes pueden acogerse a este régimen?
- ¿Cuáles son las actividades que no pueden realizarse en el NRUS?
- ¿Cuáles son los límites establecidos para el NRUS?

2. Declaración y pago en el NRUS

- ¿Cuánto debo pagar?
- ¿Cómo declarar y pagar?

3. Comprobantes de pago en el NRUS

- ¿Qué documento debo requerir a mis proveedores al adquirir productos para abastecer mi negocio?
- ¿Qué comprobante debo entregar a mis clientes al realizar mis ventas?
- ¿Cómo obtengo las boletas de venta que concederé a mis clientes?
- ¿Cómo puedo obtener los tickets que otorgaré a mis clientes?
- ¿Qué sucede en caso mis boletas de venta son robadas o extraviadas?
- ¿Es necesario llevar algún libro o registro contable?

Incentivos tributarios

Consiste en brindar información sobre los incentivos y beneficios tributarios que implican una disminución en la obligación tributaria para los contribuyentes, con el fin de incentivar el cumplimiento tributario, por ello, es crucial dar a conocer con mayor énfasis, ya que existen hoy en día un gran desconocimiento sobre el tema, puesto que muchas veces se tiene una percepción negativa sobre el pago, algunos piensan que se paga muchos impuestos, pero no conocen cuáles

son sus beneficios por ser buen contribuyente. Dicho ello, esta sería una estrategia que lograría promover la tributación adecuadamente. El desarrollo de esta estrategia es el siguiente:

Problemática: Desconocimiento sobre los incentivos y beneficios tributarios por buen pagador

Objetivo: Proporcionar información a los comerciantes acerca de los incentivos que ofrece la SUNAT a los que son buenos contribuyentes.

Actividades:

- ✓ Efectuar una encuesta dirigida a los comerciantes para medir el nivel de conocimientos sobre los incentivos ofrecidos por el Estado para promover el progreso y crecimiento del país.
- ✓ Una vez identificadas las áreas críticas que requieren una mayor atención en términos de información acerca de estos beneficios, se promoverán estos incentivos con el fin de incentivarlos a cumplir con sus deberes y obligaciones fiscales, permitiéndoles ser beneficiados tributariamente
- ✓ Otorgar el 10% a los comerciantes que lleven a cabo sus actividades de manera legal, sirviendo como ejemplo para los demás comerciantes, promoviendo el cumplimiento voluntario de sus obligaciones, estos incentivos serán establecidos de acuerdo al criterio de la SUNAT y se aplicarán durante un período determinado hasta instaurar una cultura tributaria apropiada en dicho mercado.

Recursos necesarios:

- ✓ **Equipos:** Laptop, proyector y micrófonos
- ✓ **Materiales:** Volantes, premios, lapiceros y hojas bond

Responsable: La Administración Tributaria SUNAT

Participantes: Comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de Octubre

Tiempo estimado: 6 meses

4.2. Discusión

Al identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes del sector abarrotes del Mercado 9 de Octubre, se observó que, solo el 20% cuentan con RUC y se encuentran inscritos en el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), mientras que el 80% no, es decir, sus ingresos percibidos, no están siendo declarados conforme a la normativa; asimismo, desconocen cuáles son los requisitos para inscribirse en algún régimen tributario y manifiestan no haber recibido información por parte de SUNAT, lo que hacen que tengan un escaso conocimiento respecto a ello. Este hallazgo es similar a la investigación realizada por *Valenzuela, Carrera & Álvarez (2020)* en donde determinó que, en los diversos mercados populares de la ciudad de Ibarra (Ecuador), muy pocos de los comerciantes cuentan con un Registro único de Contribuyentes y un grupo representativo aún no ha logrado formalizar su actividad, es decir, estar inscrito en el Régimen Impositivo Simplificado, pues de evidenció que la mayor parte de los comerciantes de dichos mercados no tributan, debido a la cultura de evasión, acompañado del escaso conocimiento en materia de declaración de impuestos

Al identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, se encontró que dichos comerciantes poseen un nivel bajo de cultura tributaria, pues el 83% carecen de conocimientos tributarios básicos. Similar al estudio realizado por *Valdez & Martínez (2018)* en el mercado municipal de San Lorenzo, donde indica que existe un escaso o nulo conocimiento por parte de los comerciantes respecto a sus obligaciones tributarias que deben cumplir. Por otro lado, si bien es cierto los comerciantes del Mercado 9 de Octubre, aseguran tener conocimiento sobre emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas realizadas, sin embargo, no lo hacen; debido a que desconocen las ventajas de emitirlos y de no haber recibido ninguna charla de educación tributaria por parte de la SUNAT. Dicho ello, este hallazgo es similar a la investigación realizada por *Ramirez & Ramirez (2021)* en el cual determinó que los comerciantes del sector abarrotes del mercado de Paucarbamba no poseen los conocimientos claros en cuanto a los tributos y las leyes que las rige, ni conocimiento acerca de los comprobantes de pago. Todo esto, debido a que no reciben ninguna orientación y comunicación por parte de la SUNAT, ocasionando que no cuenten con la información necesaria; por tanto, no cumplen con sus obligaciones de tributar.

Al determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, se encontró que, el nivel de evasión fiscal es alta, pues solo el 20% de los comerciantes efectúan sus declaraciones juradas de impuestos mensuales acorde al cronograma establecido, mientras que el 80% no cumple, es decir, muy pocos de ellos tienen responsabilidad de pago y declaran sus tributos correctamente. Asimismo, el mayor motivo por el cual no pagan sus tributos, son por la desconfianza en los gobiernos y por el escaso conocimiento en temas tributarios. Dicho ello, este hallazgo es similar al estudio realizado por *Romero & Colmerares (2021)* en donde se hizo una revisión documental respecto a la evasión tributaria, y en su totalidad coinciden en que las causas de esta conducta negativa de los contribuyentes, son temas como la carencia de conocimientos tributarios, la corrupción, la poca confianza y credibilidad a las autoridades encargadas de su administración, entre otros; asimismo, existen diversos motivos por los cuales conlleva a los comerciantes evitar sus responsabilidades, uno de ellos es que muchos peruanos que emprenden sus negocios, carecen de cultura tributaria; lo cual implica que las personas inconscientemente evadan impuestos. Por otro lado, los comerciantes poseen un débil conocimiento en cuanto a las infracciones y sanciones administrativas tributarias impuestas por SUNAT. De igual manera señala *Ordoñez & Chapoñan (2020)* en su investigación, donde observó que los contribuyentes del distrito de Pirias, no cumplen con sus deberes tributarios que le corresponden y carecen de la información necesaria sobre las sanciones tributarias que podría causarle por evadir impuestos.

De acuerdo al entorno evaluado, se estableció estrategias basadas en la cultura tributaria para minimizar la evasión fiscal en los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre. Una de estas estrategias se focaliza en la educación cívica tributaria, con la finalidad de impartir enseñanza de una manera clara, dinámica y accesible para todos los contribuyentes, pues, se evidenció que muchos de ellos no cuentan con un claro conocimiento de tributos, y mucho menos han recibido alguna charla de educación tributaria por parte de SUNAT. Otra estrategia consiste en la comunicación en materia tributaria con fines de sensibilización a los contribuyentes, proporcionándoles información y orientación sobre cuestiones tributarias y sus obligaciones con el Estado. Finalmente, se plantea brindar asistencia práctica y apoyo a los contribuyentes, cuyo objetivo es orientar de una manera clara y sencilla a los comerciantes sobre los trámites o procedimientos necesarios para formalizar sus negocios con el fin de reducir la informalidad, así como también informar sobre los incentivos y beneficios tributarios por buen pagador. Dicho ello,

este hallazgo es similar a la investigación realizada por *Manayay & Quesquén (2019)* donde se proponen ciertas estrategias tributarias para impulsar el acatamiento de las obligaciones tributarias en los comerciantes, siendo estas la educación tributaria, información y orientación al contribuyente, simplificación en temas tributarios y los incentivos tributarios; de esta manera impulsándolos a cumplir voluntariamente con sus obligaciones y cultiven una cultura tributaria sólida.

V. Conclusiones

Respecto al régimen tributario de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, se observa una situación preocupante en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias, pues solo el 20% de ellos están registrados y cumplen con los requisitos del Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), mientras que el 80% restante no, lo que significa que no están declarando sus ingresos de acuerdo con las normativas vigentes. Además, el 78% de los comerciantes desconoce los requisitos para inscribirse en algún régimen tributario, y tampoco han recibido información por parte de SUNAT sobre este tema. Estos hallazgos indican que existe una carencia de educación y conciencia tributaria en este grupo de comerciantes, lo que podría llevar a problemas legales en el futuro y a una pérdida de ingresos para el Estado.

Se pudo identificar que los comerciantes que operan en el sector de abarrotes del Mercado 9 de Octubre poseen un nivel bajo de cultura tributaria, puesto que tienen un limitado conocimiento, conciencia y valores en cuestiones tributarias, esto se evidencia en el hecho de que el 83% de ellos no están familiarizados con los diferentes impuestos existentes en el país. Además, a pesar de que los comerciantes son conscientes de la necesidad de emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas realizadas, el 80% no lo hace debido a que desconoce las ventajas que conlleva cumplir con esta práctica de manera voluntaria y a la ausencia de orientación por parte de la SUNAT relacionada con temas fiscales, que el 98% afirman no haber recibido. Este hallazgo es similar a investigaciones previas realizadas en otros mercados, donde se encontró que existe una falta de conocimiento y orientación por parte de las autoridades tributarias, lo que resulta en un bajo cumplimiento de las obligaciones fiscales

Se pudo determinar el nivel de evasión fiscal entre los comerciantes que operan en el sector de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, donde se obtuvo un alto nivel de evasión fiscal, pues solamente el 20% de los comerciantes cumple con la presentación puntual de sus declaraciones de impuestos según el calendario establecido, mientras que el 80% restante no lo hace. Entre las razones que utilizan para evadir con el pago de sus impuestos, es la falta de confianza en el gobierno, y el escaso conocimiento tributario. Además, el 95% de los comerciantes tiene conocimiento de que el no cumplir con sus deberes tributarios puede resultar en sanciones fiscales, y a pesar de ello, continúan sin pagar sus impuestos. En lo que respecta a la recaudación tributaria, el 95% de los comerciantes considera importante contribuir con el pago de impuestos para el

progreso del país, aunque el 93% sostiene que los recursos recaudados por el Estado no se distribuyen de manera equitativa entre la población. Y en cuanto a la fiscalización tributaria, el 90% de los comerciantes afirma no haber sido objeto de inspecciones o revisiones de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT, ni haber recibido notificaciones previas antes de estas revisiones.

Se estableció estrategias basadas en la cultura tributaria con el propósito de reducir la evasión fiscal entre los comerciantes que operan en el Mercado 9 de Octubre, estas estrategias incluyen tres enfoques principales: educación cívica tributaria, comunicación en materia tributaria con fines de sensibilización y asistencia práctica y apoyo. Dichas estrategias son esenciales para promover un ambiente tributario más transparente y alentar a los contribuyentes a cumplir voluntariamente con sus deberes fiscales. En última instancia, se espera que estas acciones contribuyan a reducir la evasión fiscal y fortalecer la cultura tributaria en el sector de abarrotes del Mercado 9 de Octubre.

VI. Recomendaciones

Se recomienda la participación activa tanto del comerciante, como de la Administración Tributaria, quien es el responsable de fomentar y difundir toda la información necesaria en materia tributaria, asegurándose de que los procesos para registrarse y cumplir con las obligaciones tributarias sean sencillos y comprensibles. Para lograrlo, es fundamental un mayor interés por parte de los comerciantes en las charlas y programas de capacitación ofrecidas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria (SUNAT) con el fin de promover un mayor acatamiento de las obligaciones tributarias, lo que a su vez beneficiará al Estado y a la sociedad en general.

Se recomienda que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria (SUNAT) implemente un enfoque de fiscalización y comunicación presencial dirigido a los comerciantes. Esto tiene como objetivo asegurar que estos comerciantes estén plenamente informados sobre sus responsabilidades fiscales, ya que un gran número de ellos no está emitiendo ni entregando comprobantes por las ventas que realizan. Esta acción es fundamental para minimizar la evasión tributaria.

Se recomienda a La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración tributaria (SUNAT) promueva activamente la formalización y establezca estrategias de difusión para concienciar a los comerciantes del sector de abarrotes sobre la importancia de cumplir con sus deberes fiscales. Muchos de estos comerciantes perciben que la honestidad y el compromiso son factores que pueden contribuir al incremento de la recaudación tributaria.

Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) efectuar las estrategias tributarias sugeridas en la presente investigación, y para ello, se puede realizar a través de un contacto directo, es decir, comunicarse directamente con un responsable de la SUNAT, a través de sus canales de comunicación, como el envío de correos electrónicos, llamadas telefónicas o incluso visitas presenciales a sus oficinas, y así hacer llegar de manera rápida y efectiva a los comerciantes del Mercado 9 de Octubre toda la información tributaria necesaria para que adquieran una mayor conciencia tributaria.

VII. Referencias

- Alva Matteucci, M. (2020). *El CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN TIEMPOS DEL COVID-19*. Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2020/08/01/el-cumplimiento-voluntario-de-las-obligaciones-tributarias-en-tiempos-del-covid-19/>
- Alva Matteucci, M. (2020). *EVASIÓN TRIBUTARIA*. Lima: Instituto Pacífico S.A.C.
- Alvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%20C3%A9mica%2020202818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y#:~:text=%E2%9D%96%20Investigaci%C3%B3n%20b%C3%A1sica%3A%20Cuando%2>
- Amasifuen Reátegui, M. (2015). Importancia de la cultura tributaria en el Perú. *Accounting*. Obtenido de [file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20\(13\).pdf](file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/898-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1199-1-10-20180524%20(13).pdf)
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Arequipa. Obtenido de file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Armas, M. E., & Colmenares, M. (2009). EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CULTURA TRIBUTARIA. *Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación social*, 141-160.
- Barberan Zambrano, N. J., Bastidas Cabrera, T. G., Romero Paz, M. J., & Peña Gaibor, M. (2020). Poder y compromiso: intención de cumplimiento tributario. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 278-293. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641019/html/>
- Cabrera Sámches, M. A., Sánchez Chero, M. J., Cachay Sánchez, L., & Rosas Prado, C. E. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276018/html/>

- Camargo Hernández, D. F. (2005). *Evasión Fiscal: Un problema a resolver*. Editorial vLex. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2005/dfch-eva/index.htm>
- Coll Morales, F. (21 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/pais-en-desarrollo.html>
- Contreras Sierra, E. R. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>
- Echaiz Moreno, D., & Echaiz Moreno, S. (2014). *La Elusión Tributaria: Análisis Crítico de la Actual Normatividad y Propuestas para una Normatividad y Propuestas para una*. Lima. Obtenido de <https://www.echaiz.com/pdf/167-LA-ELUSION-TRIBUTARIA.pdf>
- Escudero Sánchez, C., & Cortez Suárez, L. (2017). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Estrada Farfán, S. (2014). *Cultura Tributaria: 50 preguntas y respuestas*. Guatemala. Obtenido de <http://www.sia.eurosocial-ii.eu/files/docs/1414528405-Cultura%20Tributaria%20-%2050%20preguntas%20y%20respuestas.pdf>
- González Capote, D., Tartabull Contreras, Y., & Barzola Pinto, K. R. (2020). PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN PARA CONSOLIDAR LA CULTURA TRIBUTARIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/278/310>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hinojosa Salazar, C. A. (2019). CULTURA TRIBUTARIA PARA EL INCREMENTO DE LOS INGRESOS A LOS COMERCIANTES DEL MERCADO MODELO, CHACHAPOYAS, 2018. *Revista Científica UNTRM*, 2(1). Obtenido de <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/CSH/article/view/463/840>

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2016). *MEF*. Obtenido de MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/documentos/c_Incumplimiento_IGV_SUNAT.pdf
- Montiel Paternina, S., Peña Sánchez, A., & Martínez Carrascal, C. (2020). *Cultura Tributaria: FORMAS DE MEJORARLA*. Cartagena - Colombia: Editorial Universidad Libre. Obtenido de <https://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/libros/Cultura-Tributaria.pdf>
- Montiel Paternina, S., Peña Sánchez, A., & Martínez Carrascal, C. (2020). *CULTURA TRIBUTARIA: FORMAS DE MEJORARLA*. Cartagena de Indias.
- OECD. (2021). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía : Guía sobre educación tributaria en el mundo, segunda edición*.
- Ordoñez Vasquez, M., & Chapoñan Ramírez, E. (2020). Cultura tributaria y cumplimiento de las obligaciones tributarias. *UCV HACER*. Obtenido de <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/585/574>
- Ortiz Lopez, C. (2020). *CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN ELOY ALFARO DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS*. Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2273>
- Panta, O. (23 de Octubre de 2022). *El Blog del Contador. pe*. Obtenido de El Blog del Contador. pe: <https://elblogdelcontador.com/infraccion-y-sancion-tributaria/#comments>
- Paredes Cruz, R. E., & García Tamayo, G. H. (10 de Febrero de 2021). Cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en Ecuador. *REVISTA ERUDITUS*, 2(1). Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/390/230>
- Paredes Tejada, R., & Narváez Valera, A. (2019). *CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE TRIBUTACIÓN Y CULTURA TRIBUTARIA*. Trujillo: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO.
- Perú21. (18 de Julio de 2022). Perú deja de recaudar hasta S/4200 millones anuales a causa de la evasión tributaria. *Diario Perú21*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/peru-deja-de>

recaudar-hasta-s-4200-millones-anuales-a-causa-de-la-evasion-tributaria-impuestos-peru-informalidad-noticia/

Plataforma digital única del Estado Peruano . (27 de Enero de 2021). *Gob.pe*. Obtenido de Gob.pe.

Quispe Fernandez, G., Arellano Cepeda, O., Negrete Costales, O., Rodríguez , E., & Vélez Hidalgo, K. (2020). La cultura tributaria y su efecto en la evasión fiscal en la evasión fiscal en Ecuador. *Espacios*. Obtenido de <https://ww.revistaespacios.com/a20v41n29/a20v41n29p12.pdf>

Ramirez Berrospi, L. G., & Ramirez Cabrera, V. M. (2021). *La cultura tributaria y su influencia en la evasión tributaria de los comerciantes del rubro de abarrotes del mercado de abastos de Paucarbamba, Distrito de Amarilis. Húanuco*. Obtenido de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2832/Ramirez%20Berrospi%2c%20Luis%20Gerardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rivas Alcívar , G. I., & Quimiz Lino, S. V. (2017). *ANÁLISIS DE LA EVASIÓN TRIBUTARIA EN EL PERÍODO 2010 -2014 Y DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE CAPACITACIÓN TRIBUTARIA PARA COMERCIANTES DEL SECTOR LA BAHÍA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. GUAYAQUIL*. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2121/2176>

Romero Carazas, R., & Colmerares de Zavala, Y. M. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Revista Contacto*, 1-13. Obtenido de <https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/article/view/2402>

Rosas Prado, C. E., & Castro Ascencio, O. F. (2016). Programa para incrementar la conciencia tributaria. *Revista de Investigación y Cultura*. Obtenido de <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/799>

Solórzano Tapia, D. L. (2011). *La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú*. Perú.

SUNAT / Instituto Aduanero y Tributario. (2012). *Cultura Tributaria: Libro de Consulta*. Lima. Obtenido de

file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/Cultura_Tributaria_LIBRO_DE_CONSULTA.pdf

SUNAT. (2020). *LIBRO DE CULTURA TRIBUTARIA Y ADUANERA*. Lima. Obtenido de https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Libro-Cultura_Tributaria_y_Aduanera_final.pdf

Tesorería General de la República. (2015). *Educación Tributaria*. Obtenido de Educación Tributaria: <https://www.tesoreria.cl/web/Contenido/EducacionTributaria/destino-impuestos.html>

Urritia Guevara, J., & Yanca Villacís, M. M. (2021). Ecuador y la cultura tributaria como fuente de ingresos tributarios. *SCOPUS*. Obtenido de <https://www-scopus-com.usat.lookproxy.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85108518002&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=cultura+tributaria&sid=7636134d5d8d74fb5bddfedc8ddbb4ac&sot=b&sdt=b&sl=33&s=TITLE-ABS-KEY%28cultura+tributaria%29&relpos=2&citeCnt=>

Valdez Arrúa, N. M., & Martínez Díaz, P. (2018). La cultura tributaria como mecanismo facilitador de la formalización de los puestos de ventas en el mercado municipal de San Lorenzo. *Población y Desarrollo*. Obtenido de http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2076-054X2018004600093

Valenzuela Chicaiza, C., Carrera Cuesta, P., & Álvarez Hernández, S. (2020). Evasión tributaria de comerciantes de mercados populares. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Obtenido de <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2121/2176>

Vásquez Romero, C. (06 de Junio de 2019). El 80% de negocios no paga impuestos en Moshoqueque. *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/2019/07/06/el-80-de-negocios-no-paga-impuestos-en-moshoqueque/>

Verona, J. (14 de Enero de 2019). *Grupo Verona*. Obtenido de Grupo Verona: <https://www.grupoverona.pe/que-es-lo-que-debes-saber-sobre-el-procedimiento-de-fiscalizacion-tributaria/>

- Villasmil Molero, M., & Fandiño Barros, Y. A. (2019). Cultura tributaria en la educación: Un estudio fenomenológico hacia una interpretación compleja. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23988>
- Villasmil Molero, M., Fandiño Barros, Y. A., & Alvarado Peña, L. (2018). Cultura tributaria en la educación: Un estudio fenomenológico hacia una interpretación compleja. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. Obtenido de <file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/Dialnet-CulturaTributariaEnLaEducacion-8369900.pdf>
- Yaguache Aguilar, M. F., Pardo Cueva, M., & Espejo Jaramillo, L. B. (2018). Estrategias para fomentar la cultura tributaria desde la academia. Caso UTPL. *Revista Killkana Sociales*. Obtenido de [file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/Dialnet-EstrategiasParaFomentarLaCulturaTributariaDesdeLaA-6584520%20\(11\).pdf](file:///C:/Users/FIORELLA/Downloads/Dialnet-EstrategiasParaFomentarLaCulturaTributariaDesdeLaA-6584520%20(11).pdf)
- Zamora Cusme, Y. (2018). LA EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA DEL ECUADOR, 2010-2014. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/6955/fda810c3fd8d25d6603a0e307439d367cf64.pdf>

VIII. Anexos

Anexo N°01: Instrumentos

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



CUESTIONARIO N° 1

Objetivo General: Estimado señor(a), reciba mi más grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre la cultura tributaria y la evasión fiscal en comerciantes de abarrotes en el Mercado 9 de Octubre. Le agradecemos contestar las siguientes preguntas y colaboración.

Instrucción: Lea atentamente cada una de las preguntas y elija la alternativa con la que esté de acuerdo.

Datos:

1. Nombre:

2. Género:
 - a) Masculino
 - b) Femenino

3. Edad:
 - a) 25 -35 años
 - b) 36-45 años
 - c) 46-55 años
 - d) 56 – 60 años

4. Estado civil:
 - a) Soltero (a)
 - b) Casado (a)
 - c) Viudo (a)
 - d) Divorciado (a)

5. Grado de instrucción
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior
 - d) Ninguno

6. Tiempo del negocio
 - a) Menos del año
 - b) De 1 a 5 años
 - c) De 5 a 10 años
 - d) Más de 10 años

7. Ingresos mensuales
 - a) Menos de S/ 2,000
 - b) De S/ 2,000 a S/ 5,000
 - c) De S/ 5,000 a S/ 10,000
 - d) De S/ 10,000 a S/ 50,000
 - e) De S/ 50,000 a más

Objetivo 1:

- **Identificar el régimen tributario que se encuentran los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023**
1. ¿Usted se encuentra inscrito en el Registro Único de Contribuyentes?
 - a) Si
 - b) No

 2. ¿Usted se encuentra inscrito en algún régimen tributario?
 - a) Si
 - b) No

 3. ¿En qué se encuentra usted inscrito?
 - a) Nuevo Régimen único Simplificado – NRUS
 - b) Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER
 - c) Régimen MYPE tributario – RMT
 - d) Régimen General del Impuesto a la Renta – RG
 - e) Ninguna de las anteriores

 4. ¿Conoce usted cuáles son los requisitos para la inscripción en algún régimen tributario?
 - a) Si
 - b) No

 5. ¿Alguna vez SUNAT le brindó información con respecto a los regímenes tributarios?
 - a) Si
 - b) No

Objetivo 2:

- **Identificar el nivel de cultura tributaria de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo - 2023**
1. ¿Tiene conocimiento de los tributos que existen en el país?
 - a) Si
 - b) No
 2. ¿Tiene usted conocimiento que debe emitir y entregar comprobantes de pago por las ventas que realiza?
 - a) Si
 - b) No
 3. ¿Conoce las ventajas que tiene al emitir sus comprobantes de forma voluntaria?
 - a) Si
 - b) No
 4. ¿Tiene usted conocimiento que debe informar y actualizar sus datos ante la SUNAT?
 - a) Si
 - b) No
 5. ¿Conoce usted acerca del sistema “SUNAT Operaciones en Línea” (SOL)?
 - a) Si
 - b) No
 6. ¿Recibe usted alguna motivación para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias por parte de la SUNAT?
 - a) Si
 - b) No
 7. ¿Alguna vez recibió usted charla de educación tributaria dictadas por la SUNAT?
 - a) Si
 - b) No
 8. ¿Cree usted que el cumplimiento de las normas tributarias debe ser en forma voluntaria?
 - a) Si
 - b) No
 9. ¿Cree usted que la responsabilidad en el pago de los impuestos contribuya con la disminución de la evasión tributaria?
 - a) Si
 - b) No
 10. ¿Considera usted que la honestidad en el cumplimiento de las obligaciones tributarias contribuya con la disminución de la evasión tributaria?
 - a) Si
 - b) No
 11. ¿Cree usted que el compromiso tributario contribuye con el desarrollo del país?
 - a) Si
 - b) No

Objetivo 3:

- **Determinar el nivel de evasión fiscal de los comerciantes de abarrotes del Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023**
1. ¿Considera que los tributos en el Perú son excesivos y no van con la realidad de nuestro país?
 - a) Si
 - b) No
 2. ¿Cuál es el motivo por el cual no paga sus tributos?
 - a) Desconfianza en los gobiernos y su mala administración de los tributos
 - b) Escaso conocimiento en temas tributarios
 - c) Pérdida para su negocio
 - d) Desinterés por parte del contribuyente
 3. ¿Considera usted que el contribuyente debe pagar sus tributos de acuerdo al nivel de ingresos?
 - a) Si
 - b) No
 4. ¿Cumple usted con sus declaraciones juradas de impuestos mensuales conforme al cronograma de declaraciones?
 - a) Si
 - b) No
 5. ¿Cumple usted con el pago de sus impuestos mensuales conforme al cronograma de pagos?
 - a) Si
 - b) No
 6. ¿Sabe usted que el incumplimiento de su obligación tributaria conlleva a una sanción tributaria?
 - a) Si
 - b) No
 7. ¿Conoce usted cual son las infracciones y sanciones administrativas tributarias por SUNAT?
 - a) Si
 - b) No
 8. ¿Usted cree que es muy importante pagar los tributos para el desarrollo del país?
 - a) Si
 - b) No
 9. ¿Cree usted que la recaudación de los tributos es destinada a sectores como educación, salud o actividades estatales en beneficio de la población?
 - a) Si
 - b) No
 10. ¿Cree usted que los recursos recaudados por el estado son distribuidos equitativamente?
 - a) Si
 - b) No
 11. ¿La SUNAT realiza visitas de verificación y comprobación de sus obligaciones tributarias?

- a) Si
- b) No

12. ¿Usted recibió notificaciones previas de la SUNAT antes de realizar su fiscalización?

- a) Si
- b) No

13. ¿Cree usted que la fiscalización permite el incremento de la recaudación tributaria?

- a) Si
- b) No



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Dr. Carlos Alberto Olivos Campos, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Contador Público**, titulado **“Cultura Tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal en los comerciantes del sector abarrotes en el Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023.”**, elaborado por la Est. **Fiorella Bustillos Montenegro**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 16 de Abril de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Olivos', is written over a horizontal dashed line.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: DR. OLIVOS CAMPOS CARLOS ALBERTO

Cargo Actual: AUDITOR INTERNO KRISTALE INVERSIONES SAC



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Dr. Jannier Leopoldo Carbonel Mendoza, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Contador Público**, titulado “**Cultura Tributaria y estrategias para disminuir la evasión fiscal los comerciantes de abarrotes en el Mercado 9 de Octubre, Chiclayo – 2023.**”, elaborado por la Est. **Fiorella Elizabeht Bustillos Montenegro**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 12 de Mayo de 2023

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: DR. JANNIER LEOPOLDO CARBONEL MENDOZA

Cargo Actual: DOCENTE USAT

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO



I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Dr. CPC. Carlos Alberto Olivos Campos

Cargo o institución donde labora: Docente - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Investigador (a): Fiorella Elizabeht Bustillos Montenegro

II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE					REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
CLARIDAD	Los ítem están redactados de manera clara.															X		
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.															X		
OBJETIVIDAD	Está expresado en indicadores precisos y claros.															X		
ORGANIZACIÓN	Los ítem tienen una secuencia lógica.															X		
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relación de las variables.															X		
COHERENCIA	Existe coherencia entre variable e indicador.															X		
METODOLOGIA	El instrumento responde al propósito de la investigación.															X		

X

- III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

- IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Es aplicable para la investigación

- V. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: DIECIOCHO

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

Nombre y apellido del profesional experto: Dr. Jannier Leopoldo Carbonel Mendoza

Cargo o institucion donde labora: Docente - Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Investigador (a): Fiorella Elizabeht Bustillos Montenegro



II. ASPECTO DE VALIDACION

CRITERIO	INDICADOR	DEFICIENTE						REGULAR			BUENO				EXELENTE				
		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
CLARIDAD	Los item estan redactados de manera clara.																X		
VOCABULARIO	El lenguaje es apropiado para el encuestado.																X		
OBJETIVIDAD	Esta expresado en indicadores precisos y claros.																X		
ORGANIZACION	Los item tiene una secuencia logica.																X		
INTENCIONALIDAD	Evalúa el nivel de conocimiento de los encuestados en relacion de las variables.																X		
COHERENCIA	Existe coherencia entre avariable e indicador.																X		
METODOLOGIA	El instrumento responde al proposito de la investigación.																X		

III. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportuna para mejorar el cuestionario)

Mejorar preguntas para el objetivo 3

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:Es

aplicable para la investigación

V. PROMEDIO DE VALIDACIÓN: 17.71